

Label Fairtrade / Max Havelaar  
Association Max Havelaar France



Rapport  
annuel  
2009-2010





**Crédit photos / illustrations :**

François Guénet, agence idé, Nicolas Gauthy, Bruno Fert, Didier Gentilhomme, Simon Rawles, Kenneth Havgaard, agence Rapp, Philippe Wang, Elise Aubry.

**Maquette, création graphique :** bureau A

En **couverture** : les enfants de l'école du village de Kotti Yoar, en Inde, bénéficieront bientôt d'une cantine financée par la prime de développement du commerce équitable (photo François Guénet).

## Sommaire

Editorial .....	p. 3
Fiche d'identité .....	p. 4
Le mouvement Fairtrade dans le monde .....	p. 5
Les producteurs sur trois continents .....	p. 6
Enjeux au Sud .....	p. 8
Coton équitable .....	p. 9
Reportage au Kerala.....	p.10
Un conseil scientifique pour Max Havelaar France .....	p.12
La Commission nationale du commerce équitable en place .....	p.13
Analyse des ventes.....	p.14
Etude qualitative sur le commerce équitable .....	p.16
Volumes vendus.....	p.17
Des produits équitables primés .....	p.18
Consommation hors-domicile .....	p.20
Territoires de commerce équitable .....	p.21
Le mouvement des bénévoles .....	p.22
Paroles de partenaires .....	p.23
Quinzaine du commerce équitable .....	p.24
Analyse financière.....	p.26
Analyse budgétaire .....	p.28
Nos partenaires .....	p.30

### Le commerce équitable lutte au quotidien contre la pauvreté

Selon la FAO, on a passé l'année dernière un cap décisif : c'est maintenant un milliard de personnes qui souffrent de la faim dans le monde. Les trois quarts de ces personnes sont des paysans des zones rurales d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine.

La pauvreté, c'est évidemment pour ceux qui en souffrent un problème matériel, mais c'est aussi le fait de devoir subir un rapport de force, de ne pas être maître de son propre destin. Grâce au commerce équitable, un million et demi de producteurs acquièrent les moyens de décider de leur avenir par eux-mêmes.

Il y a aujourd'hui plus de 3 000 produits équitables. Ce sont des produits du quotidien : café, thé, sucre, riz, chocolat, bananes... D'autres sont plus inattendus : l'huile d'olive, la vodka, les roses, les glaces...

La crise financière a été ressentie partout, et certains de nos partenaires commerciaux ont pu en ressentir les effets. Cependant, en 2008 et 2009, la consommation de produits du commerce équitable a continué à connaître une croissance à deux chiffres. Pour une période de crise, c'est une performance !

Aujourd'hui, plus que jamais, le consommateur cherche à donner du sens à sa consommation. Même si son choix se base toujours en priorité sur la marque, la qualité et le prix du produit, d'autres critères interviennent : l'éthique, la conformité à certaines valeurs, la qualité sociale et environnementale.

Aujourd'hui, il est plus que jamais important de poursuivre cette dynamique. Les producteurs d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie attendent que se pérennise l'immense espoir qui a été soulevé.

#### **Joaquin Muñoz,**

directeur de l'association Max Havelaar France

#### **Serge Fraichard,**

président de l'association Max Havelaar France



# Fiche d'identité

## Le label international du commerce équitable en trois questions

### Pourquoi faut-il un commerce équitable ?

- Aujourd'hui, parmi le milliard de personnes qui souffrent de la faim dans le monde, les trois quarts sont des paysans ou des ouvriers agricoles en Amérique latine, en Afrique et en Asie.
- Souvent, ils sont confrontés à la nécessité de survivre au jour le jour face à une situation de domination qu'ils subissent. Ils ne peuvent donc pas envisager l'avenir et sortir durablement de la pauvreté.
- Isolés en bout de chaîne, ils n'ont souvent pas les outils nécessaires pour vendre, transformer et exporter leurs produits. Ils manquent aussi d'informations sur les prix et les marchés.
- C'est pourquoi ils doivent être en mesure de se regrouper pour s'organiser et être reconnus comme partenaires par les autorités politiques et les acteurs économiques.

### Qui est Fairtrade / Max Havelaar ?

- Fairtrade / Max Havelaar est un label international cogéré par les représentants des producteurs, par des associations de commerce équitable, par des ONG et par des acteurs économiques.
- Le label connecte producteurs et consommateurs afin de créer des conditions propices au développement de communautés rurales en Amérique latine, en Asie et en Afrique.
- L'initiative est née en 1988 suite à un appel de producteurs de café mexicains : « Recevoir chaque année vos dons pour construire une petite école afin que la pauvreté soit plus supportable, c'est bien.

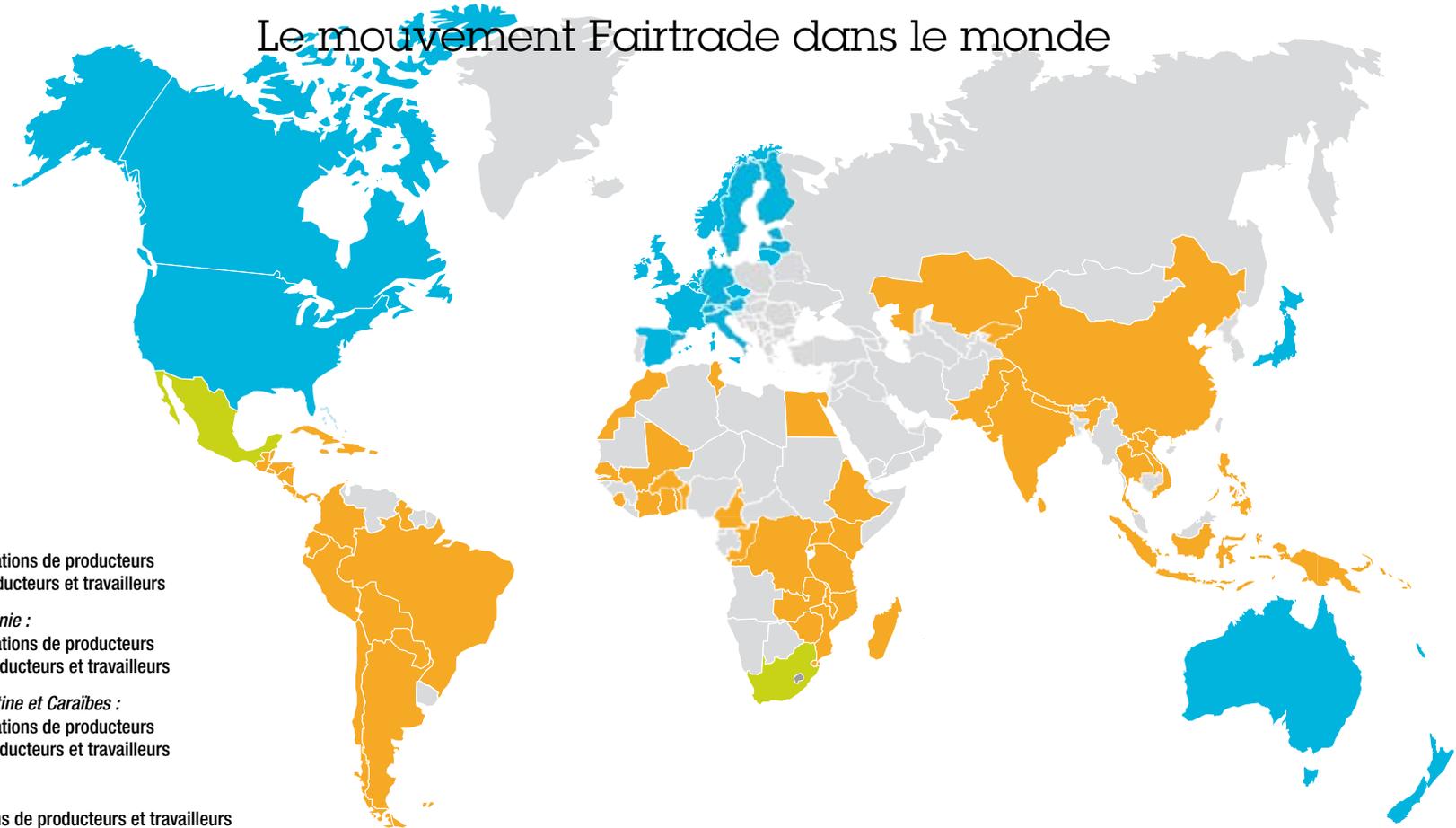
Mais le véritable soutien serait de recevoir un prix plus juste pour notre café ». Notre but est donc de proposer du commerce équitable à tous les consommateurs pour un maximum de producteurs.

### Qu'est-ce que le commerce équitable ?

- Le label garantit des conditions commerciales plus justes pour offrir aux producteurs unis et rassemblés les moyens de combattre la pauvreté par eux-mêmes, de renforcer leur capacité de négocier et de prendre en main leur propre avenir.
- Ces moyens passent par des critères économiques, organisationnels et socio-environnementaux qui sont contrôlés annuellement par un certificateur. De plus, l'ONG appuie sur le terrain les organisations de producteurs dans leur développement, mais aussi en France pour commercialiser leurs produits.



# Le mouvement Fairtrade dans le monde



**Afrique :**

231 organisations de producteurs  
760 000 producteurs et travailleurs

**Asie et Océanie :**

120 organisations de producteurs  
189 000 producteurs et travailleurs

**Amérique latine et Caraïbes :**

476 organisations de producteurs  
280 000 producteurs et travailleurs

**Au total :**

1,229 millions de producteurs et travailleurs  
regroupés dans 827 organisations.



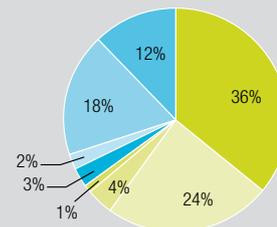
## Utilisation de la prime de développement



**Amérique latine**

Montant total de la prime pour 2009 :  
33,8 millions d'euros.

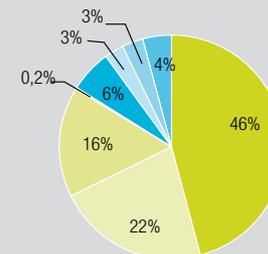
Usage de la prime :



**Afrique**

Montant total de la prime pour 2009 :  
12,6 millions d'euros.

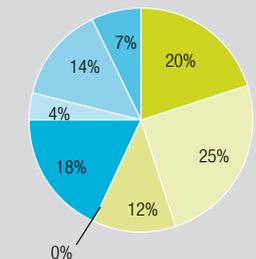
Usage de la prime :



**Asie**

Montant total de la prime pour 2009 :  
5,6 millions d'euros.

Usage de la prime :



# Panorama des réseaux de producteurs

## Le commerce équitable sur trois continents

### Amérique latine

**Le réseau de producteurs certifiés : Coordinadora latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de comercio justo – 300 membres dans 20 pays.**

*«Je crois qu'il y a deux manières de voir le commerce équitable. La première est celle d'un outil pour améliorer le revenu des producteurs et renforcer leurs organisations grâce à l'accès au marché, au financement, etc. L'autre est de le voir comme un mouvement dont nous sommes une composante, et qui a contribué à changer l'attitude du marché. Il crée des relations plus justes entre producteurs et consommateurs, promeut le respect des droits humains, encourage la qualité des produits, la préservation de l'environnement et l'implication dans des institutions démocratiques.»*

Raúl del Aguila,  
président de la CLAC et membre du conseil d'administration de la fédération Fairtrade.

▲ En Bolivie, le président de la coopérative Mejillones vérifie des lots de café.

### La solidarité après les catastrophes

Après les tremblements de terre en Haïti et au Chili, de nombreux producteurs de la famille Fairtrade / Max Havelaar se sont épaulés et sont venus en aide à leurs voisins en détresse.

En Haïti, le Sud et les zones autour de la capitale ont beaucoup souffert du séisme. Le programme Mouvman Moun Mango, qui devait permettre à dix groupes de producteurs d'exporter des mangues équitables, a été stoppé net. Les producteurs de bananes dominicains envoient à leurs voisins haïtiens de l'aide alimentaire, quatre médecins, des médicaments et de l'eau. Ils organisent aussi une collecte de fonds.

Au Chili, sur les 26 organisations de producteurs certifiées, au moins 16 ont été directement affectées. Neuf membres d'organisations de producteurs ont perdu la vie. Les maisons de plus de 60 producteurs et travailleurs ont été totalement détruites. Des organisations de producteurs vinicoles et apicoles ont été endommagées.

## Asie et Océanie

---

**Le réseau de producteurs certifiés : Network of Asian Producers – 96 membres dans 12 pays.**

NAP assure la représentation, coordination, échange et collaboration pour le développement des organisations de producteurs et travailleurs. Il développe le commerce équitable dans la région et s'assure que les enjeux spécifiques à l'Asie sont pris en compte dans les standards.

## Afrique

---

**Le réseau de producteurs certifiés : African Fairtrade Network – 231 membres dans 28 pays.**

Le réseau de producteurs est monté en puissance en 2009 : plus d'information pour les producteurs sur les marchés et la hausse des ventes Sud-Sud. L'AFN compte quatre bureaux régionaux en Afrique de l'Ouest, de l'Est et en Afrique du Sud. Un autre devrait ouvrir en Afrique du Nord. Un accord a été signé pour donner naissance à la première organisation de promotion du label Fairtrade / Max Havelaar en Afrique du Sud.

### Le café qui passe les montagnes

La Papouasie – Nouvelle Guinée produit un café parmi les meilleurs au monde. Le pays est divisé en deux par une chaîne de montagnes et une forêt très dense. Le manque d'infrastructures de base fait que les organisations de producteurs dépensent énormément pour acheminer leur production par avion ou par bateau. D'autres transportent leurs récoltes par leurs propres moyens, ce qui les amène à marcher des journées entières. Depuis sa certification en 2004, la coopérative Yha Hauka Kopi Pty a beaucoup investi dans le transport. D'une part pour acheminer les récoltes des producteurs les plus isolés, d'autre part pour acheminer les malades jusqu'aux dispensaires, ou les élèves jusqu'aux écoles.



▲ Cueilleuse de thé hmong au Vietnam.

### Le succès des dattes de Tunisie

Voici cinq ans que la coopérative GDAB (Groupement de développement de l'agriculture biodynamique) a décidé d'être certifiée Fairtrade / Max Havelaar, motivée par le désir d'accroître ses ventes à l'export tout en pérennisant des méthodes agricoles durables. Depuis, les producteurs tunisiens ont formé des relations commerciales durables de long terme avec des partenaires européens, amélioré la qualité de leur production. Aujourd'hui, 75 % du revenu des membres du groupement viennent des ventes en commerce équitable.



▲ Récolte de coton au village de Serankoro au Mali.

## Lutter contre le travail des enfants



▲ Enfants scolarisés de la coopérative Kuapa Kokoo, au Ghana.

Plus de 250 000 enfants travailleraient dans les plantations de cacao en Afrique de l'Ouest dans des conditions qui mettent en péril leur éducation, leur santé et leur équilibre. Parfois, ils sont retirés à leurs familles et vivent dans des conditions proches de l'esclavage. De plus, l'absence de scolarisation leur ôte toute perspective d'avenir.

Le travail des enfants est aussi le symptôme d'une très grande pauvreté. Quand un enfant est exploité, c'est que sa famille n'a plus les moyens de le nourrir ou de le protéger.

Si aucun système ne peut garantir à 100 % l'absence de travail des enfants, Fairtrade / Max Havelaar met tout en place pour que le chocolat labellisé participe à l'éradication de ce phénomène.

- Des standards interdisant le travail des enfants, appliqués à l'aide d'un système de contrôle rigoureux.
- Une action immédiate, lorsque des cas sont constatés, pour protéger les enfants impliqués.
- Un suivi particulier pour que les organisations de producteurs «à risques» mettent en place leurs propres systèmes de contrôle internes.
- Un ensemble de conditions économiques pour que les producteurs améliorent leurs revenus et la vie de leurs communautés.

---

## Investir contre le changement climatique

Les producteurs et travailleurs désavantagés du Sud sont en première ligne de l'urgence climatique.

En Ouganda, la floraison des caféiers a été perturbée, causant une chute de production de 40 % en 2008. Dans les Caraïbes, selon la coopérative Winfa, l'ouragan Dean a détruit la totalité des récoltes de la Dominique en 2007. Selon des scientifiques, le changement climatique risque

d'allonger la saison des cyclones en zone tropicale, avec des cyclones plus intenses.

Les producteurs devront s'adapter, ce qui implique de pouvoir se projeter sur le long terme afin de mettre au point des stratégies agricoles adéquates. Le commerce équitable leur permet de s'unir et d'investir pour mettre en œuvre ces stratégies.

Ainsi, les producteurs de coton du Mali ont investi dans des magasins pour stocker le maïs et le sorgho en vue de la période de soudure où l'alimentation se fait rare. En Ouganda, la coopérative Gumutindo a investi pour mettre sous ombrage les caféiers afin de les protéger des températures de plus en plus élevées.

- *Le rapport détaillé « Egalité, fraternité, durabilité » est disponible en ligne sur [www.maxhavelaarfrance.org](http://www.maxhavelaarfrance.org)*

# Coton équitable

---

## Changeons d'étiquette!

Cultivé au Burkina Faso, au Cameroun, au Mali, au Sénégal et en Inde, le coton équitable apporte une solution concrète à plus de 50 000 producteurs en leur permettant de vivre dignement de leur terre, dans le respect de l'environnement.

### Le marché doit progresser

Les résultats très encourageants obtenus dans les villages ont suscité un engagement très fort des producteurs de coton, à tel point que l'offre de coton équitable a dépassé la demande du marché.

Le marché doit donc continuer à progresser, car les attentes sont très fortes, en particulier en Afrique de l'Ouest. Malgré son formidable potentiel et l'engagement croissant de nos partenaires, la filière coton équitable reste encore peu connue des consommateurs.

Le marché de la consommation en entreprises est en progression régulière : de grandes organisations comme la mairie de Paris, la Poste ou la SNCF habillent leur personnel avec des tenues en coton équitable. Cependant, dans le prêt-à-porter, l'offre est encore trop confidentielle. Il est donc urgent que davantage de marques s'engagent significativement sur le long terme.

### Une campagne de mobilisation

C'est pourquoi l'association Max Havelaar France a souhaité mobiliser massivement les consommateurs en lançant début 2010 la campagne « Changeons d'étiquette » pour prouver aux marques de prêt-à-porter que la demande est au rendez-vous.

Le grand public est invité à voter pour plus de coton équitable

dans les collections en effectuant un geste symbolique fort : couper l'étiquette de composition d'un de ses vêtements. 1 étiquette collectée = 1 voix pour le coton équitable!

La collecte est également virtuelle sur le site [www.changeonsdetiquette.fr](http://www.changeonsdetiquette.fr). L'innovation et le design de la campagne ont été récompensés par le grand prix Stratégies Marketing Services et cinq autres prix.

Aujourd'hui 16 000 signatures ont déjà été collectées, et on ne compte pas s'arrêter là!

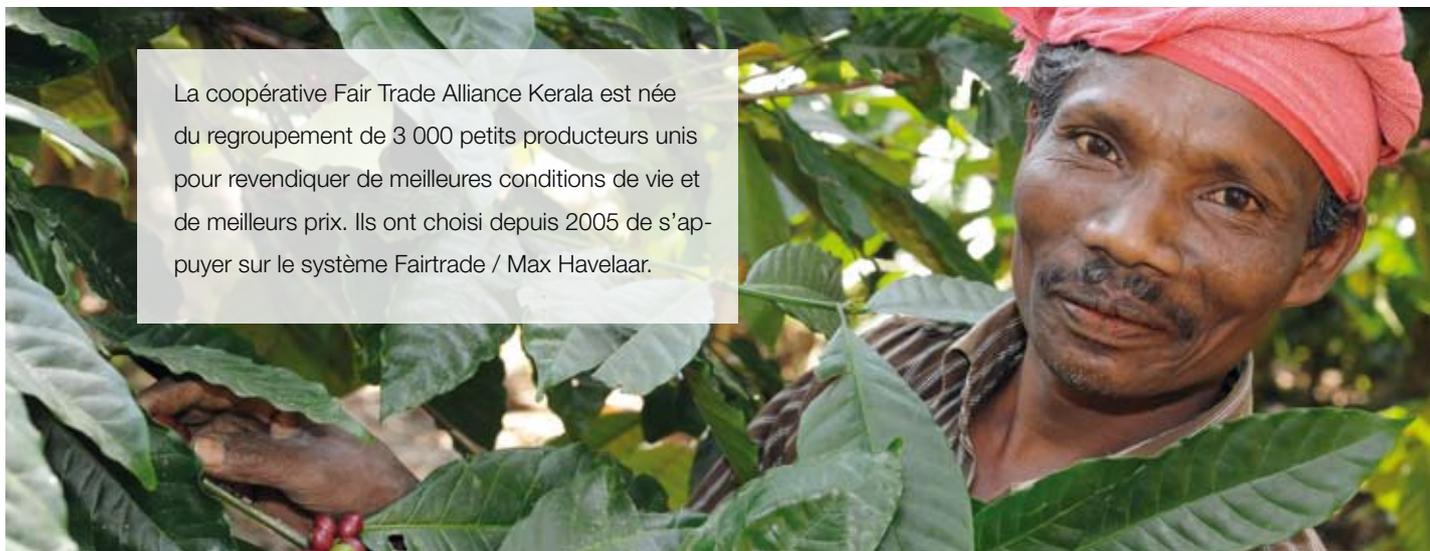


# A la découverte du commerce équitable au Kérala

Reportage photos de François Guénet et Champassak Tiane Doan na



1



La coopérative Fair Trade Alliance Kerala est née du regroupement de 3 000 petits producteurs unis pour revendiquer de meilleures conditions de vie et de meilleurs prix. Ils ont choisi depuis 2005 de s'appuyer sur le système Fairtrade / Max Havelaar.

Unis au sein de la coopérative Fair Trade Alliance Kerala (FTAK), en Inde du Sud, des producteurs de noix de cajou, café et épices ont choisi le commerce équitable pour se développer de manière dynamique et inventive.

(1) Le Kérala est un Etat à part en Inde, avec une biodiversité exceptionnelle, une langue propre et une cohabitation harmo-

nieuse des différentes communautés religieuses.

(2) La coopérative se veut un lieu d'échange entre les producteurs ainsi qu'un espace d'ouverture vers le monde. En son sein, les paysans s'expriment sur la politique, l'environnement et l'agriculture, ou plus largement sur des sujets sociétaux comme l'équité au sein des communautés.

Le commerce à l'international n'est pas vécu comme un simple échange marchand mais comme une opportunité d'échanger autour d'idées ou de pratiques différentes, une manière de faire valoir le modèle du Kerala tout en s'inspirant de ses partenaires internationaux.

(3) En s'appuyant sur les bénéfices des cultures d'exportation



2



3



4



5



6



7



8



qui leur permettent d'investir, ils favorisent les cultures vivrières et améliorent l'autosuffisance alimentaire de la région.

(4) Babou Philip gère une pépinière de poivriers qui a été financée grâce à la prime de développement du commerce équitable.

(5) FTAK propose à ses membres des prêts très avantageux. Au village d'Asan Kavala, les parents de cette petite fille ont pu ainsi

acheter des chèvres qui leur fournissent du lait. L'une a donné naissance à des petits cabris qui pourront être revendus.

(6) Les épices font partie intégrante de la cuisine réputée et de la pharmacopée des habitants du Kerala.

(7) Au sein de la Fair Trade Alliance Kerala, les producteurs cultivent une grande variété de produits : la noix de cajou, le café,

la noix de coco, mais aussi toute une gamme d'épices : vanille, poivre, cardamome, gingembre, cannelle.

(8) La coopérative a investi avec ses membres dans la transformation des épices, notamment celle du poivre, et a financé la construction de deux unités de transformation du poivre vert permettant de dégager un revenu supplémentaire. Elle dispose également d'une unité de transformation de noix de cajou.

# Renforcement de l'expertise

## Max Havelaar France se dote d'un conseil scientifique



Au fil de l'évolution du commerce équitable, des questionnements de plus en plus complexes apparaissent. Quelles formes d'organisation des producteurs permettent de générer du développement ? Quelles sont les nouvelles attentes des citoyens et des consommateurs en France ? Des outils privés de régulation des marchés agricoles sont-ils envisageables à grande échelle ?

Pour y faire face, Max Havelaar France a décidé de faire appel à neuf scientifiques de haut niveau ayant des compétences dans des domaines complémentaires : économie, agronomie, organisation des producteurs, agro-alimentaire, développement durable, sociologie, comportement des consommateurs.

Ce conseil scientifique formulera des recommandations qui nourriront les positions et choix de l'association Max Havelaar France. Le conseil scientifique est indépendant. Ses membres y participent bénévolement et à titre personnel.

▲ Le sociologue Alain Mergier apportera son expertise sur les évolutions de l'opinion publique.

Les membres du conseil scientifique	Leurs domaines d'expertise
<b>Guy Riba</b> , vice-Président de l'INRA.	Plantes et produits du végétal. Président du conseil scientifique.
<b>Philippe Chalmin</b> , Professeur à l'Université de Paris-Dauphine.	Matières premières agricoles.
<b>Michel Griffon</b> , Directeur Général Adjoint de l'Agence Nationale de la Recherche.	Agricultures des pays du Sud.
<b>Pierre-Benoît Joly</b> , Directeur de l'Institut Francilien de Recherche Innovation et Société.	Sociologie de l'innovation.
<b>Élisabeth Laville</b> , Fondatrice du cabinet Utopies.	Responsabilité sociale et environnementale des entreprises.
<b>Alain Mergier</b> , Directeur du Cabinet Wei.	Études de l'opinion publique.
<b>Moïse Riboh</b> , ex Directeur de la Recherche de Danone.	Agro-alimentaire.
<b>Jean-Pierre Tillon</b> , Directeur Scientifique d'In Vivo, premier groupe coopératif agricole français.	Agriculture et développement durable.
<b>Betty Wampfler</b> , Professeur à SupAgro Montpellier.	Économie des conventions et cadres de régulation économique.

# Un nouveau point de repère pour les consommateurs

---

## La Commission nationale du commerce équitable est en place

Le Gouvernement vient de mettre en place une commission chargée de valider les garanties données au consommateur français en matière de commerce équitable. C'est une bonne nouvelle pour Max Havelaar France qui a toujours soutenu cette initiative.

« Nos achats ici changent leur vie là-bas » : c'est le grand mérite que Chantal Jouanno reconnaît au commerce équitable. Selon la Secrétaire d'Etat chargée de l'Ecologie, il ne manquait maintenant que deux choses au commerce équitable : une meilleure « lisibilité pour le consommateur » et « un véritable appui des pouvoirs publics ». C'est pourquoi, avec son homologue Hervé Novelli, elle a décidé d'encourager la création d'une Commission nationale du commerce équitable, dont l'installation a été annoncée le 22 avril.

### Un référentiel clair et ouvert à tous

Son but, selon la ministre : « reconnaître les organismes de garantie du commerce équitable, fournir aux consommateurs la garantie des pouvoirs publics sur leur fiabilité et leur sincérité ». La Commission servira aussi de forum

de discussion et d'échanges pour les multiples acteurs du secteur : associations de consommateurs, systèmes de garantie, entreprises, pouvoirs publics.

### La reconnaissance du travail accompli

La Commission sera composée de représentants des ministères concernés, d'acteurs du mouvement du commerce équitable et d'experts. Max Havelaar France et d'autres acteurs historiques du commerce équitable comme Artisans du Monde y disposeront d'un siège. « Le gouvernement français reconnaît ainsi le travail accompli par le mouvement international du commerce équitable depuis plusieurs décennies. », se réjouit Joaquin Muñoz, directeur de l'association Max Havelaar France.

La Commission fondera ses travaux sur un référentiel clair qui lui servira de grille de lecture. Celui-ci mettra l'accent sur les garanties économiques aux producteurs et sur l'autonomisation de leurs organisations. « Cette reconnaissance de l'Etat permettra au commerce équitable de se différencier auprès du public par rapport à d'autres signes distinctifs ou simples assertions qui seraient moins exigeantes », estime Georges d'Andlau, président de la Plateforme française pour le commerce équitable.

### Une pluralité d'approches

Fairtrade / Max Havelaar espère bien sûr que sa garantie sera parmi les premières à être reconnues. Cependant, elle n'a pas vocation à être la seule. « Depuis toujours, le commerce équitable a été un mouvement fait d'une pluralité d'approches, rappelle Joaquin Muñoz. Artisans du Monde existe depuis 35 ans et les certifications Bio Equitable ou Ecocert Equitable depuis cinq ans. La pluralité du commerce équitable a donc toujours existé ; il doit aujourd'hui, le faire progresser. »

Cependant, ce progrès est suspendu à deux conditions essentielles, selon Max Havelaar France. La première est que la garantie offerte soit au moins aussi exigeante : garanties économiques dont prix minimum garanti, prime de développement, préfinancement, renforcement de la capacité de négociation des organisations, gestion des ressources et durabilité environnementale, appui sur le terrain, système participatif au niveau mondial, évaluation de l'impact.

La seconde est qu'une nouvelle certification ne brouille pas les repères pour les consommateurs, car ce serait contre-productif. Une communication, une transparence et une pédagogie très claires sont donc indispensables.

# Analyse des ventes

## Le commerce équitable progresse dans tous les foyers

### Combien de producteurs sont concernés par le commerce équitable labellisé ?

- Environ un million et demi de producteurs et travailleurs bénéficient du commerce équitable labellisé Fairtrade / Max Havelaar. En comptant leurs familles, on estime que cela représente environ 8 millions de personnes dans 60 pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine. Ils sont unis au sein de 827 organisations.

### Quelle est l'importance du marché du commerce équitable labellisé ?

- Dans le monde, les produits équitables labellisés Fairtrade / Max Havelaar ont totalisé 3,4 milliards d'euros, soit 15% de plus qu'en 2008. Ils sont consommés dans 60 pays (Europe, Etats-Unis, Canada, Australie, Japon, Afrique du Sud...). Des organisations de labellisation, comme Max Havelaar France, existent dans 26 pays.

- En France le chiffre d'affaires des produits équitables labellisés Fairtrade / Max Havelaar s'élève à 287 millions d'euros en 2009, soit 15% de plus qu'en 2008. C'est quatre fois plus qu'en 2004.
- Fin 2009, il existait en France plus de 3 000 produits labellisés, commercialisés par plus de 205 entreprises.
- Les produits les plus vendus sont le café (40% du total), le cacao (20%), la banane (7%), le coton (6%), le thé (5%), (pourcentages exprimés sur le volume).

*Du côté des producteurs...*

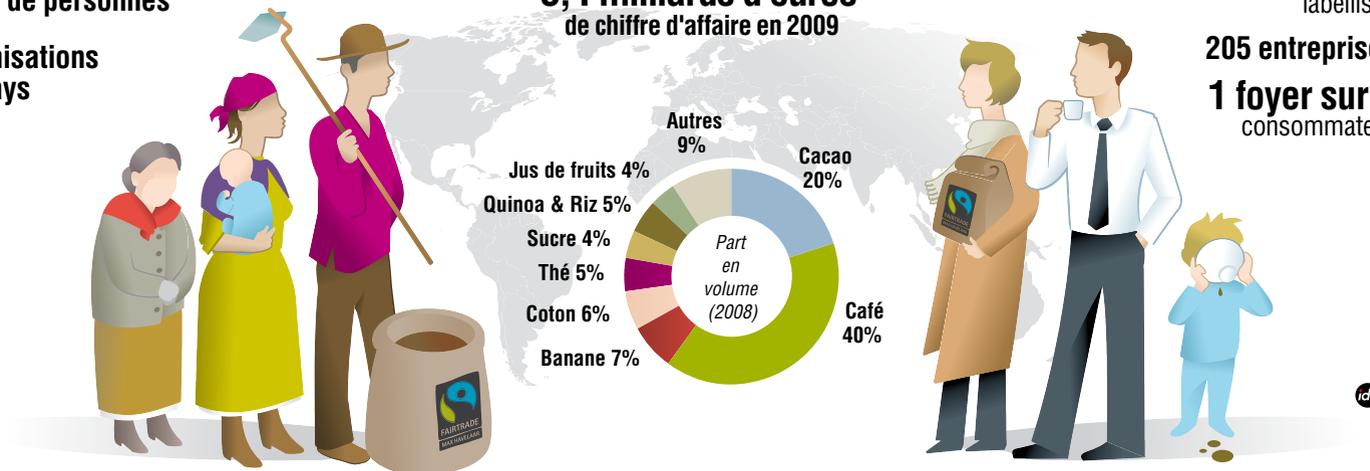
environ **1,5 million de producteurs**  
avec leurs familles  
**8 millions de personnes**  
**827 organisations**  
dans **60 pays**

*Les produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar dans le monde*

**80 millions de familles consommatrices**  
**80 pays** consommateurs & producteurs  
**3,4 milliards d'euros**  
de chiffre d'affaire en 2009

*... et du côté de la France*

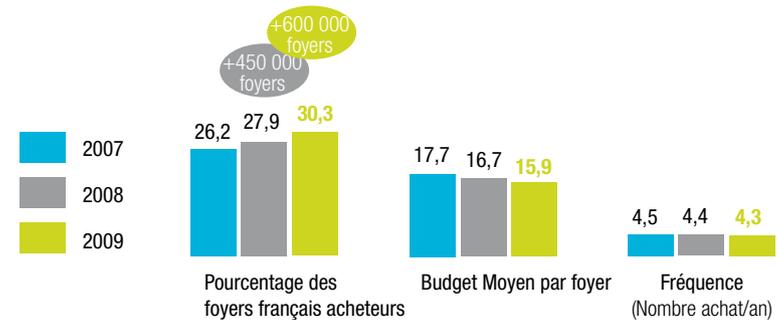
**287 millions d'euros**  
soit 13% de plus qu'en 2007  
**3 015 produits**  
labellisés  
**205 entreprises**  
**1 foyer sur 3**  
consommateur



## Qui sont les consommateurs ?

- Plus de 80 millions de familles dans le monde consomment des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar, dont 8 millions en France.
- En France, en 2009, plus d'1 foyer sur 3 a acheté au moins un produit labellisé Fairtrade / Max Havelaar. 600 000 nouveaux foyers ont acheté au moins un produit labellisé. En moyenne, ils font 4 achats de produits équitables par an et dépensent 15,9 € dans l'année (TNS / Kantar Janvier 2010).
- Le profil des consommateurs qui achètent des produits équitables sont majoritairement des citadins aisés, assez âgés et sans enfants, sensibles aux problèmes éthiques et environnementaux. Cependant, le commerce équitable s'étend de plus en plus à toutes les catégories de la population, en particulier celles touchant des revenus modestes (TNS / Kantar Janvier 2010).
- Les 2/3 des ventes se font en grandes surfaces. Le reste a lieu dans des circuits spécialisés, des cafés, hôtels, restaurants, vente à emporter, consommation d'entreprises.
- En 2009, 95 % des Français ont déjà entendu parler de commerce équitable. 55 % des Français reconnaissent le label Fairtrade / Max Havelaar et 90 % lui font confiance pour permettre aux producteurs d'améliorer leurs conditions de vie (IPSOS, Juin 2009).

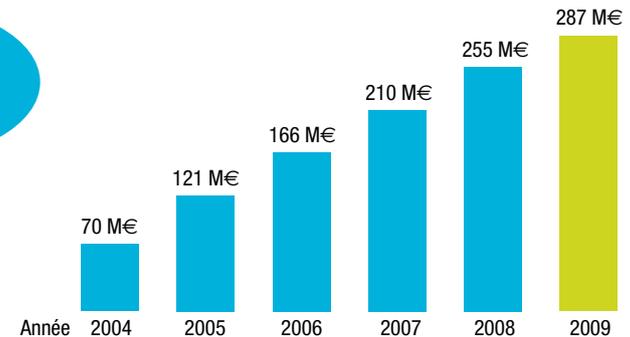
*De plus en plus de Français achètent des produits du commerce équitable, mais la dépense moyenne annuelle stagne. Le défi est aujourd'hui d'en faire un réflexe de consommation au quotidien.*



Le commerce équitable touche aujourd'hui 8 millions de foyers

30,3% en 2009 vs 27,9% en 2008

Un recrutement dynamique +600 000 foyers en 1an



Évolution du marché des produits labellisés de 2004 à 2009  
(En millions d'euros - base prix de vente au consommateur)

## Une perception des enjeux partagée du Nord au Sud

Selon une étude sociologique récente<sup>(1)</sup>, la vision du commerce équitable est en train de fortement changer dans l'opinion publique. Cette vision est à la fois plus précise, plus stable qu'il y a 3 ans<sup>(2)</sup> et résonne de façon inédite avec les préoccupations et l'expérience sociale des français.

75% des Français<sup>(3)</sup> pensent que le commerce équitable permet d'agir sur une question qui nous concerne tous, même à des degrés différents, dans les pays du Nord comme dans les pays du Sud, à savoir le respect des producteurs et une meilleure rémunération de leur travail.

### Meilleure rémunération

Toutes proportions gardées, le commerce équitable est davantage perçu à partir de ce que partagent le Nord et le Sud que sur ce qui les distingue, comme c'était le cas encore il y a peu où l'opposition Nord/Sud structurait les perceptions. Ce qui est partagé, c'est justement la question du travail et de sa meilleure rétribution, menacée par la financiarisation du monde : dans l'esprit du public, le pouvoir financier est devenu hégémonique.

C'est parce qu'il est en contrepoint de cette tendance que le commerce équitable interpelle plus largement et plus fortement aujourd'hui. Ainsi, il se démocratise auprès de publics plus modestes qui s'intéressent généralement au fait de « consommer mieux ».

### Autonomisation

Le deuxième point clé de cette évolution de la vision du commerce équitable est qu'elle rompt radicalement avec toute assimilation à de l'aide humanitaire ou de l'assistanat. A 89%, les français considèrent que le commerce équitable favorise l'autonomie des petits producteurs, de leur famille, et le développement de leur village. Ce qui est en jeu, c'est bien l'autonomisation, à savoir l'accroissement de la maîtrise que les producteurs peuvent avoir sur leurs vies, à la fois professionnelle, sociale, ou familiale...

### Démocratisation

Cette nouvelle vision implique de nouveaux enjeux pour les marques. Reconnus comme des produits commerciaux à part entière, les produits équitables se doivent de jouer le jeu concurrentiel. C'est ce qu'attendent désormais 78% des français qui pensent que les produits de commerce équitable devraient proposer aux consommateurs les

mêmes offres que les marques habituelles.

Parallèlement, les consommateurs éprouvent un besoin de garantie renforcée pour éviter les dérives. Pour rassurer et crédibiliser cette diversification de l'offre, les acheteurs de produits de commerce équitable comptent sur le label Fairtrade / Max Havelaar : 81% des acheteurs de produits de commerce équitable jugent qu'il est le plus crédible dans le domaine du commerce équitable.

La confiance envers le label Fairtrade / Max Havelaar repose sur son image de sérieux forgée à partir de son expérience de pionnier. Cela le prédispose à jouer un rôle d'arbitre, d'animateur au sein d'un environnement concurrentiel et d'apparaître comme l'interlocuteur légitime des pouvoirs publics.

(1) Etude sociologique réalisée par l'Institut Wei du 25 janvier au 1er Février 2010 pour Fairtrade/Max Havelaar.

(2) Etude de l'Institut Wei réalisée en 2006 pour Fairtrade/Max Havelaar.

(3) Quantification de l'étude sociologique de Wei par l'Ifop réalisée du 7 au 9 avril 2010 auprès d'un échantillon de 1 004 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus selon la méthode des quotas.



# Les filières labellisées

## Volumes vendus par les producteurs du commerce équitable

- Au total, 386 organisations de producteurs certifiées ont bénéficié des ventes françaises. Entre autres effets positifs du commerce équitable, ces ventes ont permis de transférer près de 3,5 millions d'euros en prime de développement pour des investissements collectifs.
- A noter : en raison de la mise en place d'une base de donnée de suivi des produits labellisés, le mode de calcul des volumes vendus à évolué. Alors que nous comptabilisions auparavant les ingrédients des produits finis, ce sont aujourd'hui les volumes de matière agricole brute vendue par les producteurs que nous évaluons.



Produit	Volumes France (matière première)	Volumes monde
Café (T)	8 871	73 781
Cacao (T)	1 441	13 898
Bananes (T)	11 355	311 465
Sucre (T)	3 771	89 628
Coton (T)	1 092	23 346
Thé et infusions (T)	383	11 524
Miel (T)	207	2 065
Riz (T)	1 005	5 052
Quinoa (T)	305	556
Fonio (T)	4	-
Roses (Tiges)	18 553 000	335 893 000
Fruits Frais (hors Bananes) (T)	143	20 091
Jus de Fruits (hors Bananes) (T)	5 386	45 582
Noix et Graines oléagineuses (T)	143	859
Fruits séchés (hors Bananes) (T)	10	541
Herbes Aromatiques et Epices (T)	22	578
Vin (litres)	4 985	11 908 000

# Commerce équitable et qualité

## Les produits labellisés distingués par des jurys d'experts



▲ Collection de linge de toilette Elis à destination de l'hôtellerie.

Les produits du commerce équitable sont bons pour nous autant que pour les producteurs défavorisés du Sud. S'il fallait encore le prouver, voici un florilège de récompenses récentes que différents jurys d'experts ont attribué à des marques engagées avec le label, ainsi que quelques nouveautés textiles à base de coton équitable.



▲ Marinière enfant Armor Lux.



◀ La confiture bio de Goyave 100 pour 100 Equitable et le Rooibos Tropical de La Route des Comptoirs ont gagné le prix du public lors du salon Fair Trade In Europe 2009, à Lyon.

*En vente en boutiques spécialisées.*



◀ Une dégustation de 24 différentes marques a placé la tablette Noir intense Force brute Pérou d'Alter Eco sur la première marche du podium. Les riz thaï et basmati Alter Eco avaient également obtenu tous deux la première place dans un dossier de *Que Choisir?*  
*En vente en GMS.*



◀ La Fair Vodka, à base de quinoa bolivien, a été élue « meilleure vodka non parfumée du monde » en juin 2009 lors des New York Spirit Awards parmi 250 marques de vodka. Elle a aussi remporté une médaille d'or au Beverage Tasting Institut de Chicago, une des plus grandes autorités mondiales.

*En vente en boutiques spécialisées et duty free.*

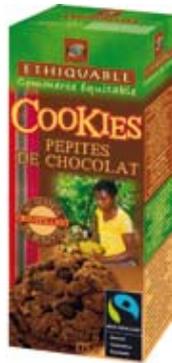
T-shirt Monsieur Poulet ▶  
(modèle : Gimme some love de Margaux Motin).  
*En vente sur [www.monsieurpoulet.com](http://www.monsieurpoulet.com)*





◀ Depuis 3 ans, Thémis remporte un grand succès au Palmarès des Cosmétiques des Éditions Leduc. Cette année, c'est l'Hydratante 24h qui arrive en tête du classement, devant plus de 3 300 produits.

*En vente en GMS et boutiques spécialisées.*



◀ Le magazine *La cuisine de Cyril Lignac* a particulièrement apprécié les cookies noix de cajou et chocolat d'Ethiquable, la confiture allégée de goyave de Jardin Bio, le café Villa Oriente Bolivie de Lobodis et le nectar de mangue d'Alter Eco.

*En vente en GMS.*

Sac isotherme en coton équitable et jute - CSI pour Picard. ▶

*En vente chez Picard.*



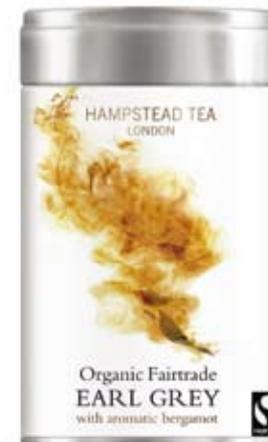
◀ De nombreux cafés labellisés ont été utilisés lors des championnats « La passion du café » organisés par l'association France Cafés Gourmets. Cette année, deux marques se sont distinguées : Cafés Richard et Malongo.

*En vente en GMS et en restauration.*



◀ Lors de championnats et de tests d'experts internationaux, on notera également la distinction de la pâte à tartiner Bio Cocoba de Gepa, le jus d'orange Fairglobe, les riz basmati et le sucre de canne en vente chez Migros et Coop, le café « Soleil levant » de La Semeuse, les vins d'Afrique du Sud Isabelo, les vins d'Argentine Raza et les vins Oxfam qui ont remporté la médaille d'or du concours mondial de Bruxelles.

## A l'international



◀ Le thé Earl grey de la marque Britannique Hampstead tea s'est vu décerner le premier prix des Organic Food Awards 2009.

# Consommation hors-domicile

## Des produits équitables sur nos lieux de travail

Avec TNS Sofres, Max Havelaar France a mené fin octobre 2009 une étude auprès de salariés et d'acheteurs d'entreprises. Elle démontre que l'offre de produits équitables en interne peut contribuer à valoriser une entreprise aux yeux de ses salariés.

Les 3/4 des salariés (71 %) ont le sentiment de bien connaître le commerce équitable, et 89 % ont une bonne opinion des produits équitables. Près d'un sur deux (48 %) souhaite que son entreprise leur en propose à la machine à café, à la cantine, ou pour les tenues du personnel.

Pourtant, moins de 16 % des décisionnaires achats le font aujourd'hui, et ce pour deux raisons : le prix plus élevé (que 71 % des salariés trouvent néanmoins justifié), et le fait que « l'entreprise a d'autres priorités ».

Or cette étude souligne les bénéfices internes de l'achat équitable : 86 % des salariés se voyant proposer des produits équitables sont satisfaits de la restauration dans leur entreprise, contre 69 % en moyenne.

De plus, la moitié des salariés juge que l'achat équitable améliorerait l'opinion qu'ils ont de leur entreprise : ouverte sur la société (89 %), responsable (84 %), pionnière (77 %), et dans laquelle on est fier de travailler (77 %).

78 % des salariés dont l'entreprise achète équitable considèrent que leur entreprise se comporte de façon responsable, contre 40 % en moyenne.

### Faites une pause!

La campagne «Faites une pause équitable!» a été lancée pour susciter la consommation de produits équitables sur les lieux de travail.

- Le site [www.pause-equitable.fr](http://www.pause-equitable.fr) valorise les bonnes pratiques et donne les clés pour agir : menu équitable au restaurant d'entreprise, café équitable dans les distributeurs automatiques, tenues de travail en coton équitable, événements d'entreprise...

- A l'automne, un concours de la meilleure «pause équitable» a distingué parmi une centaine d'entreprises la société Cadence qui a gagné un voyage solidaire au Nicaragua.

- La société Avenance (Elior) a animé 100 restaurants d'entreprise.

- Une petite annonce a été publiée dans les médias, touchant 1,2 million de lecteurs.

- L'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie et la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France ont relayé la campagne.

**FAITES UNE PAUSE ÉQUITABLE**

**Café, thé, chocolat, bananes...**  
Consommons des produits équitables au travail !

Rendez-vous sur : [www.pause-equitable.fr](http://www.pause-equitable.fr)

FAIRTRADE  
MAX HAVELAAR

# Territoires de commerce équitable :

## 14 collectivités s'engagent!



Les collectivités territoriales cherchent à faire évoluer leurs achats vers plus d'éthique. En partenariat avec Artisans du Monde et la Plate-forme pour le Commerce Equitable, Max Havelaar France leur propose des engagements concrets. Pour prétendre au titre de Territoire de commerce équitable, les collectivités doivent présenter leurs actions sur cinq grands axes.

### ■ Développer les achats équitables

La ville de Paris a fait le choix d'équiper l'ensemble des salariés de la Propreté de Paris en coton équitable.

### ■ Inciter les commerçants à proposer des produits équitables

La ville de Lyon propose à ses commerçants et aux entreprises de la ville de participer à son programme «Lyon, ville équitable et durable» . Plus de 40 dossiers ont été déposés pour avoir le droit de mettre le logo en vitrine.

### ■ Inviter les entreprises et organisations du territoire à consommer équitable

La ville de Longjumeau organise des « petits déjeuners équitables » avec les entreprises de son territoire. Le but : les informer des possibilités de distribuer et de consommer des produits issus du commerce équitable.

### ■ Sensibiliser leurs habitants sur les enjeux du commerce équitable

La mairie d'Alfortville a organisé des actions en direction des plus jeunes dans ses centres de loisirs pour les informer sur les conditions de vies et de travail des producteurs du Sud.

### ■ Créer un conseil local pour le commerce équitable

La région Nord-Pas de Calais réunit régulièrement les principales entreprises de son secteur avec les acteurs locaux du commerce équitable pour imaginer les futures actions à développer.

Le premier jury national de la campagne s'est tenu à Paris le 18 novembre 2009 sur le Salon des Maires de France. Présidé par Claude Alphandéry, ce jury a attribué 14 titres « Territoires de Commerce Equitable » sur les 16 premières collectivités françaises candidates.

Ces 14 collectivités viennent rejoindre les 954 autres territoires titrés dans le monde depuis 2000, parmi lesquels Londres, Rome, Bruxelles, Montréal, Copenhague, Tokyo et très bientôt New-york city.

D'autres collectivités françaises sont déjà candidates : la région Ile-de-France, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur; les villes de Chalons-en-champagne, Ungersheim et bien d'autres travaillent déjà pour préparer leur candidature.

### Les collectivités françaises lauréates :

Conseil régional du Nord-Pas-de-Calais

Conseil régional des Pays de la Loire

Ville d'Alfortville (Val-de-Marne)

Ville de Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine)

Ville de Cluses (Haute-Savoie)

Ville de Dijon (Côte-d'Or)

Ville de Drancy (Seine-Saint-Denis)

Ville de Longjumeau (Essonne)

Ville de Lyon (Rhône)

Ville de Mouans-Sartoux (Alpes-Maritimes)

Ville de Nantes (Loire-Atlantique)

Ville de Paris

Ville de Saint-Paul (La Réunion)

Ville de Tours (Indre-et-Loire)

# Mouvement des bénévoles

## Une mobilisation au quotidien



C'est grâce à l'engagement de nombreux acteurs associatifs que le label Fairtrade / Max Havelaar a été lancé en 1992 en France. Aujourd'hui, il est toujours soutenu localement par un réseau d'individus et d'associations locales qui agissent pour le développement du commerce équitable.

Partout en France, 28 associations et 14 individus engagés constituent un noyau dur de plus de 500 bénévoles qui agissent régulièrement aux côtés du label.

En 2009, le mouvement de bénévoles a réalisé plus de 1 100 journées d'actions et sensibilisé 150 000 personnes au travers d'opérations de sensibilisation, d'actions de communication, de lobbying auprès des collectivités, des entreprises, des lieux de distribution, etc.

### Les actions 2009 en chiffres

- Plus de 200 brunchs équitables organisés lors de la Quinzaine du Commerce Equitable
- 300 interventions en milieu scolaire

- 30 collectivités locales accompagnées dans leur démarche de soutien et de promotion du commerce équitable, dont 14 engagées dans la campagne «Territoires de Commerce Equitable».
- 80 journées d'action commerciales étudiantes
- Plus de 100 conférences et projections

### Chantal Jouanno

#### « Une tâche toujours noble »

*« Mes derniers mots seront pour tous les bénévoles du commerce équitable. Par leur implication et leur travail, ils méritent toute notre estime et nos encouragements. Leur tâche est difficile, parfois ingrate, mais toujours noble. Leur combat vers une société plus solidaire nous commande de mener notre combat pour la redéfinition globale des échanges entre les pays du Nord et du Sud. Il nous incite à poursuivre et amplifier notre action pour une consommation plus respectueuse de l'environnement et des producteurs du Sud »\*.*

\* Discours d'installation de la CNCE le 22 avril 2010 par Chantal Jouanno, Secrétaire d'Etat à l'écologie



### Quel sens donnez-vous à votre engagement pour le commerce équitable ?



**Didier Reynaud**

23 ans, ambassadeur de la campagne «Changeons d'étiquette», membre de l'association Colecosol Alsace.

«Il y a 6 ans, quand j'ai commencé à militer pour le commerce équitable, les Français ne connaissaient pas beaucoup ce système et les rares articles qui abordaient ce sujet le décrivaient comme une mode ou de la charité. Aujourd'hui, les citoyens deviennent réellement «consom'acteurs». Les politiques, les entreprises et les médias s'emparent de plus en plus du commerce équitable. C'est une utopie aujourd'hui de plus en plus réaliste!»



**Emmanuel Pierson**

Créateur de la marque de T-shirts Monsieur Poulet.

«En 2006, quand nous avons monté le projet de Monsieur Poulet, mon associé Rachid Baalla et moi-même nous sommes posés longuement la question d'un sourcing inscrit dans une démarche de développement durable. La solution du commerce équitable nous est apparue comme évidente, car elle garantit un certain respect des producteurs et de leur portefeuille, ainsi qu'une charte environnementale clairement définie. Depuis, l'intégralité de notre production est à base de coton labellisé».



**Guylaine Gouzou-Testud**

Adjointe au Maire, déléguée à l'économie sociale et solidaire et au développement durable de la ville de Lyon.

«La Ville de Lyon s'est engagée dès 2001 en faveur du commerce équitable. Elle a reçu en 2008 le prix de la collectivité la plus engagée en faveur du commerce équitable et est devenue Territoire de commerce équitable en 2009.

Son engagement se traduit notamment par un soutien aux acteurs du secteur mais également par la mise en place de clauses en faveur de produits issus du commerce équitable dans divers marchés publics tels que les marchés traiteurs ou restauration scolaire. Enfin, le lancement du label «Lyon Ville équitable & durable» permettra aux Lyonnais d'identifier les structures engagées dans ce domaine sur le territoire».

# Quinzaine du commerce équitable

## Tous à table pour des brunchs géants !

Pour son dixième anniversaire, la Quinzaine s'est donné pour objectif de contribuer à faire rentrer les produits équitables dans les habitudes de consommation des Français. Elle a donc mis l'accent sur la diversité des produits équitables disponibles.



◀ ▲ ▶ A l'occasion de la Journée mondiale du commerce équitable le 8 mai, cinquante « brunchs » ont permis à 36 000 personnes de se mettre à table partout en France.

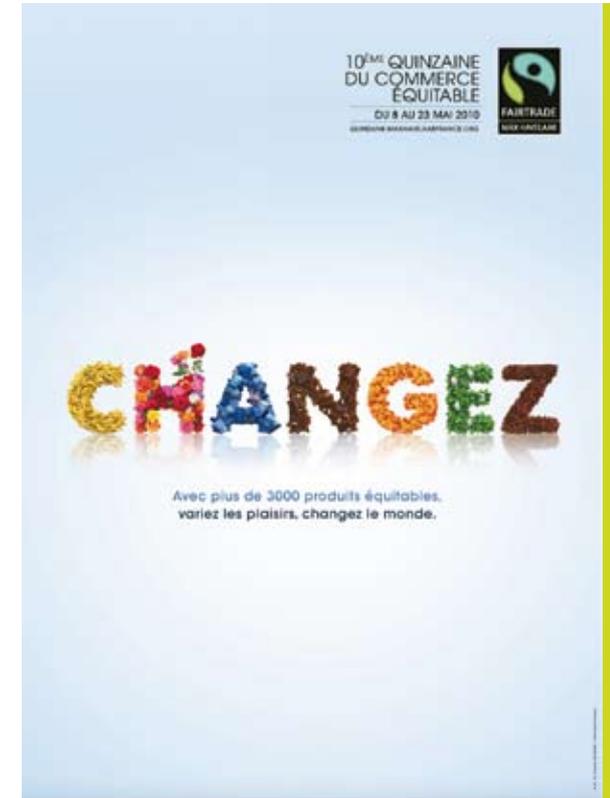
De même, dans plus de vingt pays (Europe, Afrique du Sud, Corée, Brésil...) 110 000 personnes étaient attablées. C'était le premier événement international du mouvement Fairtrade / Max Havelaar.



▲ Le 6 mai, la réunion organisée à la grande école de commerce Négocia a réuni plus de 300 personnes autour d'intervenants des producteurs, du WWF, de l'institut Wei... Les conférences co-organisées avec les villes de Lyon et Nantes ont réuni chacune une centaine de personnes.



▲ Julie Andrieu et Pierre Marcolini ont créé Regards, le gâteau officiel de la Quinzaine, réalisé à partir d'ingrédients équitables.



Merci à nos partenaires Primagaz, la Commission européenne, le conseil régional d'Ile-de-France, la mairie de Paris, Negocia / une école de la CCIP, Ushuaia TV, Radio Nova, A Nous, Mondomix.

**Les Echos**  
18 RUE DU QUATRE SEPTEMBRE  
75116 PARIS CEDEX 02 - 01 49 38 65 65

**DISTRIBUTION** Près de 3 r dont l'oise une « just

**En croissance équitable fait so**

**Pierre Marcolini roule sa cabosse**

Nous avons rencontré Pierre Marcolini, le créateur de Regards, le gâteau à la fois à la fois de la cabosse et de la cabosse, et plus au niveau économique.

**AFP**

28/04/2010 09:00:00

**Le 5e Forum du commerce équitable entreprises et collectivités**

LILLE, 28 avr 2010 (AFP) - La conquête équitaine, du 8 au 10 mai à Lille, consacrera pour entreprises et aux collectivités territoriales, afin de...

« Un des enjeux est la généralisation de car si 95% de la population agricole le consomme, consommateurs) reste assez confidentielle», selon... pour le commerce équitable, un des principaux act...

La journée du 10 mai, le seule qui ne se pour être de favoriser l'acte équitaine dans les en...

« On assiste à un changement d'échelle», relations établies chez Max Héselberg France, l'Américain Ben & Jerry's, qui est en train de passer le commerce équitable "tout d'abord" plus Christine Rochard, conseillère municipale de Lille et au commerce équitable, lors de la présentation première fois en province.

Le Monde, Psychologies Magazine, TF1... Les médias, toutes catégories confondues, ont parlé 525 fois de la Quinzaine, contre 342 en 2009 et 126 en 2008.

## Une contribution en hausse au service des producteurs

### La fédération internationale Fairtrade

La croissance rapide du commerce équitable labellisé implique de renforcer les outils de régulation mis en œuvre par Fairtrade International (FLO) et la qualité des services apportés aux producteurs :

- un développement structuré de nouveaux produits,
- l'arrivée de nouvelles organisations de producteurs,
- une meilleure participation des réseaux de producteurs à la définition des standards,
- la mise en œuvre de nouveaux services et formes de garanties.

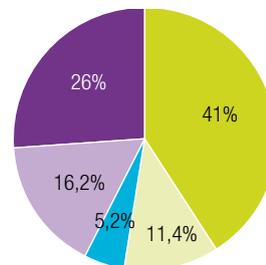
En 2008, Fairtrade International s'est dotée d'une nouvelle stratégie pour faire face à ces défis. Cela nécessite un investissement dont la pérennité économique ne peut être assurée qu'à moyen et long terme.

C'est pourquoi, depuis 2009, quatre bailleurs de fonds publics européens ont accepté une approche commune afin de rentrer dans un partenariat stratégique et de disposer d'une capacité d'influence sur la mise en œuvre des objectifs : ICCO (Pays-bas), DFID (Royaume-Uni), Irish Aid (Irlande), NORAD (Norvège) et SECO (Suisse).

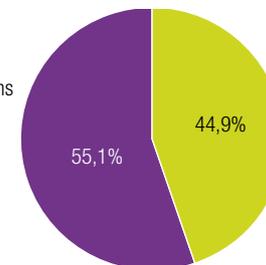
Ils contribueront à atteindre les objectifs suivants en 6 ans :

- doubler le nombre de producteurs ayant accès au commerce équitable,
- assurer la réduction du niveau de pauvreté pour ces familles,
- asseoir l'autonomie financière de Fairtrade International à l'horizon 2013.

#### Dépenses Fairtrade International :



#### Ressources Fairtrade International :



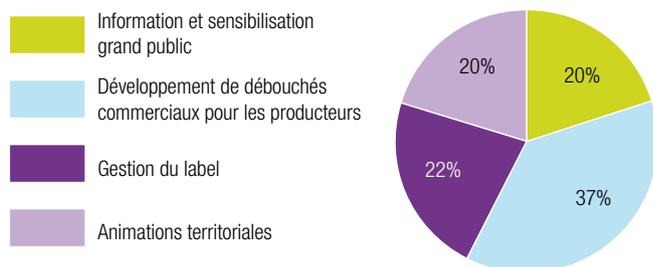
Le programme prévoit entre 2 et 2,5 millions d'euros par an, dégressifs jusqu'en 2013, avec un objectif de fonds propres supérieurs à 80 % à l'horizon 2013, par le biais de la contribution des associations nationales comme Max Havelaar France.

Les dépenses internationales sont principalement destinées à l'appui aux organisations de producteurs (41 %) sur des domaines techniques, organisationnels et financiers. Le poste « Direction et services généraux » se compose principalement de la coordination du système global multi-parties prenantes : réseaux de producteurs, associations nationales, entreprises, ONG, syndicats...

### L'association Max Havelaar France

En 2009, l'association a confirmé son indépendance financière malgré un contexte économique morose et des bailleurs de fonds difficiles à mobiliser.

#### Dépenses Max Havelaar France :



#### Les ressources de l'association

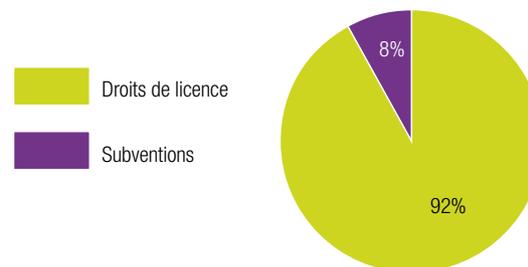
Au total, malgré la crise, les redevances versées par les marques pour l'utilisation du label s'élèvent à fin 2009 à 4,3 millions d'euros, en hausse de 11 %. Le total des ressources de l'association augmentent de 8 % entre 2008 et 2009, atteignant 4,8 millions d'euros.

L'exercice comptable 2009 termine avec un excédent de 48 000 euros que le conseil d'administration de Max Havelaar France a décidé d'affecter aux réserves de l'association.

#### Les dépenses de l'association

Les dépenses d'exploitation augmentent de 15 % en 2009 pour atteindre 4,8 millions d'euros. Les charges salariales passent à 1,9 millions d'euros, soit une progression de 24 % qui s'explique en partie par le renforcement de nos effectifs. Les dépenses correspondant au financement du système international représentent 21 % du total des charges.

#### Ressources Max Havelaar France :



# Actif

		31 décembre 2009		31 décembre 2008	
		Brut	Amort & Prov.	Net	Net
<b>Immobilisations incorporelles</b>		<b>50 854</b>	<b>40 911</b>	<b>9 943</b>	<b>7 245</b>
Concessions, brevets, licences		50 854	40 911	9 943	7 245
<b>Immobilisations corporelles</b>		<b>283 155</b>	<b>218 215</b>	<b>64 940</b>	<b>98 912</b>
Agencements, aménagements divers		105 548	85 629	19 919	36 348
Matériel/Mobilier de bureau et informatique, mobilier		106 886	79 474	27 412	31 636
Emballages récupérables et divers		70 721	53 112	17 609	30 928
<b>Immobilisations financières</b>		<b>141 745</b>	<b>20 000</b>	<b>121 745</b>	<b>89 453</b>
Prêts		71 500	20 000	51 500	21 500
Dépôts et cautionnements					
Participations		31 799		31 799	31 799
Autres immobilisations financières		38 446		38 446	36 154
<b>A. IMMOBILISE</b>	<b>TOTAL I</b>	<b>475 754</b>	<b>279 126</b>	<b>196 628</b>	<b>195 610</b>
<b>Stocks et en-cours</b>		<b>72 153</b>	<b>38 087</b>	<b>34 066</b>	<b>14 349</b>
Stocks Matières premières et approvisionnement		72 153	38 087	34 066	14 349
<b>Créances d'exploitation</b>		<b>1 857 109</b>	<b>200 500</b>	<b>1 656 609</b>	<b>1 997 983</b>
Avances et acomptes versés					
Créances usagers et comptes rattachés		1 316 961	187 000	1 129 961	1 094 699
Autres créances		164 997	13 500	151 497	228 816
Valeurs mobilières de placement				0	452 944
Disponibilités		342 928		342 928	168 506
Charges constatées d'avance		32 223		32 223	53 019
<b>A. CIRCUlant</b>	<b>TOTAL II</b>	<b>1 929 262</b>	<b>238 587</b>	<b>1 690 675</b>	<b>2 012 332</b>
Charges à répartir sur plusieurs exercices (III)					
<b>TOTAL GENERAL ( I + II + III)</b>		<b>2 405 016</b>	<b>517 714</b>	<b>1 887 302</b>	<b>2 207 943</b>

# Passif

		31 décembre 2009	31 décembre 2008
		Net	Net
<b>F. ASSOCIATIFS</b>			
Fonds associatif avec droit de reprise		111 658	121 658
Report à nouveau		19 274	212 489
Résultat comptable de l'exercice		48 403	231 762
<b>TOTAL I</b>		<b>179 335</b>	<b>140 932</b>
Provisions risques et charges		80 000	80 000
<b>TOTAL II</b>		<b>80 000</b>	<b>80 000</b>
<b>DETTES</b>			
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		261 162	480 278
Emprunts et dettes financières divers		12 609	22 851
Avances et acomptes reçus sur commandes			
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		629 851	696 080
Dettes fiscales et sociales		607 753	604 140
Autres dettes		25 783	21 771
Produits constatés d'avance		90 810	161 891
<b>TOTAL III</b>		<b>1 627 968</b>	<b>1 987 011</b>
<b>TOTAL GENERAL ( I + II + III)</b>		<b>1 887 302</b>	<b>2 207 943</b>

Charges	Année 2009	Année 2008	Année 2007	Année 2006	Année 2005	Année 2004	Année 2003
<b>Charges d'exploitation</b>							
Achats et services extérieurs	2 668 015	2 183 329	1 477 930	1 851 177	1 882 880	1 093 367	673 956
Impôts, taxes et versements assimilés	105 103	75 234	124 973	53 556	26 759	5 385	3 957
Charges de personnel	1 860 627	1 499 583	1 808 261	1 830 579	1 203 380	941 966	765 646
Dotations	105 979	308 445	164 870	66 841	40 677	182 849	68 689
Autres charges	42 429	93 419	25 418	57 367	47 155	74 330	965
<b>TOTAL I</b>	<b>4 782 153</b>	<b>4 160 009</b>	<b>3 601 452</b>	<b>3 859 520</b>	<b>3 200 851</b>	<b>2 297 897</b>	<b>1 513 213</b>
Charges financières	35 246	29 497	40 517	29 148	13 213	21 646	16 808
<b>TOTAL II</b>	<b>35 246</b>	<b>29 497</b>	<b>40 517</b>	<b>29 148</b>	<b>13 213</b>	<b>21 646</b>	<b>16 808</b>
Charges exceptionnelles	8 577	39 486	31 371	188 834	72 645	13 757	10 818
<b>TOTAL III</b>	<b>8 577</b>	<b>39 486</b>	<b>31 371</b>	<b>188 834</b>	<b>72 645</b>	<b>13 757</b>	<b>10 818</b>
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>4 825 976</b>	<b>4 228 992</b>	<b>3 673 340</b>	<b>4 077 502</b>	<b>3 286 709</b>	<b>2 333 300</b>	<b>1 540 839</b>
Impôt sur les bénéfices	365	29 582				4 779	
<b>Résultat de l'exercice = bénéfice (IV)</b>	<b>48 403</b>	<b>231 762</b>	<b>100 774</b>			<b>541 987</b>	

Produits	Année 2009	Année 2008	Année 2007	Année 2006	Année 2005	Année 2004	Année 2003
<b>Ventes et prestations</b>	<b>93 531</b>	<b>150 671</b>	<b>113 477</b>	<b>81 543</b>	<b>137 166</b>	<b>21 073</b>	<b>101 563</b>
<b>Subventions</b>	<b>378 298</b>	<b>331 682</b>	<b>288 318</b>	<b>1 121 997</b>	<b>1 115 966</b>	<b>1 713 923</b>	<b>457 031</b>
Ministère des affaires étrangères				826 087	836 120	1 279 431	180 936
Union européenne / CDE	150 000	150 000	100 000	93 000	157 000	150 000	40 000
Ministère de la Jeunesse et des Sports				5 000			
Projet Fairtrade Towns	8 217	37 074	24 900	25 869			
Subvention AFD			90 000				
Emplois jeunes	48 419	20 699	49 926	59 786	14 674	73 590	
Ministère des affaires sociales							136 827
Géofairtrade	30 270						
Autres	141 392	123 909	23 492	112 255	108 173	210 901	99 268
<b>Autres produits</b>	<b>4 343 598</b>	<b>3 986 841</b>	<b>3 340 946</b>	<b>2 524 572</b>	<b>1 852 364</b>	<b>1 133 924</b>	<b>626 892</b>
Redevances	4 323 505	3 931 061	3 327 325	2 490 408	1 818 467	1 085 054	577 676
Autres	20 094	55 780	13 621	34 164	33 897	48 870	49 216
<b>TOTAL I</b>	<b>4 815 427</b>	<b>4 469 193</b>	<b>3 742 741</b>	<b>3 728 112</b>	<b>3 105 496</b>	<b>2 868 920</b>	<b>1 185 486</b>
Produits financiers	8 101	6 251	1 833	5 407	6 488	194	22
<b>TOTAL II</b>	<b>8 101</b>	<b>6 251</b>	<b>1 833</b>	<b>5 407</b>	<b>6 488</b>	<b>194</b>	<b>22</b>
Produits exceptionnels	51 216	14 892	29 540	624 639	119 293	10 952	5 315
<b>TOTAL III</b>	<b>51 216</b>	<b>14 892</b>	<b>29 540</b>	<b>624 639</b>	<b>119 293</b>	<b>10 952</b>	<b>5 315</b>
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>4 874 744</b>	<b>4 490 337</b>	<b>3 774 114</b>	<b>4 358 158</b>	<b>3 231 277</b>	<b>2 880 066</b>	<b>1 190 823</b>
Résultat de l'exercice = déficit (IV)				210 982	55 432		350 016
<b>TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)</b>	<b>4 874 744</b>	<b>4 490 337</b>	<b>3 774 114</b>	<b>4 077 502</b>	<b>3 286 709</b>	<b>2 880 066</b>	<b>1 540 839</b>

# Merci à tous nos partenaires

## Ils s'engagent avec Fairtrade / Max Havelaar

### Le Conseil d'administration

FRAICHARD Serge, Président – DOUSSIN Jean-Pierre, Vice-Président – LAMENARDIE Jean-Paul, Secrétaire – CARIE Jean-Loup, Trésorier – TERRISSE Laurent – CHARBONNIER Jean-René – LAURENT Nicolas – LEGRIGEOIS Franck – YOUNAN Michelle

### Les groupes locaux

APCE 89 – ATB – ATPCE – Bayeux Commerce Equitable – Bretagne Commerce Equitable Nord Sud – CAFE!  
– C'est tout Com – COLECOSOL – Correspondant local 14 – Correspondant local 22 – Correspondant local 29 – Crozon – Correspondant local 29 – Saint Yvi – Correspondant local 47 – Correspondant local 56 – Correspondant local 59 – Correspondant local 69 – Correspondant local 77 – Correspondant local 79 – Correspondant local 94 – Correspondant local Auvergne – Correspondant local Eaubonne – Correspondant local Polynésie française – EQUI'MAX – IDCE 86 – LOR-SUD/Collectif Commerce Equitable – Madin'Ekitab – Max Havelaar 35 – Max Havelaar 92 – Max Havelaar Anjou – Max Havelaar Champagne-Ardenne – Max Havelaar Limousin – Max Havelaar Midi-Pyrénées – Max Havelaar Paca – Max Havelaar Sud-Bourgogne – NAPCE – Paris Equitable – Pôle local d'économie solidaire chevillais – Pont l'Eveque Equitable -Réunion Equitable – Solid'Ere – Terre Humaine – Viking Equitable – YPCEL

### Consommation hors-domicile

- **Activité CHR (café hôtel restaurant) :** Accor – Best Western – Châteaux & Hôtels Collection – Pierre & Vacances – Touristra Vacances – Elixir (Eliance, Avenance) – Sodexo – Compass (Scolarest, Eurest) – Cremolini, EXKI – Flunch – Courtepaille – Quinoé.

- **Chefs cuisiniers ambassadeurs :** Olivier Roellinger – Jean-François Piège – Julie Andrieu, Alain Alexanian, Toques Blanches Lyonnaises – Laurence Salomon – Gérard Cagna – Guy Krenzer...

- **Entreprises consommatrices :** Aéroports de Paris – Bouygues Construction – Crédit Agricole – EDF – FNAC, La Poste – Primagaz – RATP – SNCF – Saur – Séché Environnement, – Sanofi Aventis



## Les détenteurs de licence

---

123 Etam – Abeil – ADM Bressuire – Aekitas – Agence M&C – AgroFair Benelux BV – Algra Koffie en Thee B.V. – Alter Eco – Alterka Kooperatiba – Araquelle – Armor Lux – Artisanat Sel – Auchan – AZ Mediterranee – Baud SA – Belco SAS – Ben & Jerry’s Homemade Holdings, Inc. – Bestseller A/S – Bigot Fleurs – Biocoop – Birdy Nam Nam – Boomerang SAS – Boyere – Brochenin SA – Cafés Albert – Cafés Bibal SAS – Cafés Chapuis S.A. – Cafés Excella – Cafés Henri SAS – Cafés Merling – Cafés Pivard – Cafés Reck – Cafés Rombouts Koffies – Caraibos C.I.P.P.T – Carrefour – Casino – CAT Notre Avenir – Celio (France) – Centre de Cafeologie – Cepovett – Ceribio – Champion – Chocolat Mathez – CIAD – Clarysse – Clipper Teas – Coic – Comazo GmbH & Co. KG – Compagnie Méditerranéenne des cafés Malongo – Confiserie Rohan – Cora – Cora Bonneterie Chaussettes – Cora PAP – Country Farm – Sagy – CSI SAS – Dalliance – Dammann – Daniel Mercier – Delices du Palais – Devas Chocolaterie – Distriborg – Dodo – Dole France SAS – Dolfin – Dr. Otto Suwelack Nachf. GmbH & Co. KG – Eider – Elis – Eminence – Ethiflora – Ethiquable – Ethis – Ets. George Cannon – Eurogran A/S – Favols – Fichaux Industries SA – Fileane – Filet Bleu – Flore Distri – Flower Direct BV – Folliet – Foret des Loges (Weiss) – Foucteau – France cacao – France Lyo – Francoise Saget – Fruidor – FTB - Fun Adventure – Hacot et Colombier – Herbal Health Ltd – Hydra et Tetra Medical – I.C.S. International B.V. – IEC – Intermarche – J.J. Darboven – Jardins de Gaia – Katope International SA – Kenty – Kindy Bloquet – Klaus – Kwintet – La Chocolaterie du Pecq – La Compagnie du Commerce Equitable – La Redoute SA – La route des comptoirs – La route des fleurs – La Vie en Pro – Lafodex – Larex AB – Le Moulin du Pivert – Le Temps des Cerises – Legal le Gout – Les chevaliers d’argouges – Les jardins du Ried – Les Pots Ethiques – Lestra – Lobodis – Logoclub – Loiret & Haentjens – Lucien Georgelin – Maison J. Quille et Fils – Maison P. JOBIN et Cie – Maison Roucadil – Markal – Maya Fair Trading ASBL – Menguy’s – Meo – Meyer-Hosen AG – Michaud Apiculteurs – Miel Villeneuve – Miko Coffee Service NV – Monbana – Mongozo B.V. – Monoprix SA – Monsieur Chat – Monsieur Poulet – Mulliez Freres – N.P. Créations – Naturalim France Miel – Naturenvie SA – Neuteboom Koffiebranders B.V. – Norma – Olivier Langlois – OMPE – Oxbridge – Oxfam Fairtrade cbva – Pagès – Papili – Patisserie les comtes de la marche – Pâtisserie Michel Kremer – PEG – Peter Riegel Weinimport GmbH – Pfanter GmbH – Pomona Terreazur – Pro Natura SA – Pueblos Nativos – Pyrenex – Racines – Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co – Raverdy – Reismühle Brunnen – Rica Lewis – Richard – Routin – Sageco – Sati – Satro Quality Drinks GmbH – Saveurs et Nature – Scamark – Schirmer Kaffee GmbH – Scop Café Michel – Seda Solubles – Segafredo Zanetti France – Simon Levelt – Siplec – SNT – Sogecoq – Solidar’Monde – Solo Invest – Solyland – Somovedi – Soufflet – limentaire – Starbucks France – Switcher – Système U – Talux SA – Tenthorey – Tereos – The Cotton Group – B&C Collection – The Fair Trade Spirits Company – Thomas Le Prince – Tisseray – Top Flora – Torrification de Broceliande – Transgourmet – Truffaut – Unilever (Alsa) – Valrhona – Vandershooten – Vertbaudet – Vita Terra AG – Vitality Foodservice – Vitamont – Walomo - Wertform GmbH (DEK) – Zahor France SAS

# Équitable ou non ? Deux cas de figure.

## Filière classique



## Filière équitable



Association Max Havelaar France

261 rue de Paris 93556 Montreuil cedex

Tél. 01 42 87 70 21

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

