



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE

AGIR

POUR UNE AUTRE
MONDIALISATION

RAPPORT ANNUEL
2019



AGIR

POUR UNE AUTRE MONDIALISATION

Au moment d'éditer ce rapport, toutes les conséquences de la pandémie sur les filières équitables ne sont pas connues et, comme c'est l'usage, ce document se limite à l'activité sur les 12 mois de 2019, une année d'activité très intense pour l'ONG Max Havelaar France.

Pour notre vocation de labellisation de produits équitables tout d'abord: une progression de +22 % des ventes de produits portant le label en France (p. 14-17), cela signifie un développement vigoureux des échanges équitables au bénéfice des producteurs: +29 % de cacao, +25 % de bananes, +9 % de café en volumes vendus. Mais aussi beaucoup plus de références équitables disponibles (+250 produits) et plus d'entreprises engagées à nos côtés (+26). Alors que la consommation alimentaire n'aura progressé, elle, que de 1.2 %. La (forte) croissance des produits responsables marque un vrai changement dans les choix des consommateurs.

Pour notre rôle de plaidoyer ensuite: l'organisation du GY des Jeunes (Youth 7), sous le Haut Patronage du Président de la République nous a permis d'adresser nos messages à un large public institutionnel et surtout aux jeunes générations qui font désormais le lien entre leur combat climatique et l'engagement pour la justice économique (p. 22). Ce que montre d'ailleurs notre premier Baromètre de la Transition Alimentaire: l'attente n°1 de toutes les catégories de Français est désormais la meilleure rémunération

des producteurs, notre combat de toujours. Combat qui se mène désormais également au Nord afin de soutenir les agriculteurs les plus vulnérables: Max Havelaar a des propositions concrètes en la matière.

Au Sud, notre action d'appui aux producteurs.rice.s c'est bien sûr les critères du cahier des charges du label (prix minimum garanti, prime sociale de développement, règles environnementales, autonomisation etc.), mais aussi des programmes d'appui. Ils permettent de mobiliser les financeurs publics (p. 10-13) comme par exemple en faveur de l'École du Leadership des Femmes de Fairtrade Africa que soutiendra l'Agence Française de Développement ces trois prochaines années.

Pour démultiplier l'engagement équitable, nos actions d'éducation et de sensibilisation sont clés (p. 18-23). 2019 a vu le lancement d'un vaste programme d'éducation au commerce équitables: *Fair Future* Max Havelaar France mobilisant notamment les étudiants (p.20). Nous avons reconduit le succès du Village de l'Équitable à La Villette à Paris ainsi qu'une large campagne de communication.

AGIR donc, titre de ce rapport. Et agir ensemble comme l'incarne notre ONG à gouvernance plurielle (P. 26). Dans les pages qui suivent c'est une année d'actions que vous découvrirez.



**Aurélien
CHEVRILLON-DUPLEIX**
présidente



**Blaise
DESBORDES**
directeur général



NOTRE VISION ■

Une autre mondialisation économique est possible, qui ne soit pas synonyme d'exploitation humaine, de violations des droits, ni de destruction de la planète, basée sur un commerce éthique et responsable. Aujourd'hui, les prix des matières premières agricoles - construits sans référence à leurs coûts de production - et leur fluctuation ne permettent pas à celles et ceux qui produisent ces denrées de vivre décemment de leur travail.

UN COMMERCE ÉQUITABLE COMME LEVIER D'UN MONDE PLUS JUSTE

Un modèle existe - pour une économie mondiale et locale - fondé sur plus de justice sociale et environnementale. Ensemble, les membres du mouvement Fairtrade/Max Havelaar, dont Max Havelaar France fait partie, visent à construire un monde dans lequel les producteur.rice.s et les travailleur.euse.s agricoles puissent **vivre dignement de leur travail**, orienter leur production vers des méthodes respectueuses de l'environnement, et disposer des ressources pour choisir leur avenir.

LE PARTAGE DE LA VALEUR

La libéralisation des filières agricoles mondiales qui nous nourrissent créé des inégalités et une concentration importante de la valeur autour de quelques acteurs, intermédiaires, industriels et distributeurs. Le commerce équitable rééquilibre ce rapport de force : il impose aux entreprises engagées un partage plus juste de la valeur, plus que jamais nécessaire **pour assurer la durabilité réelle des filières**.

AU SERVICE DE LA TRANSITION SOCIÉTALE

Le commerce équitable est un outil efficace et concret qui permet à chaque acteur (producteur, négociant, fabricant, consommateur...) de **participer à la transformation écologique et solidaire de notre société**. Et il agit sur l'ensemble des dimensions du développement durable : économique, sociale et environnementale. Avec une conviction forte : pas de durabilité sans une réponse robuste aux enjeux économiques avant tout.

TRANSFORMER LES PRATIQUES DES ACTEURS ÉCONOMIQUES ET DES CONSOMMATEUR.RICE.S

Si le changement passe par **des entreprises qui s'engagent**, en parallèle la mise en œuvre de **politiques publiques fortes** est aussi indispensable : le cadre réglementaire doit évoluer, en France et en Europe, par la modification des traités de commerce...

La prise de conscience grandissante de l'impact de la consommation, l'attention portée par les consommateur.rice.s aux problématiques rencontrées par les producteur.rice.s, leur choix croissant pour les produits équitables, des entreprises de plus en plus nombreuses à s'engager dans une démarche de responsabilité sociétale, et les impacts sur le terrain relevés viennent conforter **l'ambition de faire de ce commerce équitable et durable la norme et non l'exception**.



NOS DÉFIS ■

DÉPLOYER UN SOUTIEN EFFICACE FACE À LA CRISE SANITAIRE ET ÉCONOMIQUE DU COVID 19

La crise sanitaire et économique en cours aura des répercussions sur les plus fragiles dans les filières, au premier rang desquels les petit.e.s producteur.rice.s et travailleur.euse.s agricoles des pays en développement. Le filet de sécurité économique que constitue le commerce équitable leur sera indispensable pour atténuer les conséquences de la crise. Dès mars 2020, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar a assoupli les règles pour que la prime de développement équitable puisse être distribuée pour des besoins immédiats. Et en avril ont été créés deux fonds exceptionnels dotés de plusieurs millions d'euros grâce à la solidarité au sein du mouvement et aux apports des bailleurs et partenaires :

■ **Un fonds de soutien court terme aide les producteur.rice.s à financer des mesures de sécurité sanitaire, à compenser temporairement des pertes de revenus et à apporter des soins d'urgence.**

■ **Le deuxième, Fonds de résilience, répondra aux besoins économiques des organisations de producteurs touchées par la crise sur le moyen et long terme.**

DONNER LES MOYENS AUX PRODUCTEUR.RICE.S FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE ET POUR UNE AGRICULTURE DURABLE

Le changement climatique est une réalité tangible. La capacité d'adaptation des producteur.rice.s devient encore plus vitale.

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar apporte un soutien technique et financier pour adapter leurs pratiques aux nouvelles exigences du terrain, mais aussi pour développer des méthodes agricoles durables. Les réseaux de producteurs Fairtrade développent des programmes et projets tels que les *Climate Schools* du réseau d'Asie et du Pacifique.

La *Liste des Produits Dangereux*, outil clé pour la préservation de l'environnement, a été mise à jour en 2019, **Max Havelaar France soutenant une ambition écologique forte.**

PARVENIR À ASSURER DES REVENUS ET SALAIRES DÉCENTS

Pionnier sur le sujet de l'établissement de salaires et de revenus décents, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar en a fait un chantier au centre de sa stratégie et s'est impliqué dans des coalitions internationales avec d'autres ONG et des centres de recherche.

Pour les producteur.rice.s ou pour les travailleur.euse.s, un revenu ou salaire décent doit couvrir les besoins vitaux et permettre une existence digne à tous les membres du foyer : accès à l'alimentation, une eau saine, un logement décent, l'éducation, les soins de santé et autres besoins essentiels, ainsi qu'une réserve pour les urgences et les économies - une fois les coûts agricoles couverts.

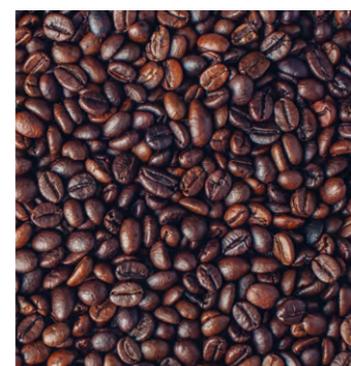
La double mécanique prix minimum et prime de développement (pour financer des projets collectifs) n'est parfois pas suffisante pour atteindre un revenu décent, en fonction d'autres facteurs comme la productivité, le niveau des services publics du pays concerné, les revenus complémentaires du foyer, la taille de sa parcelle. Des méthodes de calcul ont ainsi été développées pour déterminer des objectifs de revenu ou salaire par pays et filière. Un rapport sur l'avancée de cette stratégie « *Living Income progress Report* » a été publié en avril 2020 et des projets pilotes sont déployés sur le terrain.

DÉVELOPPER DES PROGRAMMES D'APPUI COMPLÉMENTAIRES AVEC LES BAILLEURS ET LES ENTREPRISES ENGAGÉES

L'engagement des producteur.rice.s dans le commerce équitable ne saurait répondre seul à tous les enjeux de développement durable d'un territoire. **Des programmes d'appui spécifiques sont ainsi proposés aux entreprises engagées**, en complément du paiement du prix garanti et de la prime de développement, ainsi qu'aux bailleurs. Ils visent à lutter contre le changement climatique, promouvoir l'égalité femmes-hommes, lutter contre le travail des enfants, la déforestation...

Souvent en complément d'un bailleur public, les entreprises ont **la possibilité de soutenir un programme déjà en place ou de participer à une composante, et ainsi d'appuyer les producteur.rice.s au-delà de l'achat et vente de produits équitables.**

Pour les entreprises partenaires, cela signifie renforcer et sécuriser leur chaîne d'approvisionnement via des actions ciblées sur les besoins des producteur.rice.s, se rapprocher des fournisseurs, approfondir leur connaissance des contextes, des enjeux et défis des producteur.rice.s, et développer leur politique de Responsabilité Sociale et Environnementale.



LE MOUVEMENT FAIRTRADE / MAX HAVELAAR DANS LE MONDE ■

FAIRTRADE INTERNATIONAL

Fairtrade International est l'ONG qui gère et représente le label Fairtrade /Max Havelaar au niveau mondial.

■ Elle établit les cahiers des charges à respecter pour obtenir la certification Fairtrade/Max Havelaar, calcule les prix minimum pour les denrées, organise le soutien aux producteurs.rice.s, développe la stratégie au niveau mondial, et met en œuvre un plaidoyer pour plus de justice dans le commerce international.

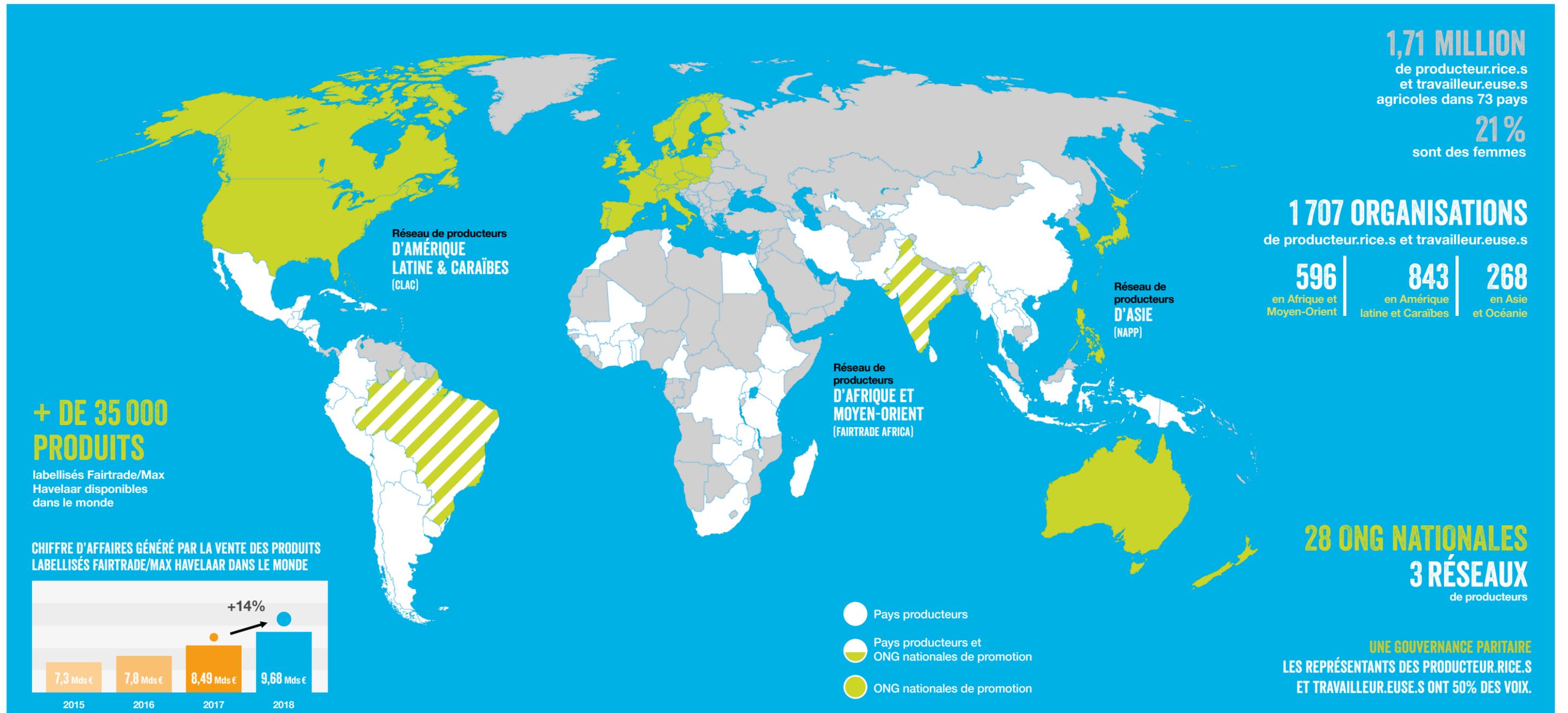
■ Elle est gérée démocratiquement et à parité entre ONG nationales telles que Max Havelaar France (50%) et réseaux de producteurs sur le terrain (50%).

MAX HAVELAAR FRANCE

Parmi les fondateurs du mouvement international Fairtrade/Max Havelaar en 1992, et l'un de ses membres les plus importants avec l'Allemagne et le Royaume-Uni, l'ONG Max Havelaar France 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.rice.s et travailleurs.euse.s défavorisé.e.s.

■ Elle sensibilise l'opinion publique et milite en faveur d'une économie mondiale éthique et responsable.



PRODUCTION CERTIFIÉE ET VENTE EN 2019

LES PRODUITS VENDUS AUX CONDITIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR PAR FILIÈRE

Si toute la production d'une organisation de producteurs est nécessairement certifiée, faute de débouchés suffisants elle n'est pas toujours entièrement vendue aux conditions du commerce équitable (prix minimum et prime de développement notamment). Un rôle clé des ONG de promotion comme Max Havelaar France est de réduire cet écart en augmentant les débouchés.

DANS LE MONDE

EN 2018



CAFÉ

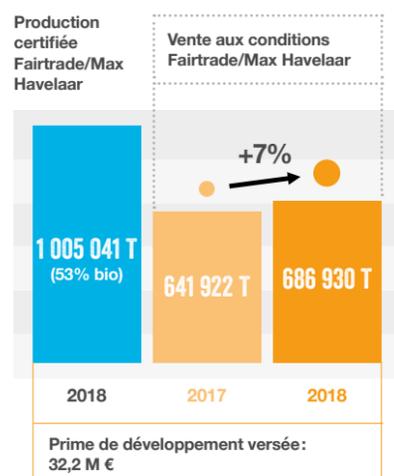
PRODUCTEUR.RICE.S : 758 474



BANANES

PRODUCTEUR.RICE.S/TRAVAILLEUR.EUSE.S : 28 168*

*dont 11 463 producteur.rice.s et 16 705 travailleur.euse.s



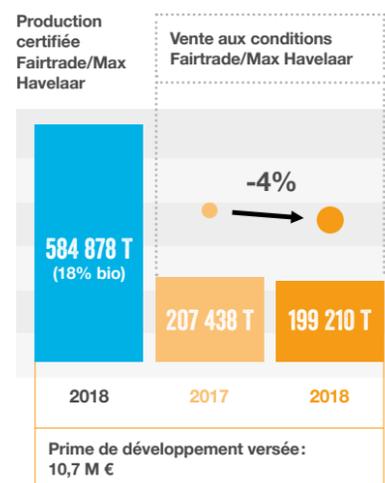
CACAO

PRODUCTEUR.RICE.S : 322 363



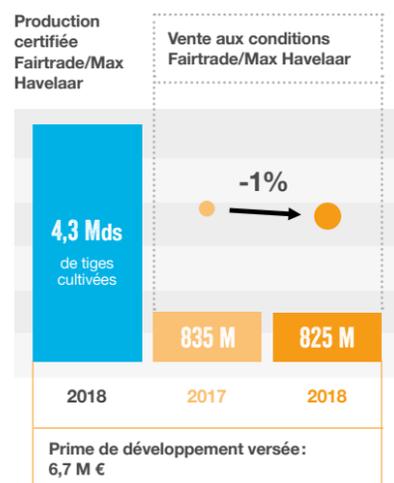
SUCRE

PRODUCTEUR.RICE.S : 55 227



FLEURS

PRODUCTEUR.RICE.S/TRAVAILLEUR.EUSE.S : 69 369



COTON

PRODUCTEUR.RICE.S : 45 576



Source: Monitoring fairtrade International 2018

EN FRANCE

EN 2019

PRINCIPAUX VOLUMES VENDUS PAR LES PRODUCTEUR.RICE.S DU MOUVEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN 2019 EN FRANCE

Une des missions principales de Max Havelaar France est de mobiliser les entreprises pour changer leurs pratiques et accroître les débouchés aux conditions équitables pour les producteur.rice.s défavorisé.e.s du sud de la planète.

Aux côtés des 27 autres associations dans le monde chargées de promouvoir le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, nous accompagnons les entreprises dans le développement de l'offre de produits équitables sur le marché français. L'engagement d'acteurs dans tous les secteurs d'activité, des pratiques d'approvisionnement aux offres produits, **se traduit une nouvelle fois cette année par des augmentations historiques** en France sur certaines filières, synonymes de conditions commerciales plus justes et plus durables pour plus de producteur.rice.s.



CAFÉ

11 766 T vendues



BANANES

81 390 T vendues



CACAO

12 035 T de fèves de cacao vendues



SUCRE

3 862 T vendues



FLEURS

15,9 M de tiges vendues



COTON FIBRE

1 730 T vendues



SOUTENIR

LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

PLUS DE MOYENS POUR LES COMMUNAUTÉS LOCALES POUR INVESTIR DANS LEUR AVENIR

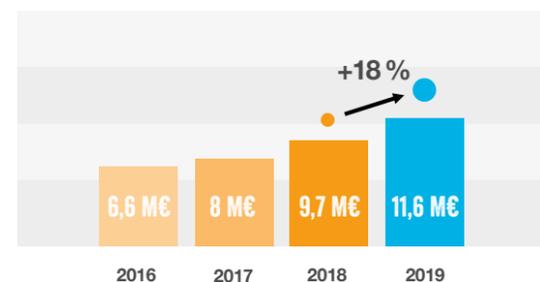
Les entreprises qui sont les premiers acheteurs dans la chaîne versent, **en plus de l'achat des matières premières**, une somme d'argent aux organisations de producteur.rice.s et comités de travailleur.euse.s, qui correspond, dans la plupart des filières, à +/-10% du prix minimum garanti. Cette prime de développement n'est pas sujette à négociation et son montant est fixé par Fairtrade International. Son utilisation est **décidée de manière collective et démocratique** par les producteur.rices et travailleur.euse.s.

Elle doit être investie **dans le développement de l'activité** (construction d'infrastructures, amélioration de la production...) et **dans des projets collectifs**, sociaux, environnementaux, qui favorisent un développement local durable (accès à l'eau, à la santé, à l'éducation...) et bénéficient à la fois aux paysan.ne.s ainsi qu'à l'ensemble de la communauté locale.

UNE CONTRIBUTION CONCRÈTE AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

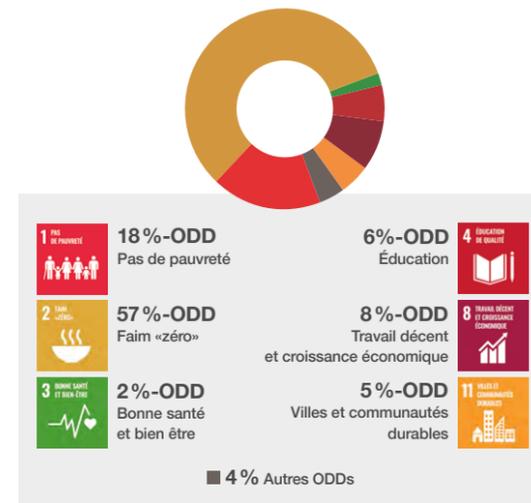
En alliant progrès économique, social et environnemental, le commerce équitable est un levier efficace de transition des modes de production et de consommation et contribue à la réalisation de nombreux Objectifs de Développement Durable (ODD) adoptés par les Nations unies. Les producteur.rice.s choisissent massivement les ODD de lutte contre la pauvreté et la faim.

PRIME DE DÉVELOPPEMENT GÉNÉRÉE EN FRANCE EN 2019 pour les organisations de producteur.rice.s et travailleur.euse.s



OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

CONTRIBUTION DES PRIMES DE DÉVELOPPEMENT AUX ODD*



187,7 M€

Prime de développement totale versée dans le monde en 2018 à 1707 organisations

50%

de la prime des comités de travailleur.euse.s investis dans l'éducation et le logement

50%

de la prime des organisations de producteur.rice.s investies dans les services aux producteur.rice.s (redistribution, matériel agricole...)

DES PROGRAMMES D'APPUI AUX PRODUCTEUR.RICE.S

En complément de la mise en place de conditions commerciales équitables, Max Havelaar France contribue au renforcement des capacités des organisations de producteur.rice.s via les programmes d'appui qu'elle déploie en direct ou par le biais de Fairtrade International et des trois réseaux de producteur.rice.s du mouvement.

Des équipes spécialisées mettent en œuvre sur le terrain cet appui via des formations et un accompagnement. En 2019, Max Havelaar France a participé, aux côtés de Fairtrade International ou d'autres organisations du mouvement, à des programmes de développement de grande ampleur :

SOUTIEN À LA FILIÈRE FLEURS EN AFRIQUE DE L'EST

Le *Flower Enhancement Program* a pour objectif de renforcer l'application des cahiers des charges Fairtrade et leur impact sur le secteur. Ceci passe notamment par des projets complémentaires en soutien des travailleur.euse.s, sur des thématiques telles que l'utilisation des primes de développement, l'amélioration des salaires, les violences liées au genre ou l'impact environnemental.

Plusieurs des plantations impliquées dans ce projet fournissent des partenaires économiques de Max Havelaar France, qui poursuit son soutien à ce projet en lien avec le réseau Fairtrade Africa.

PARTICIPATION AU PROJET SWITCH ASIA EN INDE

L'Inde connaît une forte croissance économique, néanmoins un tiers des pauvres dans le monde y vivent. **Dans ce pays encore très agricole, les filières équitables (coton, café, thé...) pourraient fortement contribuer à l'ODD1 (mettre fin à la pauvreté d'ici 2030).**

Max Havelaar France participe ainsi au *projet Switch Asia*, financé par l'Union Européenne, qui a pour objectif de renforcer l'engagement des consommateur.rice.s indien.ne.s, mais également des grands groupes européens qui aujourd'hui achètent en Inde, prennent des décisions en Europe, et reviennent vendre sur le marché Indien. L'engagement de ces entreprises vers des produits certifiés Fairtrade/Max Havelaar est clef.

En 2019, des discussions ont été engagées pour accroître l'engagement du groupe hôtelier français ACCOR à s'approvisionner en produits alimentaires durables. Deux responsables de Max Havelaar France ont mené une mission sur place fin 2019 afin notamment de développer la collaboration avec l'équipe de l'organisation sœur Fairtrade India et d'explorer les potentiels de la filière coton bio et équitable.



1^{ER} EFFET DE L'AUGMENTATION DU PRIX MINIMUM GARANTI POUR LES PRODUCTEUR.RICE.S DE CACAO

Les prix minimum garantis par le label Fairtrade/Max Havelaar pour chaque filière sont réévalués tous les 4 à 5 ans afin de correspondre aux besoins des producteur.rice.s.

En octobre 2019, est entrée en vigueur la réévaluation décidée par le mouvement Fairtrade/Max Havelaar du Prix Minimum Garanti pour le cacao de 2 000 à 2 400 dollars la tonne (+20%), ainsi que la prime de développement de 200 à 240 \$ par tonne.

Selon une évaluation menée par Fairtrade International sur les premiers mois de la « grande campagne » de récolte du cacao, entre octobre et décembre 2019, les producteur.rice.s de Côte d'Ivoire qui ont vendu leur production aux conditions du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, ont bénéficié d'une **augmentation de leur prix de vente de 17%.**

MAX HAVELAAR FRANCE SUR LE TERRAIN



SUIVI D'UN AUDIT DE CERTIFICATION EN INDE

Ludwig Tanchot, responsable de la Gestion du Label s'est rendu en Inde pour rencontrer l'équipe de certification FLOCERT India située à Bangalore qui réalise environ 400 audits par an. Il a suivi un audit de quatre jours auprès de UNITEA Company, l'une des plus anciennes plantations de thé.

Des réunions ont été organisées avec tous les représentants des travailleur.euse.s (comité hygiène et sécurité, représentants du comité de la prime, représentants des sections, syndicats, assemblée), ainsi qu'avec le médecin de l'hôpital. **Des contrôles ont été effectués par l'auditeur Flocert dans les zones de récoltes et les usines, et des entretiens inopinés ont eu lieu avec les travailleur.euse.s dans les champs.**

S'en sont suivies les vérifications documentaires et les contrôles des infrastructures, notamment de l'hôpital, de l'école, de la crèche, du dispensaire, des habitations des travailleur.euse.s (vérification de la salubrité et mise à disposition de gaz). **Toutes ces infrastructures ont été, pour tout ou partie, financées par la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar.**

L'auditeur a expliqué en fin d'audit les non-conformités mineures au directeur et à son équipe. Celle-ci les a traitées et l'auditeur a pu clore son rapport avec les premières propositions de mesures correctives d'UNITEA.

MIEUX CONNAÎTRE LA FILIÈRE COTON

Valeria Rodriguez, Responsable du plaidoyer et Paul Belchi, en charge des programmes et de l'évaluation de l'impact, ont rencontré les producteur.rice.s de la coopérative Chetna, acteur majeur de la production de coton bio-équitable en Inde.

Chetna est une organisation très dynamique de 11 coopératives qui multiplie les projets sociaux et environnementaux. **Environ 30% de leur financement proviennent de la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar.** Depuis 2016, 500 producteur.rice.s ont bénéficié d'un projet de restauration de la fertilité des sols sableux et d'accès à la terre, de fours améliorés permettant d'optimiser la consommation de bois, de banques de semences pour assurer le développement et la sauvegarde des ressources vivrières, très importantes pour la sécurité alimentaire des producteur.rice.s et de leur famille, et d'un système d'adduction d'eau potable pour deux écoles.

L'équipe de Max Havelaar France a également visité l'usine de confection textile *Armstrong Knitting Mills*, dont une partie du coton provient de Chetna. Certifiée Fairtrade/Max Havelaar et GOTS, cette usine propose des conditions de travail décentes aux femmes et hommes qui y travaillent. **Elle souhaite aller plus loin et augmenter les salaires grâce au soutien de marques engagées dans le commerce équitable.**

RENCONTRE AVEC DES PRODUCTEUR.RICE.S DE CACAO EN CÔTE D'IVOIRE

Marine Moschetti, responsable de la filière cacao a participé en Côte d'Ivoire au congrès annuel de Fairtrade Africa, le réseau continental du mouvement consacré aux défis sur le terrain: accès au marché, revenu décent, conséquences du changement climatique (augmentation des températures, avancée du désert, modification de la saison des pluies, augmentation des maladies). Des programmes sont mis en œuvre par Fairtrade Africa pour contrer ses effets. **Et depuis 2016, le Programme Cacao pour l'Afrique de l'Ouest vise à renforcer les capacités des coopératives à travers des formations et la mise en place de projets catalyseurs de changement.**

Dans la coopérative COOPRADI, Marine a pu mesurer l'impact positif du commerce équitable pour la communauté locale. Cette coopérative fait partie du programme *It takes a village to protect a child*, piloté par Fairtrade Pays-Bas. **La prime de développement a ici permis la construction de trois écoles alors qu'auparavant, les enfants devaient marcher 7 km pour accéder à l'éducation.** Beaucoup de jeunes enfants n'étaient donc pas scolarisés car la distance était trop importante pour eux.

COOPRADI a également construit une cantine scolaire pour 200 écolier.ère.s, dix pompes à eau, afin de ne plus chercher de l'eau à plusieurs kilomètres des villages, et un centre de santé.



DES ÉTUDES POUR MESURER L'IMPACT ET AJUSTER L'ACTION

Les différentes études d'impact conduites chaque année sont indispensables pour mesurer les effets du commerce équitable, mais également pour pouvoir s'inscrire dans une démarche de progrès continu.

Max Havelaar travaille sans cesse à l'amélioration de son modèle avec les réseaux de producteur.rice.s et les associations du mouvement international, notamment via la révision régulière des cahiers des charges du label et la mise en place de programmes adaptés aux enjeux de chaque organisation de producteur.rice.s.

Max Havelaar France œuvre pour la diffusion de connaissances sur les impacts de la certification, sur des filières spécifiques, ou sur des thématiques transverses telles que l'environnement, le genre, etc.

Suite aux études sur la filière Café menées en 2018 par exemple :

■ **Max Havelaar France a participé à la diffusion et la valorisation de la méta-étude Café: la success story qui cache la crise**, réalisée par le bureau d'étude Basic, publiée fin 2018 qui souligne la pertinence des outils du commerce équitable pour rééquilibrer le rapport de force et renforcer la durabilité des filières et a été présentée dans plusieurs événements internationaux, à l'International Trade Centre (ITC) de Genève, à la Convention Climat ainsi qu'au département DEVCO/EuropeAid de la Commission Européenne et à l'International Coffee Organization pour **promouvoir la création d'un Observatoire des Prix et des Marges.**

Les résultats de l'étude appuient aujourd'hui des opérations de sensibilisation et mobilisation, telle que Génération Équitable et l'appel à la mise en grève des machines à café dans les universités en attente d'équitable.

■ **L'étude d'impact réalisée par Max Havelaar France en 2018 au sein de la coopérative Centrocaca, au Pérou, a également donné lieu à la parution d'un article scientifique** dans la «Revue internationale des études du développement» (Éditions de la Sorbonne) publié en novembre 2019, et une présentation dans le cadre du 2ème Colloque international «Commerce Équitable et Développement Durable» co-organisée par l'Association Fairness-Africa et l'Ecole Supérieure de Technologie de l'Université Ibn Zohr d'Agadir, en avril 2019.



TRANSFORMER

Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar devient incontournable pour diversifier et démocratiser une offre « responsable »

Il devient aussi un réflexe des consommateurs. En témoignent les hausses remarquables des ventes de cacao et de bananes équitables et une progression ininterrompue des ventes de café équitable alors même que la consommation alimentaire confirme un recul amorcé en 2018 avec une nouvelle baisse de volume (-1,4% - IRI 2019).

UNE PROGRESSION EXCEPTIONNELLE

UN CHIFFRE D'AFFAIRES EN CROISSANCE DE 22% POUR LES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

■ En 2019, la croissance des ventes des produits Fairtrade/Max Havelaar est globale, sur toutes les catégories de produits (sauf thé et sucre), et tous circuits de distribution confondus.

■ La croissance est portée par les produits et marques phares du commerce équitable et par l'engagement de la grande distribution qui propose de plus en plus de produits équitables et poursuit le développement de son offre de produits labellisés à marque propre.

■ 60% des ventes se font désormais en grandes surfaces, un circuit toujours en forte croissance, grâce notamment à une nette augmentation de l'offre aux consommateurs, et pour certains cas, d'une offre exclusive pour une catégorie de produits. Ainsi, Monoprix poursuit son engagement en 2019 avec une offre 100% équitable pour les 25 tablettes de chocolat à marque propre.

■ Les soft et hard discount contribuent à la croissance avec le maintien de gammes complètes de produits chocolatés labellisés Fairtrade/Max Havelaar. L'augmentation des ventes sur ce réseau et le recours plus fréquent au commerce équitable pour la plupart des marques de distributeurs témoignent d'une démocratisation des produits équitables.

■ Les 40% restants, également en croissance, concernent les ventes des magasins bio, des cafés, hôtels et restaurants, la distribution automatique et la consommation en entreprise ou collectivités.

■ 28 nouvelles entreprises, dont 26 françaises ont rejoint la démarche l'an dernier.

902 M€

de chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar réalisé en France en 2019, soit 22% de plus qu'en 2018

4 136 PRODUITS

labellisés Fairtrade/Max Havelaar commercialisés, soit +12% vs 2018, dont 71% bio

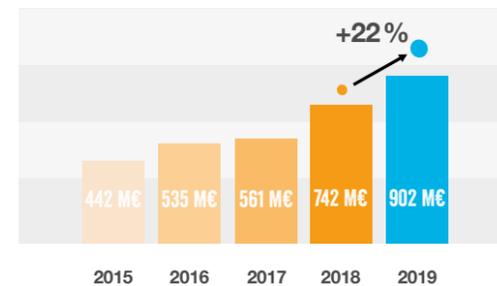
307 ENTREPRISES

partenaires (148 françaises et 159 étrangères) vendent en France des produits labellisés

11,6 M€

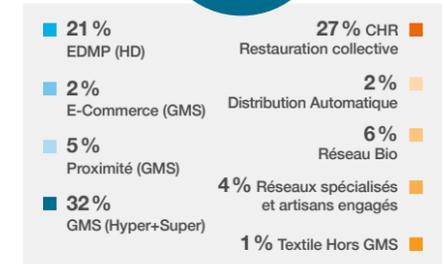
Prime de développement générée en France en 2019

PROGRESSION CONSTANTE DU CA DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR:



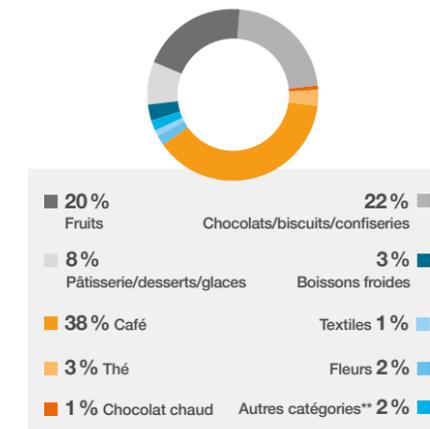
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2019

Circuits de distribution



CHR: Café, Hôtel, Restaurant
EDMP: Enseigne à Dominante Marques Propres
HD: Hard Discount
GMS: Grande et Moyenne Surface

Groupes de produits



**0,9% Pâtes/riz/plats préparés
**0,7% Confitures/miel/tartinables
**0,6% Sucres et produits sucrants
**0,1% Épices/assaisonnements/aides culinaires
**0,1% Apéritif/noix/fruits séchés
**0,1% Boissons alcoolisées
**0,1% Cosmétiques

L'OFFRE VRAC ÉQUITABLE SE DÉVELOPPE

Avec 400 magasins spécialisés en France, 88% de magasins bio équipés d'un rayon vrac et 70% des GMS équipées d'un rayon dédié, ce mode de commercialisation responsable économisant les emballages est en plein essor, tous réseaux confondus, répondant aux attentes des consommateurs.

Max Havelaar France accompagne ce mouvement en proposant un appui spécifique aux entreprises afin de sécuriser les approvisionnements, valoriser le caractère équitable en magasin et transmettre l'information aux consommateurs.

GÉNÉRATRICE DE CHANGEMENT SUR LE TERRAIN

UTILISATION DE LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT

Organisation de petits producteur.rice.s



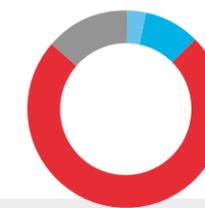
■ 50% Services destinés aux producteur.rice.s et à leurs familles: amélioration de la productivité, crédit, formations aux bonnes pratiques agricoles...

■ 40% Investissements pour renforcer l'organisation: ressources humaines, équipement, infrastructures, formations en gestion du conseil d'administrations et de divers comités (comité de la prime, comité des femmes...).

■ 4% Autres

■ 6% Investissements destinés à des projets communautaires: accès à l'eau, routes, écoles, santé, environnement.

Organisation de travailleur.euse.s



■ 74% Services destinés aux travailleur.euse.s et leurs familles: crédit, éducation, santé, logement, etc.

■ 9% Empowerment des travailleur.euse.s: renforcement des capacités et des représentant.e.s.

■ 3% Autres

■ 14% Investissements destinés à des projets communautaires: accès à l'eau, routes, écoles, santé, environnement



UNE CROISSANCE DANS LES CATÉGORIES CLÉS

LA BANANE, PORTÉE PAR L'ENGAGEMENT DE LA GMS

Dans un contexte où la consommation globale de bananes en France a augmenté de seulement +4%, la croissance de la banane labellisée Fairtrade/Max Havelaar est **d'autant plus exceptionnelle**.

Portée par un engagement de la quasi-totalité des enseignes GMS, la progression depuis quelques années se confirme: 12% des bananes vendues en France sont désormais labellisées Fairtrade/Max Havelaar.

Cette croissance démontre une belle **complémentarité des certifications équitable et bio**: 94% de l'offre équitable est également bio.

LE CAFÉ UNE CROISSANCE SIGNE D'UNE DYNAMIQUE DE FOND

Incontournable du rayon, c'est le produit le plus commercialisé, en nombre de produits, en valeur, et en nombre de partenaires engagés.

Représentant 38% du chiffre d'affaires des produits labellisés, le café continue sa progression avec une croissance inhabituelle: +9% en volume, +10% en valeur. Une dynamique de fond est à l'œuvre. Elle repose en majeure partie sur les ventes en grande distribution, portées par des marques fortes et historiques dans l'engagement équitable telles que Malongo, Les Cafés Chapuis, Cafés Méo, Les Cafés Sati, Cafés Richard, ou encore Lobodis, mais aussi par des marques de distributeurs comme Carrefour.

En 2019, de nouveaux partenaires se sont engagés, tels que Un Amour de café, Couleur café Bio, B Chef, Cafés Fraica, Grain of Coffee ou Akeo. Cette dynamique illustre que le label Fairtrade/Max Havelaar est une valeur sûre autant pour des leaders du marché que pour des challengers, qui recherchent de solides garanties économiques et sociales pour leurs producteur.rice.s face à l'écroulement du prix mondial du café depuis plus de trois ans.

Les produits phares du commerce équitable - la banane, le café, le cacao -, avec des croissances respectives en volume de +25%, 9% et 29% restent les moteurs du marché. D'autres catégories sont en croissance également telles que les fleurs ou les glaces.

53% des français.e.s considèrent que mieux rémunérer les agriculteur.rice.s est le premier enjeu pour les entreprises du secteur de l'alimentation*. Les acteurs économiques l'ont compris et développent l'offre de produits équitables dans leurs portefeuilles: **le cap des 4 000 produits disponibles est franchi avec +451 nouvelles références en 2019** (4 136 au total), et +26 nouvelles entreprises engagées (307 au total).

Les attentes des français.e.s pour des produits plus responsables, la sensibilisation réalisée au commerce équitable, et l'engagement croissant de la grande distribution expliquent cette progression constante.

LE CACAO, CATÉGORIE EN PLUS FORTE CROISSANCE

Confiseries, tablettes, poudre, pâtes à tartiner, glaces, biscuits... la catégorie de produits en **plus forte croissance en 2019** est le chocolat dont **une partie croissante de produits portant le label « Ingédient Fairtrade/Max Havelaar »**.



Ce nouveau label en place sur le marché français depuis 2 ans, concerne aujourd'hui de nombreux produits composés de cacao équitable permettant de démultiplier l'impact auprès des producteur.rice.s.

Avec une progression en volume de 29%, et 12 036 tonnes écoulées, cette croissance exceptionnelle en France comme à l'international (+22%) contribue à ce que **10% de la production de cacao mondiale soit désormais certifiée équitable**.



CACAO

+29% en volume

12 036 tonnes vendues dont **75%** pour le label *Ingédient Fairtrade/Max Havelaar*

1 610 références

2 MILLIONS D'€ de prime de développement générée (+ 29%)



CAFÉ

+9% en volume

11 766 tonnes vendues

869 références dont **75%** bio

4,2 MILLIONS D'€ de prime de développement générée (+ 9%)



BANANE

+25% en volume

81 390 tonnes vendues

94% bio

4 MILLIONS D'€ de prime de développement générée (+ 25%)



SENSIBILISER

Agir pour la transition alimentaire

Dégradation des termes des échanges internationaux et montée des inégalités dans les chaînes de valeur, mise en œuvre des objectifs de développement durable dans le cadre de démarches publiques et privées, émergence au premier plan des enjeux alimentaires dans les espaces publics et médiatiques ou encore d'initiatives économiques alternatives et plus durables... C'est dans un environnement en pleine évolution que l'action de plaidoyer et mobilisation de Max Havelaar France s'est déployée en 2019 en vue de sensibiliser tous les publics et de renforcer les engagements des acteurs publics en faveur du commerce équitable. Retour sur les actions phares de l'année.



ENGAGER LES ENTREPRISES

LES NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES DES ENTREPRISES À IMPACT POSITIF

Le parti-pris historique de Max Havelaar France : **la mobilisation des entreprises dans la transition est indispensable pour accélérer les changements** de modèles et de paradigmes. C'est l'ambition que s'est également fixée le collectif *Nous Sommes Demain*. Les 3 et 4 septembre 2019 ont eu lieu les premières Universités d'été de l'économie de demain dont Max Havelaar France était partenaire.

L'objectif : réunir les entreprises et organisations qui, par leur cœur de métier, ont un impact positif, social ou environnemental. 12 principes communs aux entreprises ont été définis ainsi que 7 propositions pour les soutenir.

Blaise Desbordes a participé à la plénière « Vers un label solidaire et écologique européen » réunissant plus de 1000 entrepreneur.euse.s. L'ONG a également organisé un atelier « Partage des richesses tout au long de la chaîne de valeur » avec Axelle Hallu, directrice du Solidarity Sourcing chez L'Oréal et Frédéric Lerebour, Directeur de Lobodis.



POUR CONCILIER JUSTICE SOCIALE ET AMBITION ENVIRONNEMENTALE

Dans le cadre d'un partenariat avec Global Compact France, qui promeut la mise en œuvre des ODD par les entreprises, Max Havelaar France a présenté au travers d'outils, de conférences et de webinaires, les démarches de commerce équitable et de pratiques d'approvisionnement responsable comme un levier opérationnel d'engagement des acteurs.



1^{ÈRE} ÉDITION DU BAROMÈTRE DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE

LE COMMERCE ÉQUITABLE AU CŒUR DE L'AGRICULTURE DE DEMAIN

Le manque de durabilité de nos modes de consommation et de certaines habitudes alimentaires a été largement documenté. En publiant la première édition du *Baromètre de la transition alimentaire* à l'automne, Max Havelaar France a cherché à en savoir plus sur les motivations des français.e.s, leurs attentes et leur propension à faire évoluer leurs pratiques. Issus d'une enquête menée par Opinion Way, les résultats sont encourageants :

■ **Les français.e.s sont prêt.e.s à accélérer le mouvement pour une réelle transition écologique et solidaire** dans l'alimentaire et plus largement les habitudes de consommation, tout en déplorant le manque d'engagement robuste des acteurs publics et privés.

■ **Le soutien aux agriculteur.rice.s pour leur assurer des conditions de vie dignes, listé comme la première motivation** des consommateur.rice.s mais aussi comme le volet sur lequel les entreprises doivent le plus s'améliorer.

■ **La prise de conscience de toutes les catégories de la population** sur le besoin de faire évoluer les modes de production et de consommation, tirée notamment par une appétence des jeunes pour les considérations environnementales et par la volonté forte des français.e.s issu.e.s de catégories sociales plus populaires de contribuer à la transition par des achats plus durables.

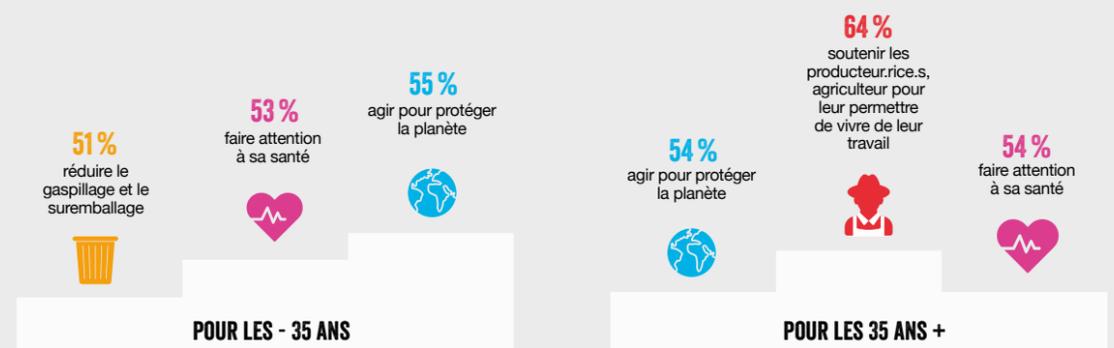
Les conditions d'échanges équitables se voient ainsi plébiscitées, un sentiment qui pourrait être encore renforcé par l'absence de résultat tangible de la loi EGALIM et les conséquences de la crise du COVID qui ont profondément déstabilisé de nombreuses filières agricoles françaises et internationales. Analyses et chiffres à venir à l'automne prochain !



Le député Dominique Potier, rapporteur de la loi sur le devoir de vigilance des multinationales, ouvre la 1^{ère} édition du Baromètre.

LE SOUTIEN AUX PRODUCTEUR.RICE.S AU CŒUR DES ENJEUX

Pour **59%** des sondés, permettre aux producteur.rice.s et aux agriculteur.rice.s de vivre de leur travail est **la principale raison pour expliquer une démarche de consommation alimentaire responsable.**



MOBILISER LES ÉTUDIANT.E.S



Horizons Sciences Po Strasbourg

GÉNÉRATION ÉQUITABLE

L'ONG Max Havelaar France fait de la mobilisation citoyenne une de ses missions. C'est pourquoi nous avons initié, en partenariat avec le mouvement FAIR[e] un monde équitable, le programme *Génération Équitable*. Celui-ci fait partie d'un dispositif inédit d'éducation au commerce équitable - *Fair Future* - porté par les principaux acteurs du commerce équitable et soutenu par l'Agence Française de Développement.

**40 ASSOCIATIONS
ÉTUDIANTES
ACCOMPAGNÉES**

**+ DE 3000
ÉTUDIANT.E.S
SENSIBILISÉ.E.S**

Formations, actions de sensibilisation, dégustations, épiceries éphémères, rencontres avec des producteur.rice.s... **Génération Équitable accompagne les associations étudiantes** pour déployer des actions de transformation de la consommation sur les campus, sensibiliser le public étudiant aux enjeux d'une alimentation durable et d'une consommation équitable, et engager les établissements dans des démarches d'approvisionnements équitables.

LE DÉFI MACHINES À CAFÉ

Du 20 au 31 janvier 2020, un défi a été lancé aux étudiant.e.s français.e.s: **mettre symboliquement en grève les machines à café de leur campus** et le faire savoir sur les réseaux sociaux grâce au hashtag #pasd'équitépasdecafé. Une pétition en ligne réclamant du café équitable dans les campus de France a complété le dispositif. À Nantes par exemple, InterAsso a tenu un stand de sensibilisation aux couleurs de la campagne pendant trois jours et sensibilisé des centaines d'étudiant.e.s.

Cette première édition du défi a été un succès de communication et sera reconduit l'an prochain pour accroître la mobilisation et instaurer un rendez-vous.

■ **4 ASSOCIATIONS** en voie d'introduire du café équitable dans leur campus: Emergence à l'Icam de Nantes, Enactus à Audencia Nantes, Develop'pontos et Solidari'Terre Unilassalle

■ **12 ASSOCIATIONS** mobilisées

■ **26 RETOMBÉES** presse

■ **6 INFLUENCEUR.EUSE.S** mobilisé.e.s sur Instagram

■ **40 000 ÉTUDIANT.E.S** sensibilisé.e.s sur les réseaux sociaux

AVEC



Fédé B Brest



Avec le soutien de:



DANS LES MÉDIAS

DES SUJETS AU COEUR DE L'ACTUALITÉ

Alerter sur la situation des petit.e.s producteur.rice.s, faire connaître le label Fairtrade/Max Havelaar, son impact, les filières et les produits finis, valoriser les entreprises et les citoyen.ne.s qui s'engagent... tels sont les objectifs poursuivis par Max Havelaar France tout au long de l'année.

■ **La dynamique du commerce équitable mobilise toujours les médias à l'occasion de la Quinzaine du Commerce Équitable.** Un sondage réalisé avec Opinion Way auprès des 15-25 ans a permis d'éclairer leurs motivations: pour 87% d'entre eux c'est un moyen utile pour lutter contre les inégalités.

■ **L'année a été rythmée par l'annonce de l'augmentation du Prix minimum garanti du cacao**, une visite presse de la chocolaterie Alex Olivier, des communications sur les produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar et deux événements de plaidoyer institutionnels: les Universités d'Été de l'Économie de Demain et la clôture du Youth 7 - G7 des jeunes.

■ **Max Havelaar France s'affirme comme acteur de la transition** des modes de production et de consommation avec le 1^{er} Baromètre de la transition alimentaire.



■ **779 ARTICLES** (+23% vs 2018), dont plus de 200 pour la Quinzaine du Commerce Équitable

■ **266,33 M** audience totale estimée

■ **26 JOURNALISTES PRÉSENT.E.S** à la conférence de presse de la Quinzaine du Commerce Équitable

■ **65 INTERVIEWS** dans l'année



Les Français de plus en plus sensibles au sort des agriculteurs

La volonté de soutenir les producteurs et agriculteurs incite près de 60% des Français à modifier leurs achats, selon une étude Opinion Way pour Max Havelaar. Les catégories populaires sont les plus engagées.

Par Hayat Gazzane
Publié le 26 novembre 2019 à 06:00, mis à jour le 5 décembre 2019 à 16:56



Les ventes des produits issus du commerce équitable ont bondi de 22% en France en 2018

Le chiffre d'affaires sur ces produits labellisés, qui garantissent un revenu décent aux agriculteurs, s'est élevé à près de 1,3 milliard d'euros en 2018.



LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE



CLÔTURE DU SOMMET YOUTH 7

Le thème voulu par la Présidence Française du G7 en 2019, «la lutte contre toutes les inégalités», a inspiré les propositions présentées par 40 jeunes délégué.e.s des 7 pays les plus développés aux chefs d'État durant le G7.

Max Havelaar France et l'Institut Open Diplomacy ont organisé la conférence de clôture à Paris le 13 juin 2019, **sous le haut patronage de Monsieur Emmanuel Macron, Président de la République**, réunissant plus de 400 participant.e.s : délégué.e.s, ONGs, entreprises engagées et institutions internationales.

« Merci d'avoir transmis un message aussi porteur d'espoir et d'avoir placé la justice sociale et l'empowerment des jeunes au cœur de vos recommandations »

Brune Poiron,
Secrétaire d'État à la Transition Écologique et Solidaire.



« Le business fait partie du problème mais également de la solution. Il doit faire avancer l'inclusion. Être responsable ou alors hors sujet. Nous avons beaucoup à perdre avec le système actuel, mais tout à gagner à le changer. »

Mathias Vicherat,
Secrétaire Général de Danone

Agir pour un avenir juste

Les ONG sensibilisent et mobilisent les citoyens pour un monde meilleur. Jeya Wilson, Vice-Présidente de Fairtrade International, a insisté sur le rôle majeur des jeunes: «Vous n'êtes pas les leaders de demain, vous êtes les leaders d'aujourd'hui.»

Cécile Duftot a, quant à elle, affirmé que «les inégalités et le changement climatique ne sont pas une fatalité. Les mots ne suffisent plus, aujourd'hui nous devons agir, le monde que nous laissons c'est le vôtre.»

Les engagements des institutions internationales et de la société civile

Des représentants d'institutions internationales et des entreprises ont présenté leurs engagements pour un avenir plus juste.

« **Il faut penser au-delà du PIB**, notre modèle économique ne fournit pas de réponse aux populations. Le G7 vise des politiques pour une vie meilleure. » a proclamé Gabriela Ramos, Directrice de Cabinet et Sherpa de l'OCDE au G20.

Isabelle Durant, Secrétaire générale adjointe de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement est convaincue que **« le commerce fait partie de la solution »** et qu'il faut réconcilier commerce et climat. »

LA QUINZAINE DU COMMERCE ÉQUITABLE

L'édition 2019 a été riche en opérations pour **sensibiliser le grand public**, mais aussi **interpeller journalistes et les pouvoirs publics**.

Le Village de l'Équitable, installé au parc de La Villette pour un week-end, a accueilli petits et grands pour découvrir les principes clés du commerce équitable et goûter les produits des marques partenaires présentes. Max Havelaar France était également présent sur un stand lors de l'évènement **«Paris de l'Avenir»** sur le parvis de l'Hôtel de Ville de Paris.

Monoprix, Géant Casino, E. Leclerc et Intermarché ont mis à l'honneur les produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar dans des opérations multiples: *drive*, animations-dégustations, sur leurs réseaux sociaux, ou encore au travers de pages thématiques dans les catalogues.

Sur le web, pour la première fois, Marmiton.org, le site de cuisine n°1 en France, était habillé aux couleurs du label, et des influenceur.euse.s Instagram des thématiques famille, food et lifestyle ont été invité.e.s à découvrir les produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar et à relayer la Quinzaine.

Max Havelaar France est également intervenu lors de la Conférence institutionnelle de la Quinzaine, aux côtés de 5 candidats aux élections européennes, ainsi qu'à la première cérémonie des Trophées des Territoires Équitables, présidée par Corinne Lepage, ancienne ministre de l'environnement.

CHIFFRES CLÉS QUINZAINE

- **+ DE 200** retombées presse
- **DISPOSITIF TRADE-MARKETING** dans 136 hypermarchés
- **2 800 PERSONNES** au Village de l'Équitable
- **HABILLAGE DU SITE N°1 DE CUISINE EN FRANCE MARMITON.ORG**
- **17 INFLUENCEUR.S.E.S** @

CHIFFRES CLÉS CAMPAGNE

- **9,6 MILLIONS DE PERSONNES TOUCHÉES**
- **195 POINTS DE VENTE** avec des caddies spéciaux
- **67 GRANDS ÉCRANS MONOPRIX**
- **4,8 MILLIONS DE PERSONNES TOUCHÉES** f
- **+ DE 18 MILLIONS D'IMPRESSIONS WEB**



UNE NOUVELLE CAMPAGNE

On ne pouvait pas passer à côté! Diffusée tout au long du mois de décembre, cette nouvelle campagne vise à renforcer la connaissance des garanties que recouvrent le label Fairtrade/Max Havelaar et à soutenir directement les ventes de produits équitables.

La multidiffusion a permis de toucher un large public en cette période de forte consommation :

■ **Campagne presse magazine** dans des titres grand public



■ **Un dispositif spécifique en magasins**, pour être au plus proche des choix des consommateurs: Carrefour, E. Leclerc, Monoprix, Auchan, Système U

■ **Diffusion web 100% smartphones et tablettes** mêlant posts sponsorisés et bannières sur 750g.com, CuisineActuelle.fr, Marmiton.org, Capital.fr...

L'ANNÉE 2019

JANVIER

Mission en Inde: audits dans la filière thé

Ludwig Tanchot, responsable de la Gestion du Label, a accompagné un audit de certification auprès de l'une des plus anciennes organisations de travailleurs de thé.



FÉVRIER



MARS

Grande consultation « Comment permettre à chacun de mieux manger ? »

Max Havelaar France était partenaire de la grande cause lancée par make.org. Durant deux mois, 460 000 citoyen.ne.s se sont mobilisé.e.s, ont proposé leurs solutions et voté pour celles des autres participant.e.s afin de les voir transformées en actions concrètes.



AVRIL

Rencontre avec des producteur.rice.s en Côte d'Ivoire

Marine Moschetti, responsable de la filière Cacao, a participé au congrès annuel de Fairtrade Africa et rencontré des producteur.rice.s de cacao de la coopérative Coopradi.

Mission au Kenya pour la filière fleurs

Giovanna Michelotto, responsable de la filière Fleurs et fruits frais, a participé aux réunions de travail et formations avec les travailleur.euse.s de la filière sur les thèmes du salaire minimum et de la gestion de la prime de développement.

Max Havelaar à l'Organisation Internationale du Café (ICO, Londres)

Présentation de l'étude *Café: la success story qui cache la crise* et demande de création d'un observatoire sur la répartition de la valeur au sein de la filière.



MAI

Bienvenue en Terre Équitable, l'opération en magasins pour la Quinzaine du Commerce Équitable

Rapport sur les inégalités « Remède à l'inégalo-scepticisme », coordonné par 4D et WECF

Max Havelaar France a contribué au rapport avec 17 acteurs de la société civile révélant l'ampleur des inégalités en France et leur caractère multidimensionnel.

Stand au « Paris de l'Avenir »

Cet événement organisé par la Mairie de Paris sur le parvis de l'Hôtel de Ville a rassemblé des solutions face au dérèglement climatique pour permettre aux Parisien.ne.s d'agir au quotidien.

Village de l'équitable à la Villette à Paris



JUIN

Forum banane en Équateur

Virginie Perrin, directrice du pôle Partenariat Entreprises, Giovanna Michelotto, responsable de la filière fleurs et fruits frais, et Michel Losson, responsable réseaux grande distribution, se sont rendus au Forum bananes organisé par Fairtrade International et rencontré des producteurs dans les coopératives avec l'un de nos partenaires pour mesurer l'impact sur le terrain.

Clôture du G7 des jeunes, coorganisé par Max Havelaar sous le Haut Patronage du Président de la République

Plus de 400 personnes ont participé à l'événement de clôture du Youth 7 réunissant ONG, institutions et entreprises, co-organisé avec Open Diplomacy.



JUILLET

Génération Équitable à Solidays

Le programme étudiant de Max Havelaar France et FAIR[e] un monde équitable était présenté au Village associatif de Solidays.



SEPTEMBRE

Premières Universités d'été de l'économie de demain

organisées par le Mouvement des Entrepreneurs Sociaux. Elles réunissent les acteurs économiques et organisations qui, par leur cœur de métier, ont un impact positif, social ou environnemental.

Max Havelaar France plaide en faveur d'une fiscalité différenciée.



OCTOBRE

Salon Natexpo, le rendez-vous BtoB du BIO

Max Havelaar France était présent ainsi que 28 entreprises partenaires.

Venue de producteurs d'Amérique Latine

que l'équipe a accompagnés dans la recherche de débouchés à l'occasion des deux salons Natexpo et Salon du Chocolat.

Mission à Madagascar sur la filière vanille

Dans le cadre du projet AFD porté par Max Havelaar France, Fairtrade Africa et Fairtrade Foundation (lancement en 2021), sur l'amélioration des conditions de vie des petit.e.s producteur.rice.s de vanille à Madagascar, Sophie Maillard, responsable Partenariats Entreprises, a rencontré les représentants de 9 organisations de producteurs à la Foire Économique de la Sava et visité deux coopératives.



NOVEMBRE

Le Salon du chocolat

De nombreuses animations pédagogiques et dégustations ont permis de sensibiliser 4 000 visiteur.euse.s durant 5 jours.

Conférence pour les entreprises autour des ODD

en partenariat avec Global Compact.

Première édition du Baromètre de la transition alimentaire

en partenariat avec l'institut Opinion Way.

« À vos fourchettes », événement sur l'alimentation durable

Valeria Rodriguez, responsable du plaidoyer, est intervenue lors de cet événement grand public organisé au Ground Control à Paris, par Écotable, communauté de professionnel.le.s de la restauration engagé.e.s.

Pacte pour la transition

60 organisations engagées dans la transition écologique et la lutte contre la précarité ont rédigé un programme de mesures concrètes pour les communes.

Tribune « Climat, migrations, inégalités: écoutons les voix des mineur.e.s »

À l'occasion du 30^{ème} anniversaire de la Convention internationale des droits de l'enfant et dans le cadre du Festival des Solidarités, cette tribune portée par 150 représentant.e.s associatifs, dont Max Havelaar France, a demandé l'application de ladite convention.



DÉCEMBRE

Nouvelle campagne de communication

déployée tout au long du mois de décembre dans les magazines, sur le web et en magasins.

Opération de Noël sur les réseaux sociaux

Visite d'une coopérative de producteur.rice.s de coton en Inde avec un média

Valeria Rodriguez, responsable du plaidoyer et Paul Belchi, en charge des programmes et de l'évaluation de l'impact, ont accompagné un journaliste visiter la coopérative de producteur.rice.s de coton Chetna.

FINANCER

UN MODÈLE FINANCIER SOLIDE

UNE ASSOCIATION À BUT NON LUCRATIF

Max Havelaar France est une association loi de 1901, qui **s'auto-finance à 98%**. Son modèle économique repose sur le versement d'une redevance par les partenaires-entreprises, en échange de l'utilisation du label sur le produit final commercialisé.

Max Havelaar France présente **des comptes équilibrés**. En cas d'excédent, celui-ci est réaffecté à l'objet social conformément à la législation en vigueur. Le suivi des comptes est assuré régulièrement par les instances de gouvernance et ceux-ci sont certifiés par un Commissaire aux comptes.

En 2019, les revenus de l'association se sont élevés à 6,56 millions d'euros. L'excédent versé en réserve aux fonds associatifs s'est élevé à 334 000 euros. C'est cette réserve de l'association qui a permis notamment, début 2020, d'abonder un Fonds d'urgence Producteurs pour faire face aux conséquences de la pandémie.



UNE GOUVERNANCE DÉMOCRATIQUE

Max Havelaar France réunit dans ses instances de gouvernance l'ensemble des parties prenantes du commerce équitable : associations de consommateur.rice.s engagé.es, ONG et organisations œuvrant dans le champ du développement durable ou de la solidarité internationale, réseaux de producteur.rice.s, entreprises partenaires, expert.e.s.

Cette gouvernance plurielle est gage d'indépendance et permet de confronter des points de vue différenciés et de mêler expertise sur les marchés Nord, engagement militant pour le commerce équitable ou pour des causes convergentes, connaissance fine des problématiques de développement, etc.

UTILISATION DES RESSOURCES

DÉVELOPPER



36,5%



Développer les marchés actuels mais aussi créer de nouvelles filières et de nouveaux débouchés par la promotion des produits. Accompagner les entreprises partenaires au quotidien. Conseiller pour respecter les garanties.

SOUTENIR



19,8%



Apporter un appui aux réseaux de producteurs, en direct et par le biais de notre organisation Fairtrade International (CLAC, Fairtrade Africa, NAPP, technicien.ne.s, programmes d'appui, formations).

PARTICIPER



5,7%



Participer au fonctionnement de la fédération et assurer la vie associative de Max Havelaar France, financer les fonctions assumées en central par Fairtrade International ainsi que les projets internationaux portés par la fédération.

SENSIBILISER



9,1%



Éveiller la conscience des citoyen.ne.s-consommateur.rice.s et de tous les publics aux enjeux du commerce équitable (campagnes grand public, Quinzaine du commerce équitable, programme étudiant.e.s...).

GARANTIR



16,3%



Garantir la bonne gestion du label Fairtrade/Max Havelaar (révisions des cahiers des charges, calcul des prix minimum garantis, contrats, monitoring...).

PLAIDER



5,1%



Plaidoyer institutionnel et défense publique du commerce équitable pour faire évoluer les réglementations, travailler de concert avec les autres ONG afin de porter la voix de la société civile et des producteur.rice.s.

FRAIS DE STRUCTURE

7,5%

AGIR

POUR UNE AUTRE MONDIALISATION

Création: Agence *Weidi*

Photographies: Angela Wu, Stanislav Komínek, Fairtrade Czech Republic and Slovakia, World Foodorama pour Max Havelaar France, Didier Gentilhomme, Virginie Garnier, Francois Guenet, Fairtrade Austria / Georges Desrues, Ludwig Tanchot, Santiago Engelhardt, The Fairtrade Foundation / Eduardo Martino, Linus Hallgren / Fairtrade Sweden, FAIR[e] un monde équitable, Adrien Thibault / Open Diplomacy, Damien Da Silva, Adrien Dubuisson, Miriam Ersch / Transfair e.V, Manuel Pandalis / FLO-CERT GmbH, gettyimages

ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE

**Le Château Etic,
75 allée des Parfumeurs,
92000 NANTERRE**

www.maxhavelaarfrance.org
+33 (0)1 42 87 70 21
info@maxhavelaarfrance.org



**FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE**



MIXTE
Issu de sources
responsables
FSC® C016758