



**25 ANS, ET TOUT**

**COMMENCE MAINTENANT !**

**LE COMMERCE ÉQUITABLE CHANGE D'ÉCHELLE.**

ENSEMBLE, DEPUIS 25 ANS, NOUS CHANGEONS  
LE COMMERCE **POUR UN MONDE PLUS JUSTE.**





|   |           |
|---|-----------|
| <b>L'ÉVOLUTION DU MODÈLE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR</b> .....         | <b>4</b>  |
| <b>EN 25 ANS, UN CHANGEMENT D'ÉCHELLE</b> .....                   | <b>9</b>  |
| <b>LE MOUVEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR DANS LE MONDE</b> .....    | <b>12</b> |
| <b>LE DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES ET L'IMPACT</b> .....            | <b>14</b> |
| <b>LES DÉFIS À RELEVER</b> .....                                  | <b>18</b> |
| Une meilleure répartition de la valeur ajoutée .....              | <b>18</b> |
| Etre partenaire des politiques publiques .....                    | <b>20</b> |
| Lutter contre le changement climatique .....                      | <b>21</b> |
| <b>LE RÔLE DES ENTREPRISES : DÉPLOYER LEUR ENGAGEMENT</b> .....   | <b>22</b> |
| <b>LE RÔLE DES CONSOMMATEURS : DES ATTENTES CROISSANTES</b> ..... | <b>24</b> |
| <b>TÉMOIGNAGE D'ESTHER NYAMBURA, TRAVAILLEUSE AGRICOLE</b> .....  | <b>26</b> |

Photographies sommaire : Kyonne Leyser - Danielle Villasana, [www.daniellevillasana.com](http://www.daniellevillasana.com) - Remo Naegeli

Photographies couverture : Nathalie Bertrams - Sean Hawkey - Lena Granefelt



Emilie Sarrazin,  
*Présidente  
Max Havelaar France*



Blaise Desbordes,  
*Directeur Général  
Max Havelaar France*

## 6 25 ANS, ET TOUT COMMENCE MAINTENANT !

2018 marque le 25<sup>e</sup> anniversaire du commerce équitable labellisé Fairtrade/Max Havelaar en France.

Co-porté avec des productrices et des producteurs d’Afrique, d’Asie et d’Amérique Latine, notre mouvement international a su développer un label de référence et un puissant mouvement de consommation responsable, par l’engagement progressif d’une multitude d’acteurs.

Grâce à lui, nous sommes toutes et tous détenteurs d’un pouvoir immense : celui de créer des échanges économiques mondiaux respectueux des humains et de la planète.

Prix minimum garanti et stable couvrant les coûts de production, organisations démocratiques, contractualisation, agroécologie... les principes du commerce équitable constituent aujourd’hui une alternative solide au système économique mondial actuel, lui-même porteur d’inégalités sociales croissantes et de destruction massive de notre environnement.

En 2018, l’impact de notre action est fort : plus de 1,6 million de producteurs et travailleurs agricoles, ainsi que leurs communautés rurales, ont davantage les moyens de vivre de leur travail et de décider de leur avenir.

Mais notre mouvement est encore loin d’avoir atteint son objectif ambitieux : viser des conditions commerciales plus justes et durables pour toutes les personnes qui vivent de l’agriculture dans le monde. Nous devons agir dès à présent !

C’est pourquoi nous appelons plus que jamais chacune et chacun, consommateurs, distributeurs, marques, producteurs, pouvoirs publics et société civile à se mobiliser pour le commerce équitable.

C’est maintenant qu’il faut soutenir ensemble le changement d’échelle pour plus d’équité !

# L'ÉVOLUTION DU MODÈLE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

## UN MOUVEMENT AVEC ET POUR LES PRODUCTEURS

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar est né à l'initiative d'une poignée de gens un peu partout dans le monde désireux d'exprimer leur solidarité avec les producteurs de l'hémisphère sud.

**DES LEVIERS MULTIPLES POUR RELEVER LE DÉFI D'UN DÉVELOPPEMENT DURABLE**

Face à l'impuissance des échanges commerciaux libéralisés à assurer une juste répartition de la valeur, le commerce équitable labellisé Fairtrade/Max Havelaar met en œuvre des leviers multiples pour relever le défi d'un développement durable, vers des pratiques à la fois plus éthiques et écologiques de tous les acteurs de la chaîne : prix minimum garanti qui couvre les

coûts de production, contractualisation, organisations démocratiques, agroécologie, droits humains et traçabilité.

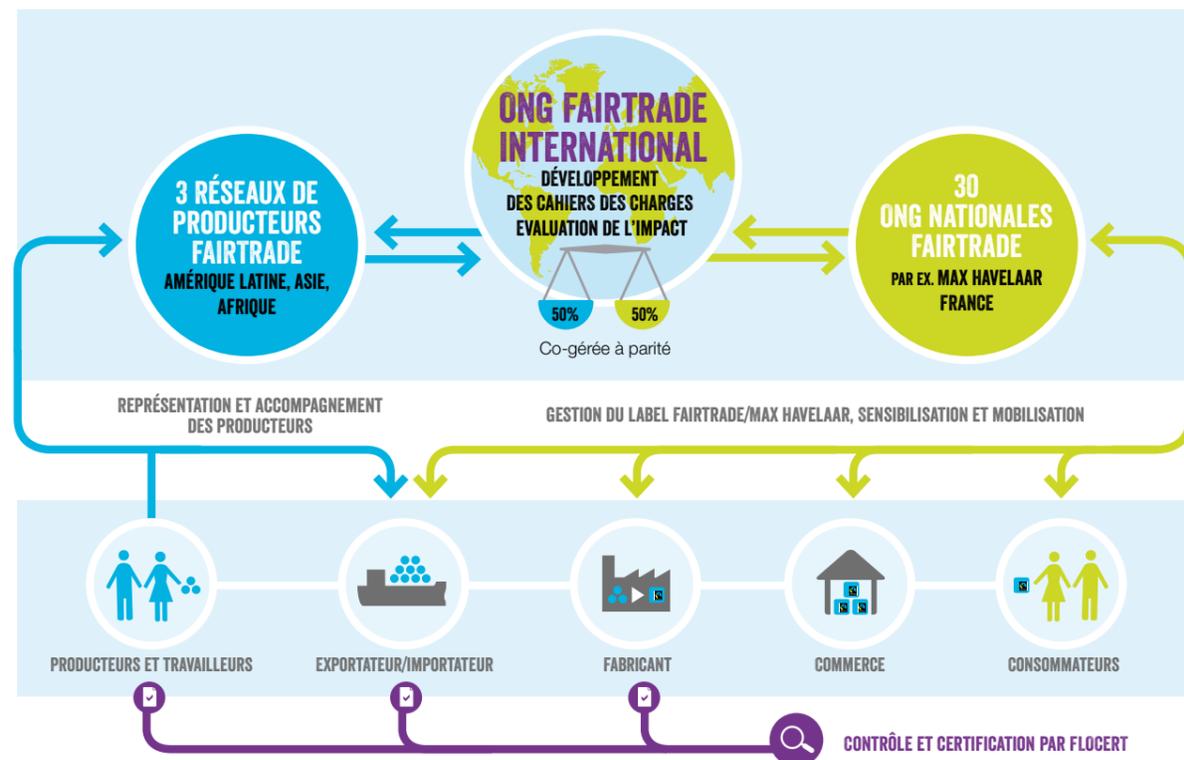
Depuis 2011, les producteurs et travailleurs ont 50% des voix au sein de l'Assemblée Générale de Fairtrade International via les 3 réseaux de producteurs. Ils participent ainsi activement à la définition de ses orientations et de son développement.

En 25 ans, le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar est devenu l'une des principales initiatives volontaires de durabilité reconnues dans le monde, véritable mouvement de consommation responsable porté par la société civile, les acteurs économiques, et soutenu par les pouvoirs publics.

1,66 million de producteurs et travailleurs agricoles en bénéficient aujourd'hui.

**UN VÉRITABLE MOUVEMENT DE CONSOMMATION RESPONSABLE**

## LE MOUVEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR



## CHANGER D'ÉCHELLE AVEC TOUS LES ACTEURS

Pour initier un véritable changement en profondeur des pratiques commerciales à grande échelle dans les marchés, les producteurs et les ONG nationales membres du mouvement Fairtrade/Max Havelaar ont décidé de développer des partenariats avec tous les acteurs économiques et donc d'adapter leur modèle à la grande consommation. En France, une première mobilisation citoyenne de plus de 100 000 personnes, en 1998, interpellant les centrales d'achats a ainsi permis l'entrée de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar dans les grandes surfaces, rejointes bientôt par tous les lieux de consommation : cafés, restaurants, cantines, distributeurs automatiques...

**DIVERSITÉ DES PARTENAIRES ÉCONOMIQUES ENGAGÉS**

Aujourd'hui, la diversité des partenaires économiques engagés dans le commerce

équitable Fairtrade/Max Havelaar permet un enrichissement mutuel des démarches qui ne peut qu'entraîner un cercle vertueux pour atteindre l'ambition d'un commerce plus équitable : PME engagées comme grandes marques internationales, marques de distributeurs comme marques bio.

Depuis sa création, pour démultiplier l'impact de son action, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar interpelle également les pouvoirs publics

**INTERPELLATION DES POUVOIRS PUBLICS**

régulièrement à tous les échelons par des actions de plaidoyer pour contribuer à la mise en place de politiques publiques permettant de réguler les pratiques commerciales déloyales, de réguler les marchés agricoles internationaux, et de favoriser l'empowerment des producteurs et travailleurs agricoles marginalisés.

Les 17 **Objectifs du Développement Durable** (ODD) ont été adoptés le 25 Septembre 2015 par les Nations Unies. Ces objectifs visent à « mettre fin à toutes les formes de pauvreté, combattre les inégalités et s'attaquer aux changements climatiques, en veillant à ne laisser personne de côté. »

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar s'inscrit pleinement dans la réalisation de ces Objectifs en s'engageant à replacer la justice et la durabilité au cœur des règles du commerce international. Nous veillons à ce que les producteurs puissent nourrir leur famille grâce à des revenus plus justes, mais aussi à orienter leur production vers des méthodes respectueuses de l'environnement.



## DES INNOVATIONS CONTINUES POUR DAVANTAGE D'IMPACT

Les défis auxquels sont confrontés les paysans et salariés agricoles des pays pauvres sont immenses et le paysage de la mondialisation change. C'est pourquoi le mouvement Fairtrade/Max Havelaar ne cesse de se remettre en question, tente de s'adapter et d'innover.

- **Par le développement de nouvelles filières labellisées Fairtrade/Max Havelaar**, telles que les roses face aux conditions précaires des salariés dans les fermes floricoles, ou la création d'un label Fairtrade Textiles, pour tenter, par exemple, d'améliorer salaires et conditions de travail dans cette filière sensible.
- **Par de nouvelles formes de partenariats complémentaires du label historique Fairtrade/Max Havelaar**, comme le modèle Fairtrade Sourcing Ingredient qui permet de débiter par la valorisation de l'utilisation d'un unique ingrédient labellisé Fairtrade/Max Havelaar dans un produit composé : un chocolat avec du cacao labellisé Fairtrade/Max Havelaar et du sucre produit localement par exemple. Ceci pour permettre à la fois :

- aux entreprises de s'engager progressivement.
- à un plus grand nombre de productrices et producteurs de bénéficier du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, les standards restant identiques.



© James A. Fotigomez

- aux consommateurs d'avoir davantage de possibilités de consommer équitable.

- **En développant 5 programmes d'appui au niveau mondial**, définis et portés avec les producteurs du mouvement sur les thématiques : lutte contre le changement climatique, lutte contre le travail des enfants, droits des travailleurs, égalité entre les genres et accès au financement des familles paysannes.



« Dans le chocolat il existe le potentiel de pouvoir changer durablement les choses. A condition que tout le monde s'implique à rendre le commerce équitable. »

Anne-Marie Yao, responsable du Programme Cacao en Afrique de l'Ouest de Fairtrade Africa

## DARIO SOTO ABRIL, DIRECTEUR DE FAIRTRADE INTERNATIONAL

« Nous nous inscrivons dans une démarche de progrès, par la révision régulière des cahiers des charges, la création de nouveaux cahiers des charges, par exemple les fruits frais cette année, la révision des règles sur les matières dangereuses qui en interdit désormais 207 contre 124 auparavant, etc. »

Nous avons beaucoup accompli depuis 30 ans. Pourtant, nous sommes loin d'avoir atteint notre objectif. Fairtrade/Max Havelaar se doit d'en faire plus pour élargir son impact : notamment chercher à atteindre toujours plus des revenus et des salaires permettant de vivre de son travail, étendre davantage les bénéfices du commerce équitable aux travailleurs agricoles, s'atteler



© Fairtrade / Javier Luna

aux déséquilibres de pouvoir au sein des chaînes d'approvisionnement, lutter contre le changement climatique...Voici les principaux défis auxquels nous devons répondre. Notre objectif, c'est que, partout dans le monde, les familles de petits producteurs et tous les travailleurs agricoles des plantations gagnent suffisamment pour bien vivre, et pas seulement survivre.



© Fairtrade // Tobias Thiele

Il y a les critères de base qui doivent impérativement être toujours respectés : l'interdiction du travail abusif des enfants, de l'esclavage, etc. Sur ce point, c'est tolérance zéro. Par ailleurs, il existe un certain nombre de critères de développement qui doivent être remplis au cours des trois à six ans suivant la certification Fairtrade/Max Havelaar. Ils sont conçus de telle façon que les organisations de producteurs peuvent choisir leur propre voie.

### QUE SE PASSE-T-IL EN CAS D'ÉCART ?

Sur un total de 4 400 organisations certifiées (coopératives, plantations, transformateurs, entreprises), les écarts constatés l'année dernière ont entraîné 220 suspensions et en fin de compte 77 décertifications. Les écarts doivent être corrigés très rapidement. Si l'organisation n'y parvient pas, sa certification est suspendue. Concrètement, cela signifie que cette organisation ne peut plus commercialiser selon les conditions Fairtrade/Max Havelaar jusqu'à correction de l'écart. Nous pouvons aller jusqu'à la décertifier. Cependant, le commerce équitable a pour objectif de favoriser le développement des organisations, il s'agit vraiment de la dernière extrémité.

### COMMENT ARRIVER À CONTRÔLER AUTANT D'ORGANISATIONS ?

Avec une équipe expérimentée qui effectue des audits pour vérifier si tout le monde respecte les normes. La fréquence et l'étendue des audits sont adaptées à chaque organisation, ce qui nous permet de cibler et d'être crédible. En outre, nous avons des systèmes techniques sur-mesure qui nous aident, ainsi que nos clients, à gérer efficacement leur certification.

## 3 QUESTIONS À RÜDIGER MEYER, DIRECTEUR DE FLOCERT

### TOUS LES CRITÈRES DOIVENT-ILS ÊTRE REMPLIS DÈS LE DÉPART PAR LES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS ?

La perfection est l'objectif recherché. Mais cela ne se fait pas du jour au lendemain. Notre but, c'est d'aider les organisations de producteurs à poursuivre leur développement. C'est pourquoi nous travaillons aussi avec des organisations dont le niveau de développement n'est peut-être pas encore à la hauteur de ce que nous souhaiterions.

# LE COMMERCE NE DOIT PAS REPOSER SUR L'EXPLOITATION DES PLUS FAIBLES

MARIKE DE PEÑA, PRÉSIDENTE DU RÉSEAU DE PRODUCTEURS D'AMÉRIQUE LATINE CLAC



Fairtrade / Javier Luna

Que doivent faire les pays du Nord pour que le commerce équitable fonctionne ? Marike de Peña, explique ses attentes.

Le commerce équitable a été initié à la fois par et pour les familles paysannes et les travailleurs agricoles des plantations de l'hémisphère sud. La vente de produits Fairtrade/Max Havelaar contribue au développement et au bien-être de centaines de milliers de familles.

repose sur les principes du commerce équitable. Il faut que ces décisions soient prises de façon démocratique, participative et transparente. Ce faisant, il convient de s'interroger : cette décision sert-elle les petits producteurs et les travailleurs agricoles des pays en développement ? Ou, au contraire, menace-t-elle la poursuite des progrès accomplis par Fairtrade au cours des dernières décennies ?

J'attends des pays du Nord qu'ils continuent à promouvoir le commerce plutôt que la charité. Le commerce ne doit pas reposer sur l'exploitation des plus faibles. Tous les acteurs de la filière doivent assumer la même responsabilité et les mêmes risques.

J'attends des pays du Nord qu'ils ne se laissent pas séduire par des théories prônant une approche purement matérialiste et une croissance économique rapide et sans scrupule. Dans les pays du Sud, nous avons conscience des difficultés à promouvoir et à aménager le marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar qui n'est pas encore un marché de masse.

Mais les principes et les valeurs du commerce équitable nous rendront plus forts au cours des années à venir. Notre monde doit réapprendre et retourner à ses origines.

Notre monde a besoin d'un commerce qui soit bénéfique aux êtres humains et à notre terre nourricière.

LE COMMERCE ÉQUITABLE PLUTÔT QUE LA CHARITÉ

LE COMMERCE ÉQUITABLE REPOSE SUR LES PRINCIPES DE JUSTICE, DE SOLIDARITÉ, DE DÉMOCRATIE, DE TRANSPARENCE, DE PARTICIPATION ET DE RESPONSABILITÉ.

Le commerce équitable repose sur les principes de justice, de solidarité, de démocratie, de transparence, de participation et de responsabilité. Son succès s'appuie sur des relations commerciales durables ainsi que des rémunérations justes et une prime Fairtrade/Max Havelaar qui permettent d'investir dans les infrastructures et de répondre aux besoins essentiels des familles et des communautés.

Je suis convaincue que les populations du Sud peuvent se libérer de la pauvreté grâce à leur travail, à condition d'obtenir des débouchés équitables. À mon sens, le commerce est un facteur essentiel de la lutte contre la pauvreté. Mais seulement s'il remplit les trois critères du développement durable, en étant social, écologique et rentable.

La réussite passée et à venir du mouvement Fairtrade/Max Havelaar dépend d'entreprises qui s'engagent à verser un prix juste aux productrices et aux producteurs. Cette rémunération couvre les coûts d'une production durable et assure une vie digne aux familles paysannes et aux travailleurs agricoles des plantations. Je souhaite que chaque décision, chaque action des pays du Nord ayant un impact sur l'hémisphère sud

# EN 25 ANS, UN CHANGEMENT D'ÉCHELLE TRANSFORMATION DES PRATIQUES ET DYNAMIQUE DU MARCHÉ FRANÇAIS

Max Havelaar France s'engage depuis 25 ans pour que des cahiers des charges ambitieux en termes d'équité puissent s'imposer sur le marché le plus large possible, et ainsi développer un commerce différent basé sur des convictions : la reconnaissance des droits sociaux, la dignité des producteurs et travailleurs agricoles, le soin de la terre pour une alimentation durable et de qualité.

| FRANCE*   | MONDE*  |
|---|---|
| PLUS DE 14 FILIÈRES   | PLUS DE 20 FILIÈRES   |
| PLUS DE 3 200 PRODUITS LABELLISÉS                               | PLUS DE 30 000 PRODUITS LABELLISÉS                                |
| 256 ENTREPRISES PARTENAIRES                                     | PLUS DE 2 000 ENTREPRISES PARTENAIRES                             |
| 561 MILLIONS D'EUROS DE CA                                      | 8,49 MILLIARDS D'EUROS DE CA                                      |
| AU BÉNÉFICE DE 400 ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS | AU BÉNÉFICE DE 1 599 ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS |

\* France : données 2017, Monde : données 2016

De plus en plus de partenaires s'engagent à nos côtés pour changer l'échelle de ce commerce plus juste : en 2016 la barre des 500 millions d'euros de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar vendus était dépassée en France. Un succès qui renforce les petits producteurs et les travailleurs en Afrique, Amérique latine et Asie. Lors du lancement en 1993 de l'unique produit café, même les plus optimistes auraient jugé ces chiffres irréalistes. Max Havelaar France a ainsi fait évoluer les produits du commerce équitable d'un marché de niche vers un marché de masse.

Le commerce équitable est en train de changer d'échelle : en 2017, 1 ménage sur 2 en France a fait l'achat de produits Fairtrade/Max Havelaar. Aujourd'hui 79% des français demandent une plus grande disponibilité des produits équitables. Les entreprises et les pouvoirs publics se doivent d'accompagner ce mouvement pour démultiplier l'impact pour les producteurs et travailleurs agricoles.

DE PLUS EN PLUS DE PARTENAIRES S'ENGAGENT À NOS CÔTÉS

## LE CAFÉ, TOUJOURS LE PREMIER PRODUIT

C'est avec le café que l'histoire du commerce équitable labellisé Fairtrade/Max Havelaar a débuté il y a 25 ans, et c'est avec ce produit phare qu'il continue de croître en France. Représentant 51% des parts de marché des produits labellisés, le café c'est plus de 284 millions d'euros de chiffre d'affaires pour les partenaires du label, une augmentation de 10 millions d'euros sur la seule année 2017. Cette progression repose en majeure partie sur les ventes en grande distribution, mais souvent portée par des acteurs pionniers, des PME comme Malongo, premier acteurs du marché du café labellisé ou encore Lobodis, Sati, Méo, Brocéliande, Chapuis, Café Michel...

C'EST AVEC LE CAFÉ QUE L'HISTOIRE DE MAX HAVELAAR FRANCE A COMMENCÉ



© Sean Hawkey



## LE SUCCÈS DE LA BANANE



### CHANGER D'ÉCHELLE : LA BANANE MONTRE LE CHEMIN

En l'espace de quelques années, la banane équitable labellisée Fairtrade/Max Havelaar est devenue incontournable en France, démontrant qu'il est possible de transformer véritablement le marché, les pratiques des acteurs de la filière et les modes de consommation.

Elle atteint 10% du total des bananes vendues dans l'Hexagone grâce à une offre plus large et plus visible de la part des réseaux de distribution. Entre 2013 et 2018, le volume de bananes équitables vendu a été multiplié par 6 ! Sur 2017 la progression est par exemple de 26% en volume. Ce changement d'échelle signifie davantage de producteurs et travailleurs bénéficiant d'un meilleur revenu mais également une forte augmentation de la prime de développement (+ de 2 millions d'euros) versée aux organisations de producteurs et travailleurs, véritable atout pour leur développement économique et social. 86% de ces bananes équitables sont également bio, démontrant une complémentarité des démarches.

**2017 : LA PROGRESSION EST DE 26% EN VOLUME**

La place majeure de la banane équitable résulte de partenaires distributeurs très engagés : réseaux Bio (Biocoop notamment comme pionnier) et grande distribution : Carrefour, Auchan, Intermarché, E.Leclerc, Casino, LIDL, Aldi, Franprix. Depuis 2018, l'enseigne Monoprix a même fait le choix de vendre uniquement des bananes bio issues du commerce équitable dans ses rayons.

**VÉRITABLE TRANSFORMATION DU MARCHÉ**

L'exemple de la banane équitable est emblématique car il démontre que les produits durables et équitables ne sont pas des produits de niche, mais peuvent et doivent devenir la norme.

## BERTRAND SWIDERSKI, DIRECTEUR RSE, CARREFOUR



Le lancement de la banane bio équitable a été réalisé en 2014. L'alternative bio existait mais nous avions l'intime conviction que l'alliance des deux serait mutuellement bénéfique, en permettant de renforcer et structurer les systèmes de production, en donnant à des producteurs la possibilité de se développer par eux-mêmes en créant de la valeur ajoutée, et d'autre part en apportant à nos clients des produits sains et responsables. Ce fut une réelle prise de risque pour Carrefour mais vraiment nécessaire pour permettre la transition alimentaire. Le marché s'est ainsi structuré progressivement avec l'engagement de l'ensemble des parties prenantes et nos fournisseurs qui nous ont suivis.

**LES CONSOMMATEURS ONT RÉPONDU PRÉSENTS**

Notre objectif était d'atteindre 1/3 des volumes de bananes achetées dans notre réseau. C'est le cas aujourd'hui, les consommateurs ont répondu présents. C'est avant tout l'accroissement de la demande du 'consommateur-patron' qui a permis ce changement d'échelle.

Nous vendons aujourd'hui 15 800 tonnes de bananes labellisées par an (contre 8 900 tonnes en 2014) et reversons plus de 790 000 € de prime de développement. Les producteurs peuvent vivre correctement de leur production, assurer la pérennité de leurs projets et produire une banane de meilleure qualité. Les communautés locales bénéficient également de l'impact du commerce équitable, tant sur le développement économique dû à l'augmentation des revenus et à l'utilisation de la prime de développement, que sur l'amélioration des conditions de vie. L'ensemble de ces leviers participent à la durabilité de la filière.

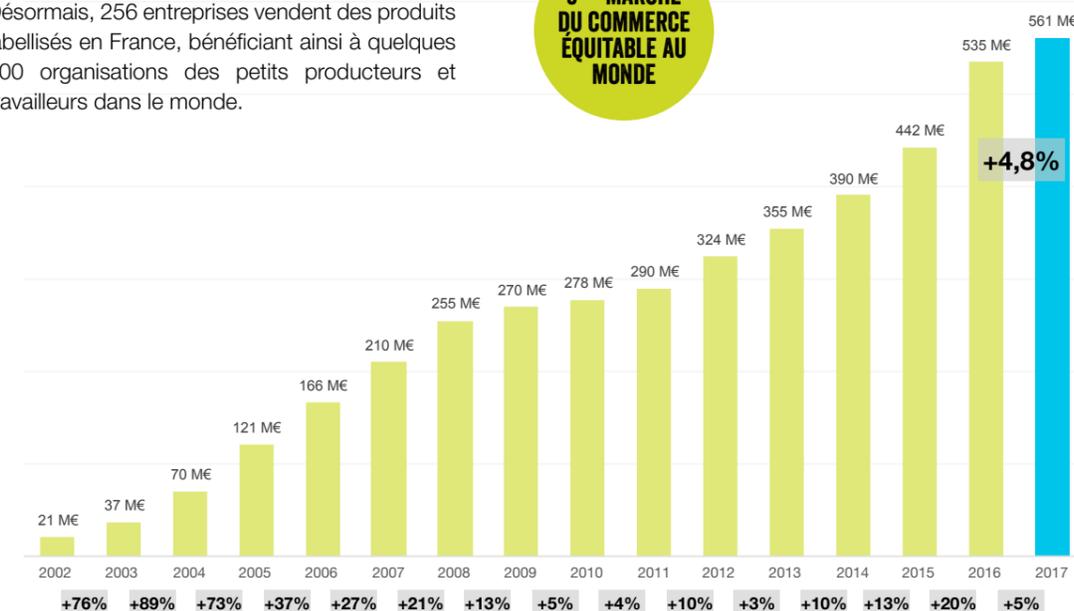
**+ DE 790 000 € DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT**

## CROISSANCE DU COMMERCE ÉQUITABLE EN FRANCE

Le secteur du commerce équitable labellisé Fairtrade/Max Havelaar poursuit sa croissance en France en 2017, avec un chiffre d'affaires des produits labellisés qui atteint les 561 millions d'euros, soit 26 millions d'euros de plus qu'en 2016.

Désormais, 256 entreprises vendent des produits labellisés en France, bénéficiant ainsi à quelques 400 organisations des petits producteurs et travailleurs dans le monde.

**5<sup>ÈME</sup> MARCHÉ DU COMMERCE ÉQUITABLE AU MONDE**

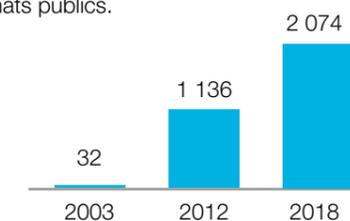


### UN PANIER MOYEN EN PROGRESSION



### LE MOUVEMENT DES FAIRTRADE TOWNS

Depuis que le mouvement des « Villes du commerce équitable » a commencé en 2000, plus de 2000 villes dans 26 pays ont pris l'engagement de soutenir de meilleures conditions commerciales pour les producteurs et les travailleurs agricoles, notamment via les achats publics.



**Les villes en France :** Nantes, Rennes, Strasbourg, Metz, Lyon, Paris, Mouans-Sartoux, Wittisheim, Drancy, Alfortville...



# LE MOUVEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR DANS LE MONDE

 **30** ONG NATIONALES DE PROMOTION



**1,66** MILLION DE PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS AGRICOLES DANS 75 PAYS



**178** MILLIONS € DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT

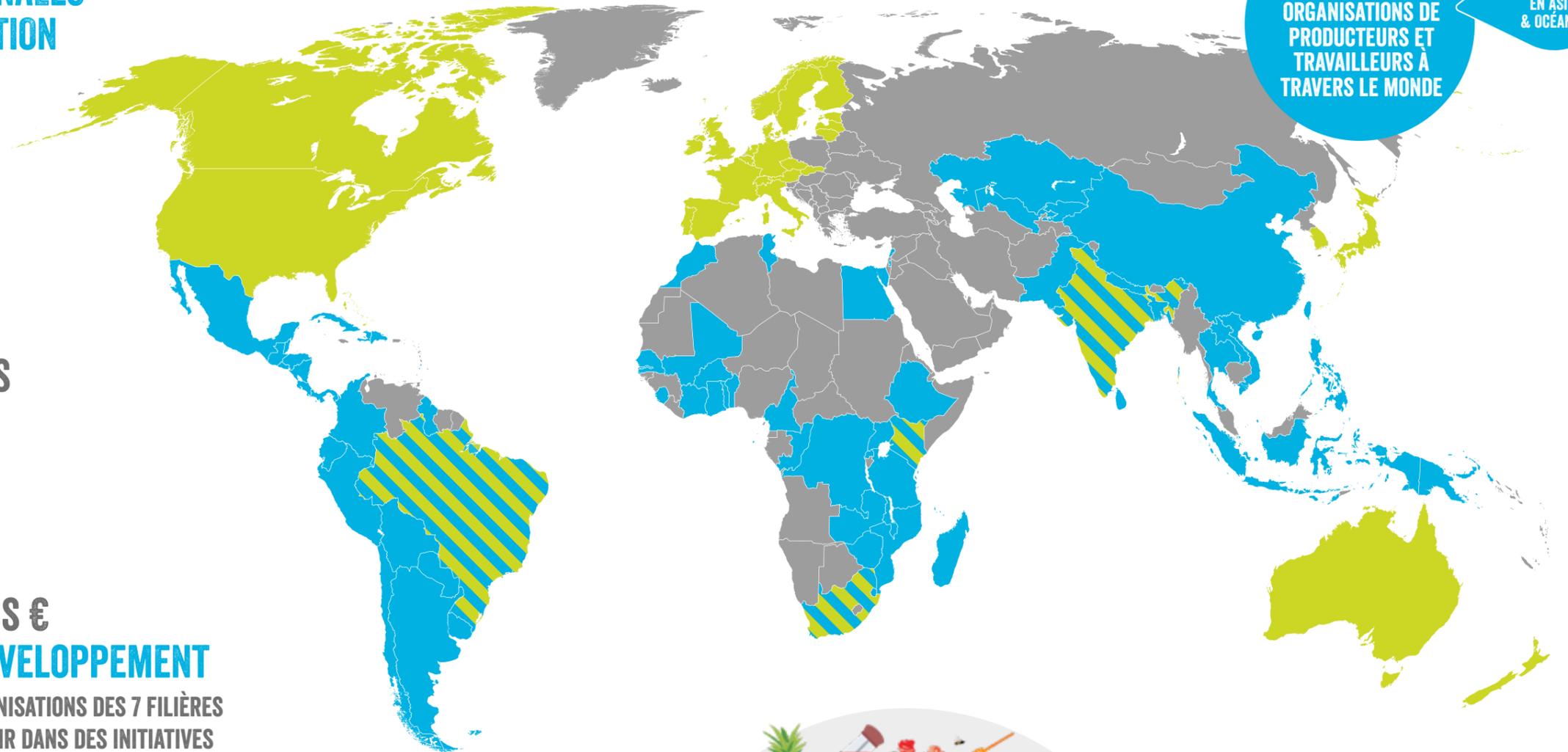
VERSÉS EN 2017 AUX ORGANISATIONS DES 7 FILIÈRES PRINCIPALES POUR INVESTIR DANS DES INITIATIVES ÉCONOMIQUES, SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES

-  ONG nationales de promotion
-  Pays producteurs
-  Pays producteurs et ONG nationale de promotion

 + DE **30 000** PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR DISPONIBLES DANS LE MONDE



 **8,49** MILLIARDS € DE CHIFFRE D'AFFAIRES GÉNÉRÉS PAR LA VENTE DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR DANS LE MONDE



**803** EN AMÉRIQUE LATINE & CARAÏBES

**535** EN AFRIQUE & MOYEN-ORIENT

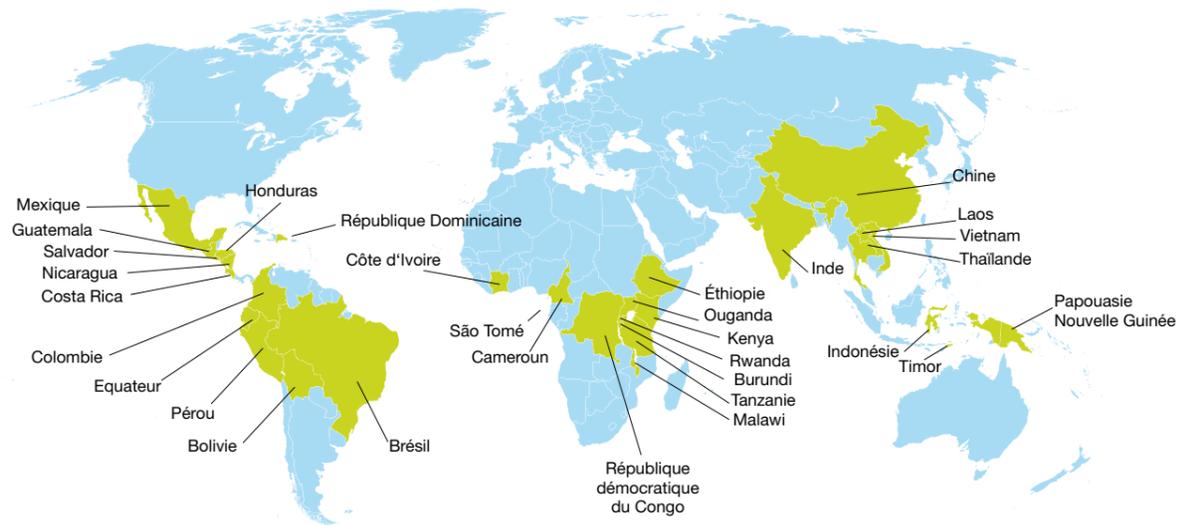
**261** EN ASIE & OcéANIE

**1 599** ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS À TRAVERS LE MONDE

# DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES ET IMPACT

## LA FILIÈRE CAFÉ

**31 PAYS**  
PRODUCTEURS



**795 457**  
PRODUCTEURS

**537** ORGANISATIONS  
de petits producteurs

**74 M€** DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT  
reçus en 2016

**541 254 TONNES** PRODUITES aux conditions Fairtrade/Max Havelaar

**1,3 HECTARE** en moyenne  
de surface cultivable

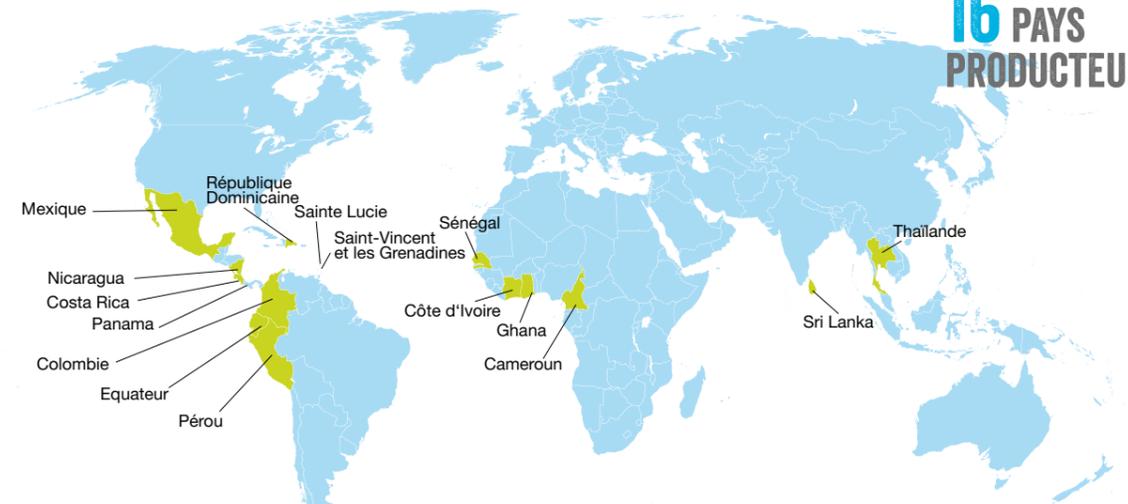
**29%** de la production **BIO ET FAIRTRADE/MAX HAVELAAR**

**75%** des volumes de  
café générés par 6 pays  
d'Amérique Latine

**1,5%** des volumes de café  
dans le monde

## LA FILIÈRE BANANE

**16 PAYS**  
PRODUCTEURS



**10 707**  
PRODUCTEURS  
EN COOPÉRATIVES

**28,5 M€** DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT  
reçus en 2016

**11 337** TRAVAILLEURS  
en plantations certifiées

**830 951 tonnes** produites aux conditions Fairtrade/Max Havelaar

## LA FILIÈRE CACAO

**22 PAYS**  
PRODUCTEURS



**226 579**  
PRODUCTEURS

**24,6 M€** DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT  
reçus en 2016

**189** ORGANISATIONS  
de petits producteurs

**291 917 tonnes** produites aux conditions Fairtrade/Max Havelaar

## LA FILIÈRE SUCRE



**19 PAYS**  
PRODUCTEURS



**54 063**  
PETITS PRODUCTEURS

**101** ORGANISATIONS  
de petits producteurs

**9,7 M€** DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT  
reçus en 2016

701 521 tonnes produites aux conditions Fairtrade/Max Havelaar

## LA FILIÈRE FLEURS



**8 PAYS**  
PRODUCTEURS



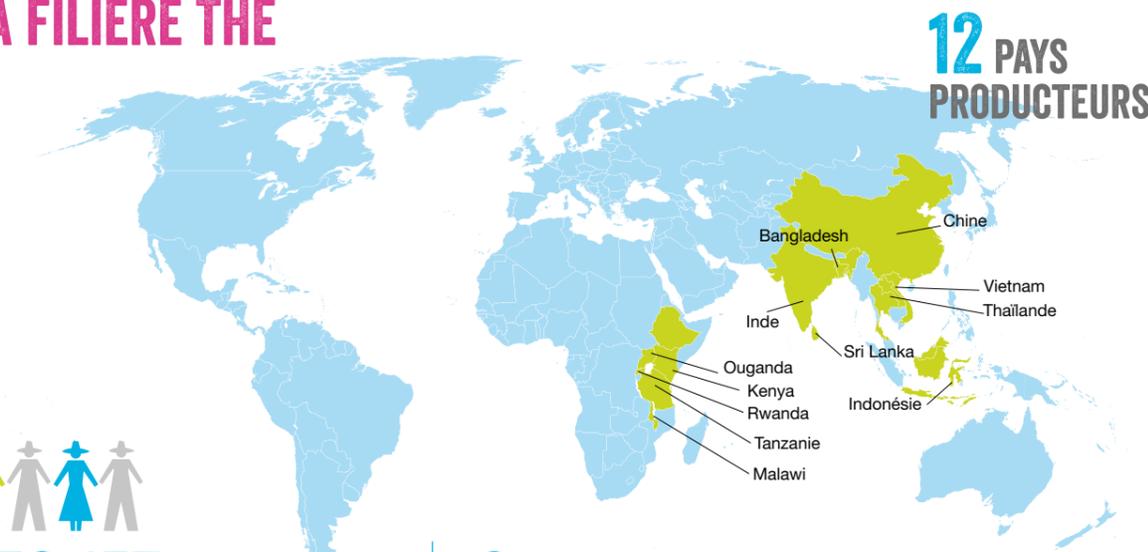
**67** PLANTATIONS  
CERTIFIÉES

**54 000** TRAVAILLEURS  
ET LEUR FAMILLE

**6,8 M€** DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT  
reçus en 2016

3,7 milliards de tiges disponibles

## LA FILIÈRE THÉ



**12 PAYS**  
PRODUCTEURS



**352 157** PRODUCTEURS  
ET TRAVAILLEURS

**50** ORGANISATIONS  
de producteurs de thé

**6 M€** DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT  
reçus en 2016

253 870 tonnes produites aux conditions Fairtrade/Max Havelaar

## LA FILIÈRE COTON



**8 PAYS**  
PRODUCTEURS



**46 635** PRODUCTEURS  
ET TRAVAILLEURS

**18** ORGANISATIONS  
de producteurs

**823 719 €** DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT  
reçus en 2016

48 047 tonnes produites aux conditions Fairtrade/Max Havelaar

Max Havelaar France 2017 / Fairtrade International CODIMPACT-FLOTIS 2016

# DÉFIS À RELEVER :

## UNE MEILLEURE RÉPARTITION DE LA VALEUR AJOUTÉE EN FAVEUR DES PRODUCTEURS

A la fin des années 80, la suppression des accords internationaux régulant certaines filières ont abouti à leur libéralisation, entraînant une forte création de richesses combinée à une concentration importante de quelques acteurs des filières, tels que les industriels et les distributeurs. En résulte une captation de la valeur créée largement en leur faveur, au détriment des petits producteurs qui ne peuvent pas recevoir un revenu

décent, le tout dans un contexte d'impacts croissants du changement climatique. **Les études des filières cacao et café réalisées en 2016 et 2018** par le bureau d'études Le BASIC documentent cette évolution et montrent que le commerce équitable n'a jamais semblé autant pertinent pour rééquilibrer le rapport de force et renforcer la durabilité des filières.

### UNE VALEUR CAPTÉE TOUJOURS PLUS EN AVAL AU DÉTRIMENT DES PETITS PRODUCTEURS

Les deux études révèlent la concentration des intermédiaires : 81% des volumes de fèves de cacao transitent par 5 industriels, et 80% du café vert est torréfié par 3 grands groupes. Face à eux, **les 5 millions de petits producteurs de cacao ne captent qu'entre 7 et 13% de la valeur d'une tablette de chocolat**, tandis que les **25 millions de caféiculteurs ne bénéficient que d'environ 11% de la valeur d'un paquet de café moulu 250g**. Cette inégale répartition ne permet pas à tous les producteurs de dépasser le seuil de pauvreté, comme c'est par exemple le cas des caféiculteurs péruviens et éthiopiens dont les revenus

générés par le café sont deux à trois fois plus faibles que le seuil de pauvreté. De plus, ces évolutions ont lieu dans un contexte d'impacts croissants du changement climatique : diminution des rendements et de la qualité, diminution des surfaces de production, augmentation des coûts de production.

L'ensemble de ces impacts économiques, sociaux et environnementaux pèsent sur les économies des pays de production : en Côte d'Ivoire en 2016, chaque dollar de cacao exporté génère 77 centimes de « coûts sociétaux » à la charge de ces pays et de leur population. Il en est de même sur les exports de café du Pérou et de l'Éthiopie en 2017, chaque dollar d'export générant respectivement 85 et 90 centimes de coûts cachés.



### RÉÉQUILIBRER LE RAPPORT DE FORCE ET RENFORCER LA DURABILITÉ DES FILIÈRES



### LE COMMERCE ÉQUITABLE : UN OUTIL QUI FONCTIONNE MAIS QUI DOIT S'ACCOMPAGNER D'ACTIONS DE CHANGEMENT STRUCTUREL DES FILIÈRES

Ces études ont évalué l'impact de long-terme du commerce équitable sur ces filières et sa capacité à répondre au défi de la durabilité. Il en ressort que les outils du commerce équitable permettent d'améliorer la situation des producteurs :

- **En appuyant le regroupement en coopératives des producteurs, qui permet de rompre leur isolement et de renforcer leur pouvoir de négociation.** A titre d'exemple, en 2017, les producteurs péruviens de café labellisé Fairtrade/Max Havelaar ont ainsi pu capter 16,1% de la valeur des cafés vendus en paquet de 250 g contre 11,6% dans les filières conventionnelles, tandis que leurs groupements, les coopératives certifiées, recevaient 18,8% de cette valeur.
- **En proposant un filet de sécurité (le prix minimum)** dans un contexte de volatilité des prix et de baisses fréquentes au-dessous des coûts de production, ainsi qu'une **prime collective** et des **facilités de préfinancement** qui répondent au besoin de trésorerie des producteurs et de leurs organisations ; en moyenne les producteurs péruviens ont ainsi gagné 24% de plus dans les filières équitables que dans la filière conventionnelle.
- **En association avec l'agriculture biologique, afin de préserver les modèles de production agroforestiers sans engrais et pesticides de synthèse** via notamment la prime biologique Fairtrade/Max Havelaar, qui s'ajoute au prix minimum et à la prime de développement, et permet de compenser les rendements moindres du bio.

C'est d'ailleurs la double labellisation équitable - agriculture biologique qui génère les meilleurs résultats, comme en témoigne le calcul des coûts « cachés » c'est-à-dire reportés sur la société (pauvreté, services sociaux insuffisants, pollution environnementale...) : pour chaque dollar lié à l'export de café, les coûts sociétaux sont réduits de 45% en Ethiopie, 58% en Colombie et 66% au Pérou.

Les leviers activés par le commerce équitable, initiative citoyenne, sont nécessaires car ils touchent les points clés à l'origine des problèmes, sans toutefois pouvoir remplacer complètement le levier indispensable d'une meilleure régulation publique.



# ÊTRE PARTENAIRE DES POLITIQUES PUBLIQUES

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar vise à démultiplier les impacts en se mobilisant pour des politiques publiques qui oeuvrent pour un meilleur revenu des producteurs, leur empowerment (autonomisation) à long terme, la protection de l'environnement, et le respect des droits des travailleurs. A ce titre, depuis l'origine il est partenaire des pouvoirs publics. Par exemple, dans de nombreux pays, dont la France, les Agences de Développement soutiennent le développement du commerce équitable.



**CYRILLE PIERRE,**  
DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DURABLE,  
MINISTÈRE DE L'EUROPE ET DES AFFAIRES  
ÉTRANGÈRES

## En quoi le commerce équitable contribue-t-il à l'aide publique au développement ?

Le commerce équitable s'attache à améliorer les conditions de vie des agriculteurs les plus pauvres dans les pays en développement. Or, quelle est la situation ? Aujourd'hui, 815 millions de personnes souffrent encore de la faim dans le monde, dont 75% dans les zones rurales des pays en développement. Ceci n'est pas la conséquence d'un niveau de production alimentaire insuffisant globalement, mais plutôt de la pauvreté, des inégalités, des conflits et, dans les grands systèmes alimentaires, de l'exclusion des petits producteurs. Ce que nous nommons la « sécurité alimentaire » est un objectif majeur de nos politiques de développement, elle passe par l'augmentation du revenu de ces agriculteurs pauvres et le maintien

## LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, UN OBJECTIF MAJEUR

de l'agriculture familiale. C'est l'Objectif de Développement Durable 2 de la communauté internationale d'ici 2030 : « Zéro faim » ! Et celui affiché par l'Organisation des Nations Unies pour l'Agriculture et l'Alimentation (FAO). En

permettant aux agriculteurs de capter une plus grande part de la valeur de leur production, et en les protégeant de la volatilité des prix des matières premières agricoles, le commerce équitable agit dans le bon sens.

## Le commerce équitable est-il encouragé par les pouvoirs publics ?

Dès 2013, la France s'est engagée dans une politique ambitieuse de soutien au commerce équitable. Un premier Plan d'action national du commerce équitable (PNCE) a permis d'accroître de façon significative la consommation en France de produits issus du commerce équitable et de renforcer l'accompagnement de producteurs au Sud engagés dans la production équitable. Le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères a mené à bien les actions dont la responsabilité lui incombait.

## UNE POLITIQUE AMBITIEUSE DE SOUTIEN AU COMMERCE ÉQUITABLE

Concrètement, nous avons soutenu ces dernières années des projets sur le terrain qui mettent en place de nouvelles filières équitables comme le cacao et le coton en Afrique de l'Ouest, le café au Laos... Une fois établies, ces filières n'ont plus besoin d'aides publiques car le principe du commerce équitable est précisément de construire une relation commerciale équilibrée tout au long de la chaîne, reflétée dans un prix et identifiée par des labels reconnaissables.

Ainsi, la pertinence du commerce équitable pour renforcer l'aide au développement a été consacrée par plusieurs textes dont, le CICID du 31 juillet 2013, qui précise les priorités de la politique française de développement et de solidarité internationale ; la loi du 7 juillet 2014 relative à la politique de développement et de solidarité internationale ; ainsi que le CICID du 8 février 2018, qui réaffirme la détermination du Gouvernement à poursuivre cette politique, *« La France poursuivra la mise en œuvre de la stratégie « Innover ensemble » pour promouvoir les initiatives partenariales d'économie inclusive, sociale et solidaire et d'investissement à impact, ainsi que le commerce équitable »*.



## LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Le changement climatique est devenu une réalité tangible pour les millions de producteurs et travailleurs agricoles dans les pays en développement : raréfaction des pluies, sécheresse, maladies parasitaires et végétales se multiplient et la productivité des plantes diminue... C'est l'injustice climatique : les plus pauvres des producteurs subissent les effets les plus durs du dérèglement. Ils ont impérativement besoin de soutien technique et financier pour s'adapter, et d'aide pour développer des méthodes agricoles durables moins émettrices et préservant les ressources naturelles. Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar se mobilise donc à travers un programme spécifique « climat ».

Les cahiers des charges du label incluent déjà de nombreux critères environnementaux : diminution de la consommation d'eau, restriction de l'usage d'engrais et de pesticides, promotion de l'agriculture biologique. Mais au-delà, le programme « climat » s'appuie notamment sur des formations dispensées par les trois réseaux de producteurs et sur des projets pilotes. Il poursuit trois objectifs :

### 1. AIDER À L'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Les conseillers locaux des réseaux Fairtrade organisent des formations afin d'aider les familles paysannes à identifier les effets du changement climatique ainsi qu'à élaborer et à appliquer des stratégies d'adaptation. Ils proposent des formations sur les méthodes agricoles durables, créent des parcelles de démonstration ou mènent des actions de reforestation. Fairtrade Afrique prévoit la mise en place d'une Climate Change Academy pour des recherches et des formations ciblées.

### 2. RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Méthodes agricoles durables, gains d'efficacité, énergies renouvelables sont des outils essentiels pour réduire les émissions polluantes. De nombreuses initiatives ont déjà fait leurs preuves : fours à haut rendement nécessitant moins de bois et dégageant ainsi moins de CO2, unités photovoltaïques ou au biogaz pour la cuisine, l'éclairage ou l'eau chaude etc.

### 3. ALERTER LES POUVOIRS PUBLICS

Les ONG du mouvement Fairtrade/Max Havelaar mobilisent la société civile et les acteurs politiques afin de faire entendre la voix des petits producteurs touchés par le changement climatique. En outre, elles aident à trouver des aides financières pour les projets d'adaptation au changement climatique ou à collaborer avec des initiatives de la société civile.

L'ampleur des mesures à mettre en œuvre pour lutter contre le changement climatique est immense et dépasse le projet initial du commerce équitable. Il est nécessaire que les citoyennes et citoyens, les responsables politiques, les entreprises, et toute la société civile assument conjointement leurs responsabilités.

# LE RÔLE DES ENTREPRISES : DÉPLOYER LEUR ENGAGEMENT

**Les entreprises ont un rôle essentiel pour contribuer aux Objectifs de développement durable (ODD) : le commerce équitable leur offre des solutions concrètes pour mettre en œuvre cette contribution.**

Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à intégrer dans leur stratégie des préoccupations environnementales et sociales et à veiller un approvisionnement responsable ; les ODD sont aujourd'hui une feuille de route commune aux acteurs étatiques comme non-étatiques.

Nouvelles régulations, devoir de vigilance, sécurisation des approvisionnements, durabilité des filières, transparence de la chaîne logistique...le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, par son approche holistique (économique, sociale et environnementale), est un outil privilégié pour mettre en œuvre les 3 piliers de la durabilité. Outil de RSE démultiplicateur d'impacts

sur le terrain, il aide les entreprises à répondre à ces enjeux.

Dans tous les secteurs d'activité existent des façons d'intégrer le commerce équitable aux pratiques d'approvisionnement et aux offres. Les entreprises ont l'opportunité de développer une offre différenciante, en phase avec les attentes des consommateurs, et de participer ainsi à un modèle d'économie éthique et responsable amené à devenir la norme.

Depuis 25 ans, le profil des entreprises partenaires s'est diversifié : en majorité des PME à l'origine, pionnières engagées sur 100% de leur offre, suivies par des entreprises de la bio soucieuses d'adresser l'enjeu social-équitable, il comprend aujourd'hui près de 2 000 entreprises, des grands groupes jusqu'aux start-up. Malgré leurs différences, toutes partagent un même engagement et s'appuient sur les mêmes cahiers des charges équitables.

## JEAN-PIERRE BLANC, DIRECTEUR GÉNÉRAL DES CAFÉS MALONGO



La boîte des Petits Producteurs a fêté ses 20 ans. C'était difficile au début, compliqué ensuite mais tellement passionnant et enrichissant que l'on ne regrette jamais de s'être engagé dans cette voie novatrice ! En 1997, l'idée était de mettre en valeur les producteurs avec une photo que j'avais prise moi-même au Chiapas. Je voulais transmettre ce que j'avais ressenti en rencontrant ces producteurs dignes qui travaillent la terre. C'est aujourd'hui le produit issu du commerce équitable le plus vendu en France. En 2017,

pour Malongo, cela représente près de 5 000 tonnes de café payé au prix « Fairtrade », plus de 10 000 familles de producteurs bénéficiaires et plus de 2 000 000 de dollars de prime de développement pour financer les programmes collectifs, crèche, santé, éducation etc... avec

pour le consommateur la certitude de consommer un café de grande qualité. C'est le secret : la qualité, grâce aux hommes qui le cultivent et ceux qui le torréfient avec passion, dans le respect des traditions.

Le commerce équitable est toujours aussi moderne et innovant car c'est un modèle économique de « rupture », avec un partage de la valeur entre les différents acteurs. 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, qui permet aux producteurs de prendre en main leur destin par la reconnaissance de leur travail.

Les consommateurs veulent acheter un produit sain, de qualité et qui rémunère le travail des producteurs. Les consommateurs des nouvelles générations veulent aligner leurs valeurs personnelles, professionnelles et de consommation. Le commerce équitable répond bien à cet équilibre de motivations.

**LES CONSOMMATEURS VEULENT ACHETER UN PRODUIT SAIN, DE QUALITÉ ET QUI RÉMUNÈRE LE TRAVAIL**

## NICOLAS BONNETOT, DIRECTEUR ALIMENTAIRE ET BEAUTÉ, MONOPRIX



Fidèle à son engagement de démocratiser le bon, Monoprix a été, en 1998, le 1er commerçant généraliste à proposer à ses clients des produits issus du commerce équitable.

Depuis février 2018, l'enseigne ne distribue dans ses magasins qu'une seule référence de banane : une banane bio et équitable labellisée Max Havelaar. Les deux démarches (bio et commerce équitable) sont très liées et cette offre simple et unique sur le marché permet d'avoir un impact important.

**UN IMPACT IMPORTANT**

Ce projet a nécessité du temps : c'est un changement de paradigme, qui demande de concilier précision et technique pour assurer les volumes et un sourcing de qualité, tout en tenant compte des impératifs économiques et commerciaux.

Nous avons observé une réelle différence dans les bananeraies : la vie des producteurs et de leurs familles s'est améliorée, et de meilleures pratiques agricoles ont été adoptées. C'est très gratifiant. Avec des milliers de tonnes de bananes, on participe à changer la vie de ces communautés et on agit pour la planète.

L'offre alimentaire de Monoprix devient de plus en plus responsable et bienveillante pour les producteurs, la planète et les consommateurs. Notre rôle est d'être en avance sur toutes les tendances : nous avons supprimé les œufs de poules élevées en cage, notre lait est 100% équitable...l'engagement et la responsabilité font partie de l'ADN de la marque Monoprix. Nous avons un rôle d'acteur citoyen à jouer : c'est important de proposer du sens à notre clientèle, tout comme à nos équipes qui sont fières de contribuer à un commerce plus responsable. Nous répondons ainsi à des attentes de transparence et de cohérence.

**NOS ÉQUIPES SONT FIÈRES DE CONTRIBUER À UN COMMERCE PLUS RESPONSABLE**

## LIONEL PIERRE, PDG, CHOCOLATERIE CHEVALIERS D'ARGOGUES



L'Humain est au cœur de notre projet depuis la création de notre chocolaterie en 1991. Chaque jour, nous veillons à mettre un point d'honneur sur l'aspect social au sein même de nos ateliers. C'est notamment pour cette raison, que l'intégration du label Fairtrade/Max Havelaar sur notre gamme Bio fut une évidence. Il nous permet de pouvoir matérialiser nos convictions en tant que professionnels du cacao depuis 27 années.

Au cours de ces dix dernières années, nous avons pu constater une hausse considérable de la demande des produits de notre gamme Bio/Fairtrade auprès de nos partenaires, premiers témoins de l'engouement pour un nouveau mode de consommation plus sain et participatif. Nous sommes ravis de cette progression car elle permet de renforcer notre collaboration avec le label à travers les primes de développement, de plus en plus importantes, dont bénéficient les producteurs.

Notre vision pour les cinq années à venir est de pouvoir tendre vers une homogénéisation de gamme. Nous souhaitons ne plus avoir à faire la différence entre notre gamme conventionnelle et notre gamme Bio/Fairtrade et proposer ainsi une seule et unique gamme « Bio/Fairtrade ».

**UNE HAUSSE CONSIDÉRABLE DE LA DEMANDE**

**256 entreprises sont engagées aux côtés de Max Havelaar France et proposent plus de 3 000 produits sur le marché français.**



© Lena Granefelt

## LE RÔLE DES CONSOMMATEURS : DES ATTENTES CROISSANTES.

De plus en plus, les consommateurs souhaitent savoir d'où proviennent leurs produits, de quelle façon ils sont cultivés et transformés et même par qui. Un besoin de se reconnecter à la terre mais aussi à ceux qui les façonnent, un besoin de transparence pour faire des choix en connaissance de cause, un besoin de prendre soin d'eux-mêmes et de leur famille.

Le label Fairtrade/Max Havelaar permet de rapprocher le producteur du consommateur et, ce faisant, redonne du sens à son acte d'achat. L'équitable est devenu un achat qui répond à un besoin éthique dans le marché en pleine croissance de la consommation responsable.

### CRITÈRES D'ACHAT DES PRODUITS ALIMENTAIRES

LES FRANÇAIS DE PLUS EN PLUS SENSIBLES AUX CRITÈRES DU COMMERCE ÉQUITABLE :



\* Sondage OpinionWay 2018

## PHILIPPE MOATI, CO-FONDATEUR DE L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION (L'OBSOCO)

L'aspiration à consommer mieux est prégnante. Au-delà du déclaratif, cela se traduit de plus en plus par un passage à l'acte et le développement de la consommation responsable. Les Français sont de plus en plus nombreux à chercher à donner du sens à leur consommation, c'est-à-dire, à travers leurs achats, à exprimer leur adhésion à des valeurs et, au-delà du « bénéfice-consommateur », à faire un petit geste pour l'environnement, pour l'emploi, ou encore pour la vitalité du territoire.

Une part croissante de la population a pris conscience de ce qu'implique l'acte d'achat, de ce que la production et la consommation génèrent comme externalités négatives, sur l'environnement, mais aussi sur les producteurs, la désindustrialisation des territoires... mais le sort des salariés des pays en développement reste quelque peu oublié.

A travers des gestes du quotidien, chacun peut participer à un monde meilleur. Cependant, les « puristes », ceux qui seraient prêts à sacrifier leur intérêt de consommateur pour une dimension sociétale collective, sont peu nombreux. Il ne s'agit pas uniquement de l'impact sur le portefeuille, mais du plaisir, du goût, de l'affection pour telle marque. Les offres doivent aujourd'hui tenter de combiner une promesse de bénéfices personnels et un intérêt collectif.

### LA DIMENSION RESPONSABLE NOURRIT LA PERCEPTION DE QUALITÉ

Dans une enquête sur la qualité des produits alimentaires que nous avons menée en 2016, nous avons pris la mesure de l'appétence grandissante des consommateurs pour la qualité, qui recouvre l'innocuité, les bénéfices santé, le plaisir gustatif, mais aussi la dimension responsable (environnement, petit producteur). Étonnamment, toutes ces dimensions étaient évoquées simultanément. La dimension santé prend une grande place, mais la dimension responsable est incontournable.

L'étude sur les éthiques alimentaires conduite en 2017 a révélé l'existence d'un groupe de consommateurs de taille significatif (de l'ordre de 20 % du total) qui a adopté des comportements alimentaires s'écartant sensiblement du régime alimentaire standard et qui les justifient par des considérations éthiques fortes, le respect de l'environnement et de la condition animale,



sur fond d'une défiance très forte à l'égard du système « industriel » et des grands acteurs qui le composent. Mais c'est aussi le groupe de consommateurs qui se révèle le plus sensible à la santé... On retrouve ici l'importance de la combinaison entre bénéfices personnels et bénéfices collectifs. Ce n'est donc pas étonnant que l'équitable, avec la dimension bio, bénéficie d'un engouement fort des consommateurs.

Nous sommes dans une période de transformation profonde du commerce et des modes de consommation. Le modèle industriel est contesté. Cela traverse de manière plus ou moins radicale presque toutes les couches de la société. L'univers du grand, du vertical, de l'artificial est délaissé au profit du petit, de l'horizontal, du local, de l'ancré. Les différents observatoires que nous avons mis en place depuis la création de l'ObSoCo en 2011 montrent à quel point les changements sont profonds et témoignent d'une rupture et, plus généralement, de l'entrée dans un nouvel épisode de l'histoire du capitalisme et de la société de consommation. Nous sommes en train de changer d'époque !

### UNE TRANSFORMATION PROFONDE DU COMMERCE ET DES MODES DE CONSOMMATION



## TÉMOIGNAGE D'ESTHER NYAMBURA :

# LE COMMERCE ÉQUITABLE FAIT ÉNORMÉMENT POUR NOUS

Un exemple de bonne pratique : les conditions de travail dans cette ferme floricole au Kenya, certifiée Fairtrade/Max Havelaar, font figure de référence pour les travailleurs agricoles de toute la région.

Il ne manque plus que quelques gestes avant que les roses soient expédiées en Europe. Son bloc-notes à la main, Esther Nyambura Juma vérifie la quantité de roses déposée dans la chambre froide avant acheminement. Une fois le contrôle effectué, la jeune femme de 29 ans saisit les données sur ordinateur. Son poste de « recorder », qui consiste à consigner les sorties de marchandises, elle le doit à son ambition naturelle et à la formation qu'elle a pu suivre grâce à Fairtrade/Max Havelaar.

En 2012, Esther Nyambura lit une offre d'emploi de Bigot Fleurs, ferme floricole. Elle postule avec succès pour le poste de trieuse. Elle commence alors à classer les fleurs selon leur type et leur qualité. La région compte de nombreuses fermes floricoles. Esther ne connaissait pas le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar au moment de déposer sa candidature. Mais ses collègues ont eu tôt fait de lui expliquer. « Elles m'ont dit que le commerce équitable faisait beaucoup

**LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT SERT À PAYER LES DROITS DE SCOLARITÉ DE NOS ENFANTS**

pour améliorer notre situation par rapport aux autres fermes floricoles. » Elle s'en rend compte en signant son contrat de travail. « Nous pouvons compenser les heures supplémentaires effectuées.

On nous fournit des vêtements de protection de qualité. Ici, il y a une clinique et la prime de développement sert à payer les droits de scolarité de nos enfants. »

En 2014, elle a la possibilité de suivre une formation en informatique d'une année financée par la prime Fairtrade/Max Havelaar. Une fois sa formation terminée, elle postule pour le poste de recorder qu'elle occupe actuellement. Esther Nyambura raconte son ascension professionnelle avec fierté.

Son parcours n'aura pourtant pas été facile. Troisième d'une fratrie de cinq enfants, elle grandit au sein d'une famille modeste à Nakuru, à quelques 70 km de Naivasha. Ses parents cultivent du maïs et des haricots. La région est agricole, mais les récoltes suffisent à peine à survivre. Esther Nyambura est la seule de sa famille à avoir fréquenté une école secondaire. Consciente de ce privilège, elle a toujours voulu en tirer le meilleur parti.



**54 000**  
**TRAVAILLEUSES ET TRAVAILLEURS**  
sont actifs dans les fermes horticoles certifiées Fairtrade/Max Havelaar

**UNE FORMATION FINANCÉE PAR LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT**

## UNE SÉCURITÉ POUR LES JEUNES MÈRES

Le fait de travailler dans une ferme certifiée Fairtrade/Max Havelaar fait une grande différence pour cette mère qui élève seule ses deux enfants. « Une de mes amies travaille à côté, dans une ferme non certifiée. Les ouvrières sont accablées par le travail, leurs heures supplémentaires ne sont pas payées et les produits chimiques ne sont pas utilisés correctement. » En particulier, Esther est choquée par la façon dont on y traite les femmes. « Les femmes enceintes ne sont plus payées dès qu'elles ne peuvent plus travailler. Après l'accouchement, elles doivent travailler gratuitement pendant deux mois pour récupérer leur emploi. » La direction est constituée uniquement d'hommes.

**LES FEMMES BÉNÉFICIENT DES MÊMES CHANCES**

Esther explique que chez Bigot Fleurs, les femmes bénéficient des mêmes chances. « Ici, les hommes ne sont pas avantagés. Seules les qualifications comptent. »

Pour cette grande ferme floricole qui emploie un millier de personnes, obtenir la certification Fairtrade/Max Havelaar demande de changer beaucoup de choses par rapport à la législation en vigueur. Aucune ferme ne demande la certification sans être convaincue de l'idée de l'empowerment.

Grâce au commerce équitable, près de 75 % des travailleurs agricoles sont désormais syndiqués. Ils décident eux-mêmes de l'utilisation de la prime de développement – sans que la direction n'intervienne.

**LES EMPLOYÉS DÉCIDENT EUX-MÊMES DE L'UTILISATION DE LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT**

La moitié des primes sert à financer des bourses. Tous les employés reçoivent une aide financière pour payer les droits de scolarité de leurs enfants. Si le gouvernement kenyan tient sa promesse de diminuer le montant des frais de scolarité dès cette année, il restera davantage d'argent pour aider les employés à financer les études de leurs enfants.

Dans la région de Naivasha, plusieurs fermes floricoles certifiées Fairtrade/Max Havelaar se sont regroupées afin de financer un grand projet. C'est ainsi qu'elles ont pu construire la maternité de Naivasha il y a cinq ans. Depuis, 14 000 bébés y ont vu le jour. Il s'agit d'un progrès significatif pour la région. Plus de la moitié des employés du secteur floricole sont des femmes. Leur accès aux soins de santé s'est énormément amélioré.

**PLUSIEURS FERMES FLORICOLES SE SONT REGROUPÉES POUR FINANCER LA CONSTRUCTION D'UNE MATERNITÉ**

En outre, la ferme Bigot Fleurs a mis en place un programme de soutien pour les personnes séropositives. Neble Aliudra, une collègue d'Esther Nyambura, est l'une des rares personnes à évoquer ouvertement la maladie. « J'ai eu deux enfants depuis que je participe au programme. Tous les deux sont en bonne santé. » Aliudra bénéficie de repas spéciaux et d'un suivi médical ainsi que de formations sur les effets de la séropositivité.

En tant que collaboratrice de la ferme floricole certifiée, Esther Nyambura reçoit de l'argent pour payer les frais de scolarité de ses enfants.



**6,8 MILLIONS €**  
**DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT**  
ont été versés en 2016 aux travailleurs des fermes floricoles de par le monde

« Fairtrade/Max Havelaar nous soutient. J'en suis très reconnaissante. J'espère que d'autres personnes suivront mon exemple en parlant ouvertement de leur séropositivité. » La plupart des séropositifs n'osent pas parler par peur des préjugés. Aliudra sait que beaucoup de gens la trouvent courageuse. Elle espère que son approche du VIH deviendra la norme.

## FAIRTRADE/MAX HAVELAAR MET LES AUTRES FERMES SOUS PRESSION

Pour Esther Nyambura, une chose est claire : beaucoup de gens veulent travailler ici parce que les fermes en commerce équitable offrent une sécurité à leur personnel.

« Mais les salaires doivent augmenter », constate-t-elle. Les salaires de départ sont bas, même si grâce au commerce équitable, ils sont supérieurs à ceux des autres fermes. Au-delà de l'aspect financier, le commerce équitable permet des progrès considérables qui mettent les autres fermes sous pression, si bien que les conditions de travail s'améliorent dans toute la région. Cette évolution positive se poursuivra tant que les fleurs équitables seront demandées sur le marché et que les consommatrices et consommateurs veilleront à la présence du label.

Esther Nyambura a des projets bien définis pour l'avenir. « J'aimerais fonder une organisation caritative. Il est tellement important que les enfants des employés puissent aller à l'école. J'aimerais aider encore plus de gens à scolariser leurs enfants. »

**LES FERMES EN COMMERCE ÉQUITABLE OFFRENT UNE SÉCURITÉ À LEUR PERSONNEL.**

Esther Nyambura Juma contrôle quotidiennement les fleurs fraîchement coupées.





**ENSEMBLE, DEPUIS 25 ANS,  
NOUS CHANGEONS LE COMMERCE  
POUR UN MONDE PLUS JUSTE.**

L'**ONG Max Havelaar France**, membre fondateur du mouvement international Fairtrade/Max Havelaar, agit pour un commerce équitable, respectueux des droits humains et de l'environnement.

Avec **le label Fairtrade/Max Havelaar**, elle mobilise les entreprises, les consommateurs et les pouvoirs publics afin de transformer les pratiques et de soutenir les producteurs et travailleurs défavorisés. Elle sensibilise l'opinion publique et milite en faveur d'une économie mondiale éthique et responsable.



**Association Max Havelaar France**

Le Château Etic | 75 Allée des Parfumeurs | 92000 Nanterre

[www.maxhavelaarfrance.org](http://www.maxhavelaarfrance.org)

+33 (0)1 42 87 70 21 | [info@maxhavelaarfrance.org](mailto:info@maxhavelaarfrance.org)

