
AGIR

POUR PLUS DE JUSTICE

ÉCONOMIQUE ET
ENVIRONNEMENTALE

RAPPORT ANNUEL

2018



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE



**FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE**

AGIR

POUR PLUS DE JUSTICE ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTALE

2018 a été une année où membres, équipes et partenaires de Max Havelaar France ont porté avec énergie et engagement notre vision d'un commerce équitable à la fois exigeant et ambitieux!

L'anniversaire des 25 ans au Sénat a été un des moments forts pour notre ONG: retour sur une (déjà) très belle histoire, perspectives pour la prochaine décennie, avec nos partenaires et membres de la première heure et ceux qui se sont engagés récemment à nos côtés.

En 2018, la consommation dite responsable, dont le commerce équitable est un des piliers, s'affirme en France: loi Alimentation, émergence de nombreuses initiatives françaises dites «équitables», devoir de vigilance des multinationales en matière de droits de l'homme, etc.

Le développement des échanges équitables au bénéfice des producteurs en est la traduction: en France, +40% de bananes, +74% de cacao, +5% de café en volumes

vendus, et +25% pour le chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar. Alors même que la consommation alimentaire stagne; et même s'il reste encore un long chemin à parcourir.

AGIR. Comme une évidence. Bien plus qu'une initiative de labellisation d'intérêt général, notre ONG à gouvernance plurielle confirme son rôle essentiel de soutien aux producteurs, de sensibilisation des consommateurs et de mobilisation des pouvoirs publics.

Avec ce rapport, découvrez la richesse et la diversité de notre action, comme la transparence indispensable dans l'utilisation de nos moyens.

En 2019, agissez avec nous, tant le besoin d'équité demeure immense dans une mondialisation économique où l'on peine à discerner les mécanismes qui protégeraient vraiment les plus défavorisés, pour un véritable changement d'échelle!

Émilie Sarrazin, Présidente; Blaise Desbordes, Directeur Général.

ÉTAT DES LIEUX 4

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar dans le monde 4

De la production à la vente 6

SOUTENIR 8

Notre vision 8

Nos défis 9

5 programmes sur le terrain en 2018 10

TRANSFORMER 12

Une progression exceptionnelle 12

Une croissance dans les catégories clés 14

SENSIBILISER 16

Café, l'étude qui alerte! 16

Faire connaître 17

Les temps forts de l'année 18

Impact 19

L'année 2018 20

FINANCER 22

Utilisation des ressources 22



ÉTAT DES LIEUX

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

L'ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE

L'ONG Max Havelaar France, membre fondateur du mouvement international Fairtrade/Max Havelaar, agit pour un commerce équitable, respectueux des droits humains et de l'environnement. Avec le label Fairtrade/Max Havelaar, elle mobilise les entreprises, les consommateurs et les pouvoirs publics afin de transformer les pratiques et soutenir les producteurs et travailleurs défavorisés. Elle sensibilise l'opinion publique et milite en faveur d'une économie mondiale éthique et responsable.

30 ONG
nationales

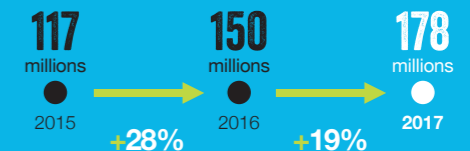
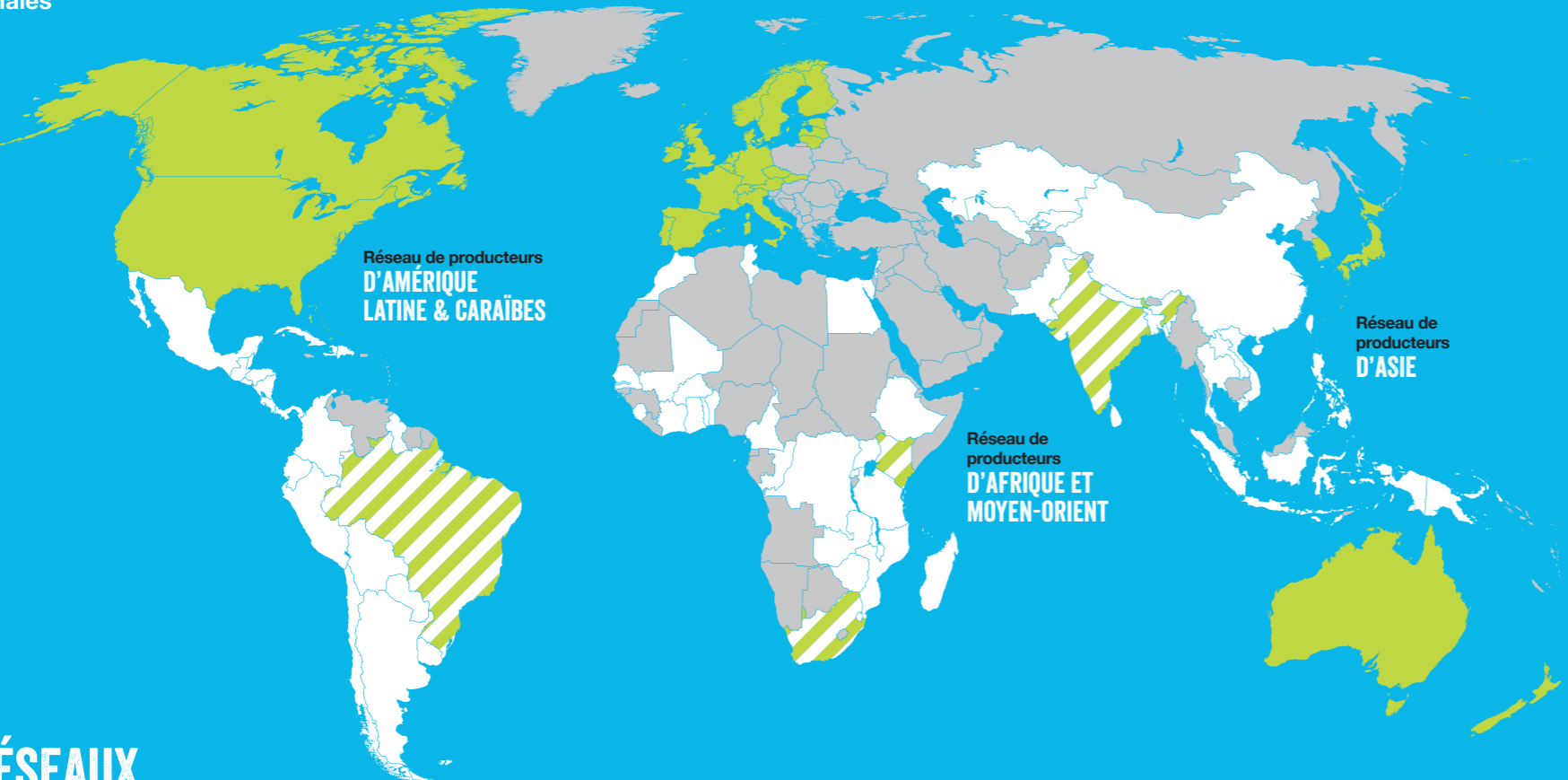
+ DE 30 000
PRODUITS

178 MILLIONS

de prime de développement versés en 2017

labellisés Fairtrade/Max Havelaar disponibles dans le monde

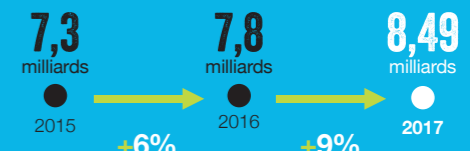
aux organisations de producteurs et travailleurs des 7 filières principales pour investir dans des initiatives économiques, sociales et environnementales.



8,49 MILLIARDS

de chiffre d'affaires généré

par la vente des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar dans le monde en 2017.



3 RÉSEAUX
de producteurs

1,66 MILLION
de producteurs et travailleurs dans le monde

23 %
sont des femmes



1 599 ORGANISATIONS
de producteurs et travailleurs

535
en Afrique et
Moyen-Orient

803
en Amérique
latine et Caraïbes

261
en Asie
et Océanie

- Pays producteurs Fairtrade
- Pays producteurs Fairtrade et ONG nationales
- ONG nationales

UNE GOUVERNANCE PARITAIRE

Les représentants des producteurs et travailleurs ont 50% des voix

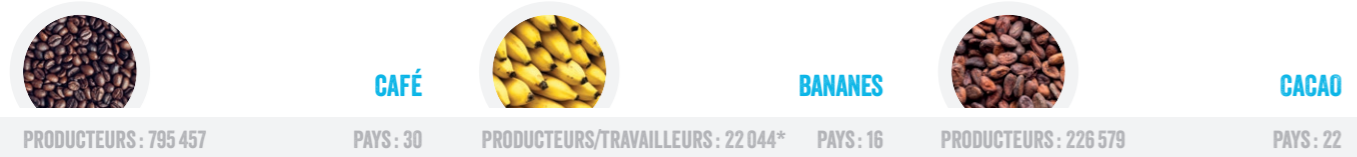
DE LA PRODUCTION À LA VENTE

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

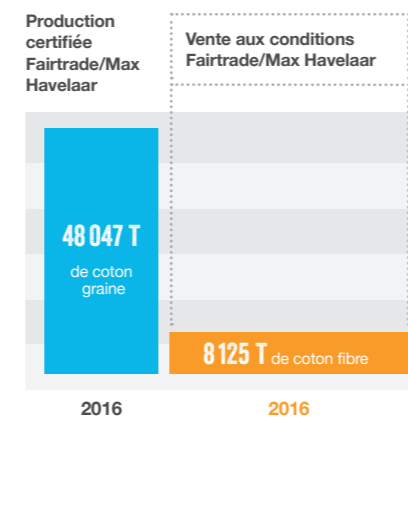
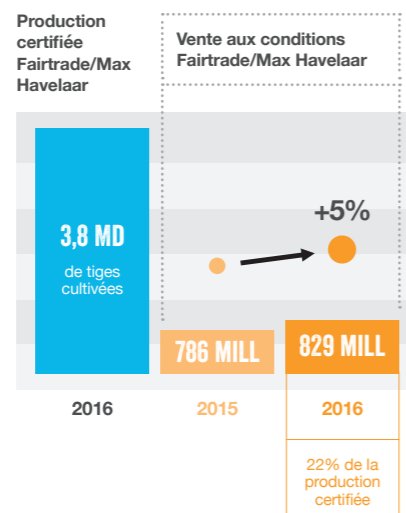
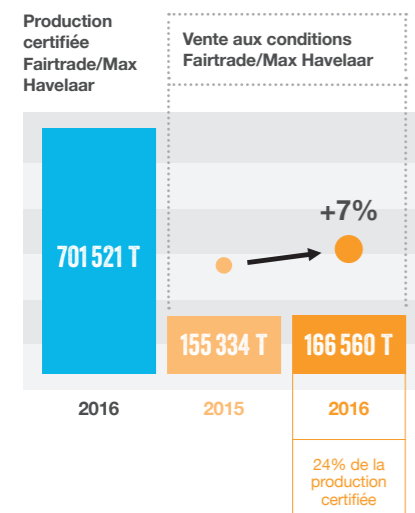
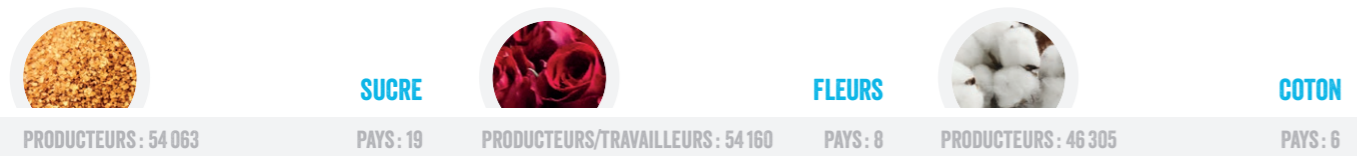
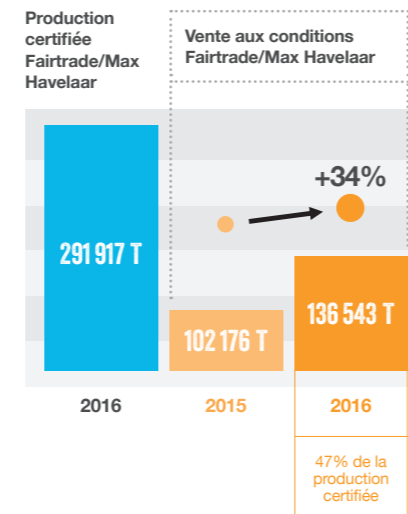
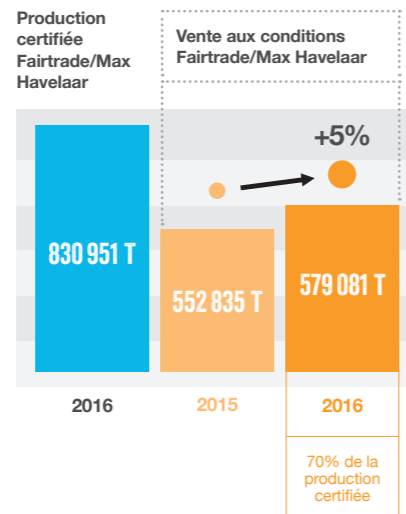
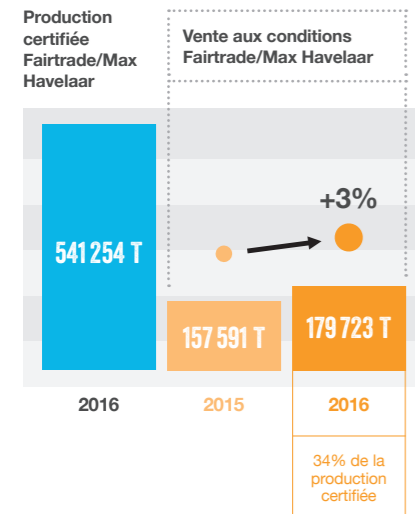
Notre mouvement vise à atteindre un objectif ambitieux : des conditions commerciales plus justes et durables pour toutes les personnes qui vivent de l'agriculture dans le monde. Faute de débouchés suffisants, toute la production n'est pas vendue aux conditions du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar (prix minimum, prime de développement).

DANS LE MONDE

EN 2016



*dont 10707 producteurs et 11337 travailleurs



Source: Monitoring the scope and benefits of fairtrade 2017

EN FRANCE

EN 2018

PRINCIPAUX VOLUMES VENDUS PAR LES PRODUCTEURS DU MOUVEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN 2018

Mobiliser les entreprises pour changer leurs pratiques et accroître les débouchés aux conditions équitables pour les productrices et producteurs défavorisés du Sud est une des missions principales de Max Havelaar France.

Aux côtés des 29 autres associations dans le monde chargées de promouvoir le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, nous poursuivons cette mission en accompagnant 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 par des augmentations historiques sur certaines filières, synonymes de conditions commerciales plus justes et plus durables pour les productrices et producteurs.



SOUTENIR

Faire progresser la cause des agriculteurs défavorisés c'est répondre aux attentes de la société

À l'instar de l'environnement et du climat, la justice économique devient prégnante dans l'opinion publique. La rémunération des producteurs est désormais au centre des préoccupations des citoyens et constitue un défi majeur pour les entreprises et les pouvoirs publics. Le commerce équitable est une réponse à une mondialisation économique déséquilibrée et souvent brutale.

NOTRE VISION

LE JUSTE PARTAGE DE LA VALEUR DANS LES CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT

À la fin des années 80, la suppression des accords internationaux régulant certaines filières a abouti à leur libéralisation, entraînant une forte création de richesses mal réparties et une concentration importante de quelques acteurs des filières, tels que les industriels et les distributeurs. En résulte une captation de la valeur créée largement en leur faveur, au détriment des petits producteurs qui ne peuvent pas percevoir un revenu décent. Le commerce équitable est un outil pertinent pour rééquilibrer le rapport de force et renforcer la durabilité des filières.

LE REVENU DÉCENT COMME DROIT HUMAIN FONDAMENTAL

Le principe du mouvement Fairtrade/Max Havelaar repose sur l'engagement d'entreprises prêtes à verser un prix juste aux productrices et aux producteurs. Et, de plus en plus, sur des consommateurs pour qui l'éthique devient un critère de choix. Cette rémunération couvre les coûts d'une production durable et doit assurer une vie digne aux familles paysannes et aux travailleurs agricoles des plantations. Les revenus et salaires décents sont au cœur de la stratégie du mouvement Fairtrade Max/Havelaar. Mais cet objectif doit rassembler tous les acteurs pour être atteint (États, ONG, agences agronomiques, ...).

UN DEVOIR DE VIGILANCE ET LE RESPECT DES DROITS HUMAINS PAR LES ENTREPRISES

Les entreprises sont aujourd'hui de plus en plus nombreuses à intégrer dans leur stratégie des préoccupations environnementales et sociales et un approvisionnement responsable ; les Objectifs de Développement Durable (ODD) donnent une feuille de route commune aux acteurs étatiques comme non-étatiques. Nouvelles lois sur le devoir de vigilance, sécurisation des approvisionnements, durabilité des filières, transparence de la chaîne logistique..., le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, par son approche holistique (économique, sociale et environnementale), est un outil privilégié pour mettre en œuvre les 3 piliers de la durabilité.



1

2

3



CHANGER L'ÉCHELLE DE LA CONSOMMATION ÉQUITABLE

En développant des partenariats avec tous les acteurs économiques de la consommation: restaurants, cafés, réseaux bio, grande distribution, cantines, afin de faire changer les pratiques commerciales en profondeur.

OFFRE PRODUITS 100% FAIRTRADE

Accompagner les entreprises dans leur dynamique d'offre produits responsables avec des gammes 100% certifiées Fairtrade/Max Havelaar.

NOUVELLE OFFRE



En proposant aux entreprises de s'engager progressivement par la valorisation d'un seul ingrédient certifié Fairtrade dans leurs produits, à standards identiques: un chocolat avec du cacao labellisé Fairtrade/Max Havelaar et du sucre produit localement par exemple.

PARVENIR À ASSURER LE REVENU DÉCENT

En développant un objectif de revenu décent calculé par pays et filière, à adopter par tous les acteurs de la chaîne.

En développant de nouvelles filières certifiées Max Havelaar, là où nous constatons des injustices criantes liées aux salaires et aux conditions de travail.

UN OBJECTIF COLLECTIF

Le commerce équitable offre un prix minimum qui sert de filet de sécurité aux producteurs. S'y ajoute une prime de développement social de 5 à 15% pour financer des projets collectifs. Mais cela n'est parfois pas suffisant pour atteindre un revenu dit décent, en fonction d'autres facteurs comme la productivité, le niveau des services publics, les revenus complémentaires du producteur, la taille de sa parcelle. Plusieurs ONG et chercheurs se sont rassemblés pour développer le principe de revenu décent (Living Income Community of Practices, Global Living Wages Coalition...), et Fairtrade en a fait un objectif central de sa stratégie dans l'esprit des Objectifs de Développement Durable n°1 (Fin de la pauvreté) et n°8 (Emploi décent) des Nations-Unies.

DÉVELOPPER LA COMPLÉMENTARITÉ AVEC LA BIO VERS UNE AGRICULTURE DURABLE

Le développement de la consommation de produits bio en France offre de nouvelles perspectives au développement du commerce équitable qui apporte des garanties sociales et des prix plus justes pour les producteurs. Les filières Fairtrade/Max Havelaar soutiennent économiquement la bio via une prime supplémentaire aux producteurs, pour tendre vers une soutenabilité globale de l'agriculture.

BIO ET ÉQUITABLE : COMPLÉMENTAIRES



Sans pesticides et engrais de synthèse

Interdiction des OGM et meilleures pratiques



Prix plus juste, prime de développement, prime bio, conditions de travail

5 PROGRAMMES SUR LE TERRAIN EN 2018

DES ACTIONS CONCRÈTES POUR DÉVELOPPER L'IMPACT

Les défis auxquels sont confrontés les paysans et travailleurs agricoles des pays en développement sont immenses. Face au changement climatique et à l'effondrement des prix de ce qu'ils produisent, ils ont besoin d'un soutien efficace aujourd'hui mais aussi d'outils performants pour initier sur le long terme un développement économique, social et environnemental.

C'est pourquoi le mouvement Fairtrade/Max Havelaar ne cesse d'innover et d'investir à leurs côtés sur le terrain. Des programmes d'appui ont ainsi été développés au niveau international et se déclinent en réalisations concrètes sur les thématiques suivantes: lutte contre le changement climatique, lutte contre le travail des enfants, droits des travailleurs, égalité entre les genres et accès au financement des familles paysannes.

1 - SOUTIEN AUX PRODUCTEURS DE CACAO: AUGMENTATION DE 20% DU PRIX MINIMUM GARANTI

Les prix mondiaux du cacao ont chuté de plus d'un tiers en 2018, et ce sont les petits producteurs de cacao qui subissent les conséquences de la volatilité des prix. **Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar a décidé de réévaluer de 20% le Prix Minimum Garanti aux producteurs, qui passe de 2000 \$ par tonne à 2400 \$ par tonne, et la Prime de Développement, qui passe de 200 \$ par tonne à 240 \$ par tonne.** Pour le cacao issu de l'agriculture biologique, le prix Fairtrade/Max Havelaar est majoré de 300 \$ par tonne.

Ces évolutions, qui entreront en application le 1^{er} octobre 2019, résultent d'un important processus de révision initié dès 2017 qui s'est déroulé en plusieurs étapes: une étude de terrain pour mesurer les revenus des producteurs de cacao en Côte d'Ivoire, des études et analyses des coûts de production durable sur un échantillon de coopératives certifiées dans 7 pays, la consultation des producteurs et des entreprises partenaires et de la société civile, puis la décision finale prise lors du Comité des Standards de novembre 2018, au sein duquel siège notre présidente Émilie Sarrazin. L'équipe de Max Havelaar France a été fortement impliquée à chacune des étapes et a porté la nécessité d'une révision exigeante.

2 - FILIÈRE FLEURS: DES TRAVAILLEUSES ET TRAVAILLEURS MIEUX INFORMÉS DE LEURS DROITS ET DE LEUR POUVOIR D'ACTION

Le programme Flower Enhancement, mis en œuvre par Fairtrade Africa, a pour but d'appuyer les travailleuses et travailleurs des plantations de fleurs d'Afrique de l'est (Kenya, Éthiopie, Tanzanie et Ouganda). Max Havelaar France a contribué au financement du programme en 2018.

■ **La bonne planification et gestion de la prime de développement** est un des axes prioritaires du programme: 591 comités de travailleurs ont ainsi été formés.

■ **Le programme a permis de former près de 10 000 travailleuses et travailleurs aux garanties environnementales du cahier des charges Fairtrade/Max Havelaar.**

■ **Plus de 600 travailleurs et managers de 15 plantations ont été sensibilisés à la lutte contre les discriminations de genre.**

■ **Avec l'appui de l'ONG Workers Rights Watch, une évaluation des risques et des mécanismes de déclenchement d'alerte ont été mis en place dans 10 plantations pilotes au Kenya.**

■ **170 représentants de travailleuses et travailleurs de 40 plantations ont été formés à la négociation salariale**, ce qui a contribué à la mise en place d'un salaire minimum de 1 450 Birr (monnaie éthiopienne) dans les plantations certifiées contre 950 Birr dans la filière conventionnelle.



Découvrez
les 5 champs d'action
du mouvement
Fairtrade/Max Havelaar
sur notre site web



3 - LA CLIMATE ACADEMY ACCOMPAGNE LES PRODUCTEURS FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Les petits producteurs sont les plus durement touchés par le changement climatique, et pourtant ils sont les moins armés pour lutter contre. Au-delà des exigences du label, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar se mobilise pour leur donner les moyens d'y faire face. Des projets d'appui sont mis en œuvre, notamment avec la Fairtrade Climate Academy.

■ **Des producteurs de l'union Machakos de coopératives de producteurs de café au Kenya ont ainsi été formés à des techniques de production durables** et résilientes du café: gestion optimisée de l'eau, plantation d'arbres d'ombrage ou encore association culturale avec d'autres plantes. Des familles ont bénéficié de fours améliorés optimisant l'utilisation de bois de chauffe et réduisant les émissions de CO₂ ou gaz à effet de serre.

■ **Cette expérience concluante a été répliquée dans d'autres pays et continents, notamment en Bolivie où elle a permis la mise en place de 320 pépinières de 1 000 plants de caféiers chacune** et l'élaboration d'un plan d'adaptation au changement climatique par les coopératives participantes.

■ **Le réseau Fairtrade des producteurs d'Asie (NAPP) a lancé une «Climate School»** pour accompagner, dans un premier temps, 12 organisations de producteurs de 4 pays (Vietnam, Indonésie, Inde et Laos).

4 - DES ÉCOLES DE LEADERSHIP POUR LES FEMMES

Programme innovant pour lutter contre les inégalités de genre, l'École du Leadership vise à **améliorer les chances des femmes** dans les communautés agricoles via des formations en **finance, négociation et prise de décision**.

Diplômées à l'issue du programme, 19 femmes et 3 hommes, issus de 7 coopératives ivoiriennes de cacao, sont désormais des ambassadeurs de l'École du Leadership: ils partagent leurs connaissances avec leurs communautés et leurs coopératives, soit environ 5 000 personnes. **Max Havelaar France a invité plusieurs ambassadrices lors d'événements** pour sensibiliser et promouvoir la lutte contre les inégalités de genre.

Les écoles de Leadership se développent sur chaque continent. Ainsi, en Amérique latine, 109 femmes de 6 organisations au Guatemala ont terminé avec succès leur formation, et une nouvelle école a été créée début 2019 par le réseau Fairtrade de producteurs d'Asie et du Pacifique, NAPP.

5 - LUTTER CONTRE LE TRAVAIL DES ENFANTS

La lutte contre le travail des enfants est une priorité du mouvement Fairtrade/Max Havelaar: les réseaux de producteurs ont continué les **formations auprès de leurs producteurs autour des standards du label interdisant strictement le travail des enfants**. Certaines coopératives ont mis en place un système d'alerte et de prévention du travail des enfants: des coopératives de producteurs de sucre de canne au Belize, Paraguay et en Inde, une coopérative productrice de cacao au Ghana et une plantation de fleurs au Kenya.

Dans ces pays, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar participe à alerter sur ces pratiques et propose des solutions concrètes. **Au Belize, trois coopératives certifiées Fairtrade/Max Havelaar font partie du comité de révision du cadre légal régulant le droit du travail**, notamment sur la question des jeunes dans le secteur de la canne à sucre. Au Paraguay, trois coopératives certifiées Fairtrade/Max Havelaar ont signé un accord de coopération avec le gouvernement pour lutter contre le travail infantile. Enfin, au Ghana, Fairtrade Africa agit en étroite collaboration avec le gouvernement pour revoir le système de suivi national du travail des enfants.

TRANSFORMER

En France le marché se transforme et devient plus responsable grâce aux croissances du bio et de l'équitable

Alors même que la consommation alimentaire a reculé en 2018, le commerce équitable gagne du terrain, avec notamment des hausses historiques sur la banane et le café et de fortes progressions des ventes en chocolaterie.

742 M€ de chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar réalisé en France en 2018 soit 25% de plus qu'en 2017*.

279 ENTREPRISES partenaires (122 françaises et 157 étrangères) vendent en France des produits labellisés.

3 685 PRODUITS labellisés Fairtrade/Max Havelaar vendus, dont 75% bio.



UNE PROGRESSION EXCEPTIONNELLE

UN CHIFFRE D'AFFAIRES EN CROISSANCE DE 25%

En 2018, la croissance des ventes des produits Fairtrade/Max Havelaar est globale sur toutes les catégories de produits (sauf fleurs et coton), circuits de distribution et types de marque, que ce soient les marques nationales ou les marques de distributeur. Le chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar atteint ainsi les 742 millions d'euros, soit une croissance de +25%.

■ **Au cours de l'année 2018, 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 qui développe son offre de produits labellisés à marque propre.

■ **La banane, avec une croissance de +40% en volume**, et le café avec +5%, sont des moteurs du dynamisme du marché.

■ **La catégorie de produits en forte croissance en 2018 est le chocolat (+74% en volume de cacao)** avec l'introduction de produits portant le nouveau label «Ingrédient Fairtrade/Max Havelaar»* apposé sur les produits de confiserie, notamment pendant les périodes festives de Pâques et Noël. **Cette croissance a ainsi permis de**

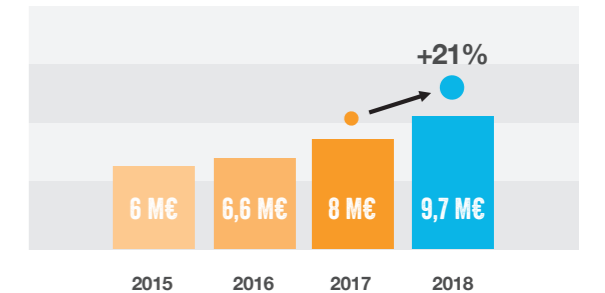
générer 1,5 million de Prime de Développement pour les organisations de producteurs.

■ **55% des ventes se font désormais en grandes surfaces, un circuit en forte croissance, notamment grâce à une nette augmentation de l'offre aux consommateurs** et, pour certains cas, d'une offre exclusive pour une catégorie de produits. C'est le cas de Monoprix qui a décidé de proposer une offre de banane 100% équitable en 2018 et qui a approfondi son engagement avec le cacao en 2019 avec une offre de 25 tablettes de chocolat à marque propre. Le hard-discount contribue également avec une introduction importante de gammes complètes de produits chocolatés à base de cacao certifié Fairtrade/Max Havelaar.

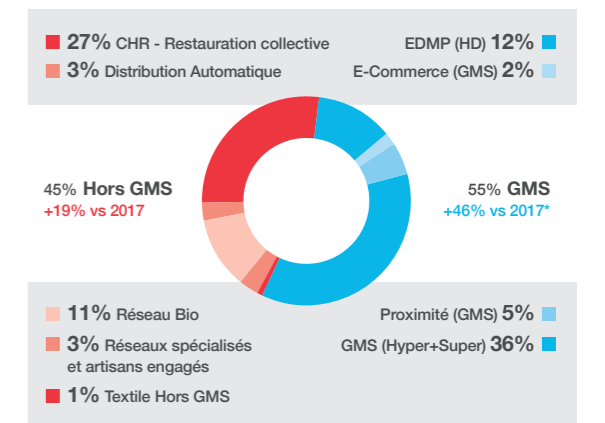
■ **45% des ventes ont lieu dans les circuits spécialisés** (magasins bio en particulier), les cafés, hôtels et restaurants, la distribution automatique et la consommation en entreprise.

*Le label Ingrédient Fairtrade/Max Havelaar: ce logo blanc identifie l'ingrédient équitable du produit. Le label porte uniquement sur l'ingrédient identifié. Par exemple, pour une tablette de chocolat au lait, 100% du cacao est issu du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, mais ce n'est pas le cas du sucre et du lait.

PRIME DE DÉVELOPPEMENT GÉNÉRÉE EN FRANCE EN 2018 pour les organisations de producteurs et travailleurs



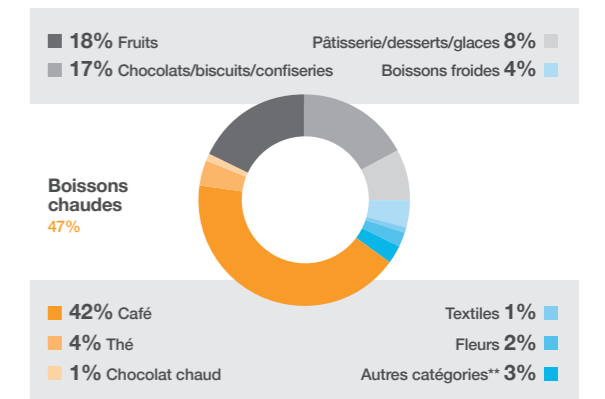
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2018 Circuits de distribution



*à périmètre iso: +17% vs 2017, sans e-commerce et label «Ingrédient Fairtrade/Max Havelaar».

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

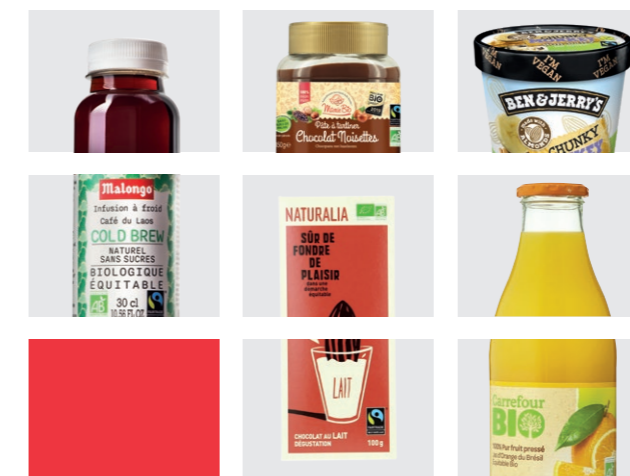
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2018 Groupes de produits



**1,1% Pâtes/riz/plats préparés
**0,9% Sucres et produits sucrants
**0,8% Confitures/miel/tartinables
**0,1% Épices/assaisonnements/aides culinaires
**0,1% Apéritif/noix/fruits séchés
**0,1% Boissons alcoolisées
**0,1% Cosmétiques

INNOVATIONS PRODUITS

Engagements de marques phares, spécialités «sans», toujours plus de bio et de plaisir pour ces nouveautés 2018.



UNE CROISSANCE DANS LES CATÉGORIES CLÉS

LE CAFÉ, TOUJOURS LE PREMIER PRODUIT

C'est avec le café que l'histoire du commerce équitable labellisé Fairtrade/Max Havelaar a débuté il y a 25 ans, et c'est avec ce produit phare qu'il continue de grandir en France. Représentant 42% des parts de marché des produits labellisés, le café continue sa progression avec +5% de croissance en volume (+9% en valeur), il reste le produit le plus commercialisé, en nombre de produits, en valeur, en nombre de partenaires engagés.

Cette croissance repose en majeure partie sur les ventes en grande distribution et réseaux bio, souvent portée par des marques fortes et historiques telles que Malongo, Les Cafés Chappuis, Cafés Méo, Les Cafés Sati ou encore Lobodis.

La CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants) reste un réseau clé avec des acteurs en croissance, tels que Cafés Richard et Segafredo.

En 2018, de nouveaux partenaires se sont engagés tels que Nespresso, Espresso Monte-Carlo, Le Comptoir du Lys, Café Launay. Et L'Oréal, qui a décidé de proposer à ses salariés du siège une offre 100% équitable.

SUCCÈS CONFIRMÉ POUR LA BANANE

Avec une progression en volume de 40% en 2018, la banane équitable labellisée Fairtrade/Max Havelaar connaît une croissance inédite, en France comme à l'international.

La place majeure de la banane équitable résulte de l'engagement d'une très grande majorité de distributeurs sur tous les types de réseaux: réseaux Bio (Biocoop notamment comme pionnier) et grande distribution: Carrefour, Intermarché, Auchan, E.Leclerc, Casino.

L'année 2018 est marquée par la décision historique de Monoprix de proposer à ses clients uniquement des bananes bio-équitables, et par le référencement dans les enseignes Franprix et LIDL.

Le succès de cette filière démontre qu'il est possible de transformer véritablement le marché, les pratiques des acteurs de la filière et les modes de consommation.

BANANE

+40% en volume

64 458 tonnes vendues

87% bio

3,2 MILLIONS D'€ de prime de développement

CAFÉ

+5% en volume

10 672 tonnes vendues

74% bio

4,2 MILLIONS D'€ de prime de développement

CACAO

+74% en volume

9 206 tonnes vendues

1164 références

1,5 MILLIONS D'€ de prime de développement

DES DÉFIS À RELEVER SUR LES FILIÈRES FLEURS ET COTON

Malgré une forte augmentation des ventes en France à partir de 2016, la filière fleurs est toujours en quête d'un soutien significatif des consommateurs:

■ Le consommateur associe plus facilement le concept de commerce équitable au café ou au chocolat; sans savoir que plus de 50 000 travailleurs et travailleuses en bénéficient dans des fermes horticoles en Afrique de l'Est et en Amérique Latine.

■ La forte volonté des Français de consommer «local» laisse peu de place au message. Pourtant, les fleurs de saison sont peu répandues en France et la production hors-saison dans des serres chauffées génère un bilan carbone plus de 5 fois supérieur à la production sous les latitudes tropicales.

Après une hausse remarquable en 2017 (+50% de volume par rapport à 2016), le volume de coton équitable vendu en France en 2018 baisse:

■ Depuis 2011, la majorité des volumes de coton (entre 60% et 70%) est assurée par le secteur du BtoB (vêtement de travail, linge...). Si les ventes dans ce secteur étaient constantes ou à la hausse ces dernières années (+38% entre 2016 et 2017), nous avons enregistré une décroissance en 2018 due à la baisse des volumes de certains marchés (par appel d'offres) qui arrivaient à échéance.

■ Côté BtoC, dans un marché de l'habillement en berne ces dernières années, le coton équitable connaît un maintien de ses volumes.



LE COMMERCE ÉQUITABLE AU CŒUR DES ATTENTES

Les Français ont changé leurs habitudes de consommation, et ce même si le prix reste un critère déterminant dans l'acte d'achat. Bio, zéro déchet, mode éthique, équitable «made in France», consommer mieux, moins et plus sain... Le mouvement de consommation responsable, centré dans un premier temps sur le local et de saison, se révèle aujourd'hui multidimensionnel. Le conso-citoyen en quête de sens dispose de leviers d'actions de plus en plus variés, autant sur ses choix d'achats que ses modes de consommation.

Le label Fairtrade/Max Havelaar permet de rapprocher le producteur du consommateur en redonnant du sens à l'acte d'achat: partage de la valeur, engagement sociétal, qualité des produits, respect des hommes et de l'environnement, caractère durable...

Les Français de plus en plus sensibles aux critères du commerce équitable dans leur achat de produits alimentaires.¹

62% aux conditions de production des produits	54% à la personne qui les a produits	36% à la rémunération des personnes qui les ont produits	62% au respect de l'environnement au cours de leur production
+19 POINTS par rapport à 2017	+19 POINTS par rapport à 2017	+10 POINTS par rapport à 2017	

Le commerce équitable plébiscité par les Français.²

- La notoriété se maintient à un niveau très élevé de 97%
- Avec une compréhension de son principe de 74%
- Le label Fairtrade/Max Havelaar conserve un haut niveau de confiance de 80%

77% des Français se reconnaissent dans les valeurs du commerce équitable

LES ATTENTES DES 15-25 ANS, AU CŒUR DES DÉFIS POUR DEMAIN³

87% considèrent le commerce équitable comme un moyen utile pour lutter contre les inégalités.

71% considèrent qu'il est possible de transformer le système économique actuel en vue de réduire les inégalités.

52% attendent un engagement des grandes marques à proposer des produits qui rémunèrent mieux les producteurs.

Sources: 1 Sondage OpinionWay 2018 / 2 Sondage Ipsos 2019 / 3 Sondage OpinionWay 2019

SENSIBILISER

Pour un partage plus juste

Le café, 1^{ère} matière agricole la plus échangée au monde, fait vivre 25 millions de familles de producteurs. Le prix du café payé aux producteurs n'a jamais été aussi bas depuis 13 ans. En 2018, la livre de café est passée à moins de 1 dollar. Et pourtant, le café n'a jamais autant généré d'argent. Les acteurs du commerce équitable tirent la sonnette d'alarme.

CAFÉ, L'ÉTUDE QUI ALERTE!

UN PARTAGE INÉGAL

À l'occasion de la Journée Internationale du Café, le 1^{er} octobre, Max Havelaar France, Commerce équitable France et le collectif Repenser les Filières ont publié une étude du BASIC qui questionne la durabilité de la filière café et appelle à une meilleure répartition de la valeur ajoutée en faveur des producteurs.

À l'échelle mondiale, le café est une filière en croissance grâce au café premium et aux nouveaux formats. Pourtant, il y a urgence : les producteurs sont sous la pression d'un marché ultra-concentré et ne bénéficient pas de cette création de valeur. Au contraire, leur situation s'est davantage fragilisée en 20 ans. Ils sont en outre les premiers impactés par le changement climatique.

■ Les torréfacteurs et détaillants français ont gagné **1 177 millions d'euros supplémentaires** grâce aux ventes annuelles de café, alors que les agriculteurs et les négociants n'ont gagné que **64 millions d'euros de plus**.

■ En 2017, les agriculteurs péruviens et éthiopiens avaient un revenu moyen inférieur de 20% à celui des 12 années précédentes et chaque dollar lié aux exportations de café avait généré entre 85 et 90 cents de coûts cachés, à la charge de ces pays et de leur population (les « coûts sociétaux » tels que la pollution, la faiblesse des services publics...).

LE COMMERCE ÉQUITABLE APPARAÎT COMME LE MODÈLE ALTERNATIF LE PLUS PERFORMANT

■ **Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar** est analysé comme un modèle efficace pour améliorer les moyens de subsistance des producteurs grâce à de meilleurs prix (+ 21% au Pérou) et à la réduction des coûts cachés (diminution de 15 à 35% par rapport au café conventionnel).

Merling Preza
Vice-présidente
de la CLAC



« Avec ce niveau de création de valeur il ne devrait pas y avoir de crise de prix ! Il est clair qu'il existe les moyens pour une meilleure redistribution de la valeur. En plus, les entreprises n'ont jamais autant parlé de durabilité. Mais dans les conditions actuelles, en payant moins de 1 dollar par livre de café, on ne peut pas parler de développement durable. »



MAX HAVELAAR FRANCE MONTE AU CRÉNEAU

Un plaidoyer actif pour la création d'un observatoire des coûts et des marges par l'Organisation internationale du café (ICO), la mise en œuvre effective du devoir de vigilance par les acteurs économiques (en particulier sur le paiement des revenus et salaires décents).

01

La sensibilisation des consommateurs : alerter sur la situation des producteurs de café et faire la pédagogie des impacts positifs du commerce équitable.

02

L'amélioration continue du modèle Fairtrade/Max Havelaar pour répondre au mieux aux problématiques des producteurs, des programmes de recherche d'engorgement sur l'agroforesterie pour accompagner l'évolution des modes de production vers plus de résilience économique et écologique.

03

FAIRE CONNAÎTRE

L'UTILITÉ DU COMMERCE ÉQUITABLE

Sensibiliser tous les acteurs, consommateurs, entreprises, distributeurs, pouvoirs publics, est l'une de nos principales missions. Évaluer l'impact du commerce équitable est nécessaire pour améliorer sans cesse le modèle et développer l'engagement de nos parties prenantes.

À l'occasion des 25 ans du 1^{er} produit labellisé Fairtrade/Max Havelaar en France, notre équipe a proposé aux médias de se rendre compte par eux-mêmes des changements dans les conditions de vie des communautés de 2 coopératives au Guatemala et en Colombie.

GUATEMALA

Tony Boulo, responsable de la filière café, et Valeria Rodriguez, responsable du pôle plaidoyer et mobilisation, ont emmené les journalistes de La Croix et de France Culture dans la coopérative Fedecocagua, première à fournir le café labellisé par Max Havelaar France il y a 25 ans. Ils ont retracé son parcours depuis le Guatemala et pu constater les effets du commerce équitable pour les producteurs et la population locale.

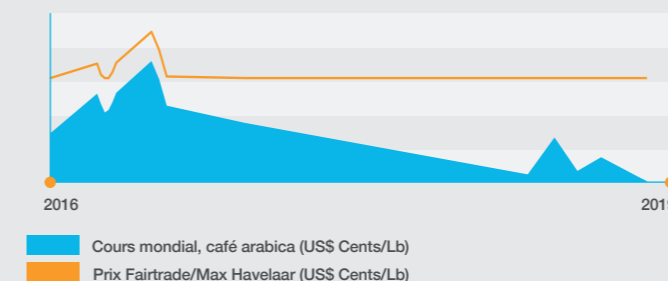
Toute la communauté a bénéficié de progrès visibles et durables liés au développement du commerce équitable : la rénovation d'un dispensaire, l'amélioration des routes, l'accès à l'eau potable et à l'électricité, la création de pharmacies à bas prix et de centres de premiers soins, la construction d'un pont, la mise en place du micro-crédit.

COLOMBIE

Suite à l'étude Café, les journalistes de FRANCE 24 ont souhaité constater l'impact du commerce équitable pour l'émission Éléments Terre en comparant deux coopératives, l'une bio et Fairtrade, l'autre conventionnelle. L'équipe de Max Havelaar France les a accompagnés dans la Sierra Nevada à la rencontre des productrices et producteurs de la coopérative Red Ecolsierra.

ÉVOLUTION DU COURS MONDIAL ET DU PRIX FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

Le cours du café en bourse n'a jamais été aussi bas ces 7 dernières années, la hausse des coûts de production et de main d'œuvre rend la caféiculture de moins en moins rentable et les producteurs sont sévèrement confrontés aux effets du changement climatique.



Pour en savoir plus sur l'étude café visitez notre site

Lire le récit de Tony Boulo sur notre site



Fabian Maroquin, président d'Acatenango, Guatemala.



LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE



Retrouvez les actes du colloque sur notre site



Le Village de l'Équitable



COLLOQUE DES 25 ANS

En partenariat avec le Global Compact France, Comité 21, l'Association 4D et La Fabrique Écologique, Max Havelaar France organisait le 9 novembre dernier au Palais du Luxembourg un colloque sur les enjeux du commerce mondial au regard des Objectifs de Développement Durable (ODD). La feuille de route ambitieuse des Nations-Unies marque les priorités sur lesquelles 193 États se sont engagés d'ici 2030.

Devoir de vigilance des entreprises, salaire vital dans les pays en développement, nouvelles attentes des consommateurs, États Généraux de l'Alimentation en France... Ce colloque a interrogé les nouveaux défis à relever pour faire advenir une économie et une mondialisation plus durables. 200 participants: dirigeants d'entreprises, parlementaires, élus de collectivités, chercheurs, représentants d'institutions, de syndicats, d'ONG, d'associations de consommateurs, se sont mobilisés autour de cette réflexion.

« De la production à la consommation, une mondialisation équitable est-elle possible? »

QUINZAINE DU COMMERCE ÉQUITABLE

Temps fort national, la Quinzaine du Commerce Équitable fut en 2018 plus festive que jamais à l'occasion des 25 ans de l'association. Un dispositif complet mêlant relations presse, trade-marketing, événementiel et campagne de communication, a permis de sensibiliser le grand public au commerce équitable: exigences du label, qualité des produits, promotion des partenaires engagés et de leur offre produit. Sans oublier l'interpellation des journalistes et pouvoirs publics sur les enjeux d'un commerce mondial plus équitable.

Le « Village de l'Équitable », le week-end du 19 et 20 Mai, s'installait à la Villette à Paris pour faire découvrir le commerce équitable aux petits comme aux grands: jeux, quizz, espaces dégustation, échanges avec une productrice, bar équitable...

QCE 25 ANS

- +DE 150 RETOMBÉES** presse, interviews et articles
- 200 MAGASINS** animés
- 4 000 VISITEURS** au village de l'équitable
- +DE 900 AFFICHES**
- 1 CAMPAGNE WEB** avec plus de 7 millions d'impressions

NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Fairtrade/Max Havelaar s'affiche à Paris et en régions, avec une tonalité légère, via le trait de crayon de Mathou, célèbre illustratrice, et la mise en scène de consommatrices et consommateurs de produits du commerce équitable dans leur quotidien.

Axée sur un message fort associant choix quotidiens et engagement, cette campagne de sensibilisation positive vise à rappeler au consommateur qu'il est un citoyen du monde, avec un pouvoir d'action.

Déclinée en 6 visuels, cette campagne révèle au public l'ambition du label Fairtrade/Max Havelaar, au-delà d'une meilleure rémunération pour les producteurs. Lutte contre les inégalités, lutte contre le changement climatique, défense des droits humains, autant de raisons de se tourner vers une consommation plus équitable.

3 VAGUES

de communication dans l'année

- 130 STATIONS** de métro et RER parisien
- 1 DISPOSITIF** digital sur Facebook et sites web majeurs
- 6 VILLES** ciblées pour de l'affichage: Paris, Marseille, Bordeaux, Lille, Lyon, Nice
- +DE 900 AFFICHES**
- +DE 5 MILLIONS** de personnes touchées

LES ÉTUDES D'IMPACT



Retrouvez les études d'impact menées par Max Havelaar France sur notre site

DEUX ÉTUDES MENÉES EN 2018

Les différentes études d'impact que nous conduisons sont indispensables pour mesurer les effets du commerce équitable, mais également pour pouvoir s'inscrire dans une démarche de progrès continu. Ainsi, nous travaillons sans cesse à l'amélioration de notre modèle avec les réseaux de producteurs et les associations du mouvement international Fairtrade/Max Havelaar, 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 producteurs.



EN INDE, AUPRÈS DES PRODUCTEURS DE RIZ

Cette étude d'impact a été menée par l'association française I FEED GOOD, spécialisée dans la mesure d'impact social pour les acteurs de l'alimentation durable, dans le cadre d'une mission terrain de 7 semaines dans le nord de l'Inde.

Le travail comparatif entre une organisation de producteurs certifiée Fairtrade/Max Havelaar, Ramnagar, et une organisation de producteurs non certifiée, tous deux en agriculture biologique, a permis d'évaluer les changements apportés par le commerce équitable sur le plan économique, social et environnemental, pour les productrices et producteurs ainsi que pour leurs communautés.

■ **Une meilleure rémunération:** les revenus issus des ventes de riz en 2017 étaient de 16% à 45% plus élevés (selon le niveau de production et de ventes) pour les productrices et les producteurs engagés dans le commerce équitable.

■ **Un plus grand pouvoir de négociation:** 71% des membres de Ramnagar se disent capables de négocier les prix avec leurs acheteurs, quand seulement 56% des membres de Barhaich s'estiment en mesure de faire de même.

■ **Les producteurs de Ramnagar cultivent le riz avec des pratiques plus économes en eau** et s'avèrent mieux sensibilisés aux enjeux du changement climatique.



La réserve naturelle Jim Corbett en Uttarakhand, Inde du nord, abrite l'organisation de producteurs de Ramnagar.

AU PÉROU, AUPRÈS DES PRODUCTEURS DE CAFÉ

Elise Bouëdrion, étudiante-ingénieure d'AgroParisTech, a mené durant cinq mois une étude d'impact du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar dans la région de Saint Ignacio, dans le nord du Pérou. Elle a notamment réalisé près de 80 entretiens avec des producteurs qui montrent que ce dernier a joué un rôle de catalyseur du développement de la filière café:

■ **Dans cette zone historique de production** de café Arabica biologique, le commerce équitable a participé à la renaissance des coopératives de petits producteurs dans les années 90.

■ **La Prime de Développement Fairtrade/Max Havelaar a permis de financer la quasi-totalité de leurs infrastructures** ainsi que des formations agronomiques permettant aux producteurs d'atteindre des marchés de haute qualité plus rémunérateurs.

■ **Des crédits à taux préférentiels et parfois des dons de matériels sont réalisés dans les coopératives certifiées** Fairtrade/Max Havelaar afin d'accompagner les producteurs.

■ **Environ 40% des producteurs de la zone d'étude sont membres de coopératives** certifiées Fairtrade/Max Havelaar et ont des revenus 15 à 50% plus élevés que des producteurs non certifiés.

■ **Les coopératives ont mis en place un mécanisme de partage équitable** entre leurs membres des bénéfices des ventes de café aux conditions du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar.

L'ANNÉE 2018

JANVIER

Remise des prix du Fairtrade Film Challenge à l'Hôtel de Ville de Paris

Plus de 320 participants de 18-25 ans de toute la France ont participé au concours vidéo et relevé le défi de présenter le commerce équitable en 90 secondes.



MARS

Loi Alimentation

Poursuite de la mobilisation au sein de la Plateforme Citoyenne pour une Transition Agricole et Alimentaire dans le cadre du projet de «Loi Alimentation» issue des États généraux de l'alimentation.

Max Havelaar France, Commerce Équitable France, Artisans du monde et FAIR[e] un monde équitable lancent une campagne pour introduire l'équitable dans les critères de la restauration publique.



MAI

Opération en magasins pour la Quinzaine du Commerce Équitable

Durant la Quinzaine du Commerce Équitable, Casino, Auchan et Monoprix mettent à l'honneur les produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar avec un dispositif trade-marketing événementiel.

Fanny Assata, productrice de cacao en Côte d'Ivoire

partage son témoignage lors de la Quinzaine du Commerce Équitable.

Village de l'équitable à la Villette à Paris

Le temps d'un week-end, l'équipe de Max Havelaar France accueille petits et grands pour comprendre les enjeux du commerce équitable et découvrir les produits à travers des activités ludo-pédagogiques.



JUILLET

Au Burkina Faso à la rencontre des producteurs de coton

Paul Belchi, responsable programme et impact, a rencontré au Burkina Faso les producteurs et acteurs du coton pour identifier les besoins et blocages au développement de cette filière.



SEPTEMBRE

Une nouvelle charte internationale

Plus de 250 organisations à travers le monde s'unissent à l'initiative de Fairtrade International et de l'Organisation mondiale du commerce équitable (WFTO) pour lancer la Charte internationale du commerce équitable.



NOVEMBRE

Le Salon du chocolat, un rendez-vous incontournable

Pour les 4 500 visiteurs du stand, une invitation à comprendre les défis de la culture du cacao à travers des animations ludiques et pédagogiques.

La Fondation pour la Nature et l'Homme lance #LetsBio

L'association est partenaire de cette campagne pour des repas bio, locaux et équitables dans les cantines.

AVRIL

Étude d'impact au Pérou

La mission d'Élise Bouëdron auprès des producteurs de café de la région de Saint Ignacio durera 5 mois.



Sur les traces du premier produit équitable

À l'occasion des 25 ans du 1^{er} paquet de café labellisé Fairtrade/Max Havelaar commercialisé en France, des journalistes de La Croix et France Culture sont allés dans la coopérative Fedecocaga au Guatemala, puis de retour en France sur le site de Lobodis, accompagnés d'une équipe du journal Ouest France.

FÉVRIER



Partenaire du Tour Alternatiba

Les acteurs du commerce équitable défilent ensemble le 9 juin à Paris lors du cortège de départ du Tour Alternatiba, qui vise à faire connaître les alternatives, sensibiliser à la transition écologique et à la solidarité.

Festival Changeons d'air(s)

1^{ère} édition à la Fondation GoodPlanet du festival de l'ATES, le réseau du tourisme équitable et solidaire, auquel participe Max Havelaar France.

Assemblée Générale du mouvement Fairtrade

à San José au Costa Rica.

JUIN



En République Dominicaine et Pérou

Giovanna Michelotto, responsable de la filière banane, et Sarah Lagente, responsable des relations avec les producteurs, programmes et impact, sont parties à la rencontre des producteurs de mangues et de bananes au Pérou et en République Dominicaine. Une mission essentielle pour comprendre les enjeux et les défis qu'il reste encore à relever et observer l'impact du commerce équitable.

Max Havelaar France participe au Festival pour la Paix

Un événement organisé à Besançon qui accueille 5000 jeunes, organisé tous les 7 ans par le MRJC.

AOÛT



Aux 20 km de Paris, à la rencontre des sportifs

Julienne Assoko témoigne au Nantes Food Forum

Max Havelaar France était partenaire de cet événement qui interroge l'alimentation de demain. Julienne Assoko, productrice de cacao équitable de Côte d'Ivoire, a témoigné des difficultés rencontrées par les petits producteurs lors d'une table ronde consacrée aux défis de la filière cacao.

OCTOBRE



Partenariat avec le film Mia et le lion, de Gilles de Maistre

Placement d'un produit labellisé Fairtrade/Max Havelaar, animation durant l'avant-première officielle, insertions presse et jeu-concours pour les enfants dans Géo Ado et Wapiti.

Calendrier de l'avent sur le web

«Un café équitable, c'est capital[e]!»

10 lieux parisiens s'engagent pour un café équitable. Pendant la COP24, des événements y sont organisés avec FAIR[e] un monde équitable, Commerce Équitable France et la Ville de Paris.

DÉCEMBRE

FINANCER

UTILISATION DES RESSOURCES

UN MODÈLE FINANCIER SOLIDE

Max Havelaar France est une association à but non lucratif qui **s'autofinance à 97%**. Le modèle économique de Max Havelaar France repose sur le versement d'une redevance par les partenaires économiques, en échange de l'utilisation du label sur le produit final commercialisé.

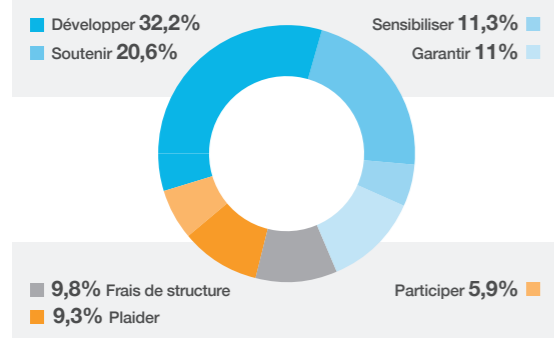
Max Havelaar France présente **des comptes équilibrés**. En cas d'excédent, celui-ci est réaffecté à l'objet social conformément à la législation en vigueur. Le suivi des comptes est assuré régulièrement par les instances de gouvernance et ceux-ci sont certifiés par un Commissaire aux comptes.

En 2018, les recettes se sont élevées à 5,8 millions d'euros. Le total des charges à 5,6 millions d'euros. L'excédent versé aux fonds associatifs à 223 000 euros.

UNE GOUVERNANCE DÉMOCRATIQUE

Max Havelaar France réunit dans ses instances de gouvernance l'ensemble des parties prenantes du commerce équitable: associations de consommateurs engagés, ONG et organisations œuvrant dans le champ du développement durable ou de la solidarité internationale, réseaux de producteurs, entreprises partenaires, experts. Cette gouvernance mixte 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 EN 2018 selon nos 6 missions fondamentales



LES DROITS DE LICENCE FINANCENT 6 MISSIONS FONDAMENTALES

32,2% **01**
Développer: 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.

20,6% **02**
Soutenir: apporter un appui aux réseaux de producteurs, en direct et par le biais de notre organisation Fairtrade International (CLAC, Fairtrade Africa, NAPP, techniciens, programmes d'appui, formations).

11,3% **03**
Sensibiliser: éveiller la conscience des citoyens-consommateurs et de tous les publics aux enjeux du commerce équitable (campagnes grand public, actions scolaires...).

11% **04**
Garantir: garantir la bonne gestion du label Fairtrade/Max Havelaar (révision cahier des charges, calcul des prix minimum, contrats, monitoring...).

9,3% **05**
Plaider: 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 producteurs.

5,9% **06**
Participer: 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, assurer la vie démocratique de Max Havelaar France.



Retrouvez nos comptes complets en téléchargement sur notre site

02

Appui aux réseaux de producteurs

Émilie Sarrazin, présidente de Max Havelaar France, Paul Belchi, responsable des programmes, et Valeria Rodriguez, responsable du pôle plaidoyer et mobilisation, ont rencontré les producteurs de deux coopératives de Côte d'Ivoire et suivi leurs projets pilotes (expérimentation d'associations culturelles, compost à base de cabosses et feuilles de cacao...) en faveur d'une production durable du cacao financés en grande partie par le Programme Équité, auquel participe Max Havelaar France.

01

Développement des marchés
 Dispositif de trade-marketing en GMS durant la Quinzaine du Commerce Équitable 2018.

Contrôle de la chaîne d'approvisionnement
 Giovanna Michelotto, responsable de la filière banane, a assisté en tant qu'observatrice à l'audit FLOCERT de l'entreprise SIIM, importateur de bananes, ainsi que d'autres murisseries à Rungis et s'est rendue sur le port d'Anvers.



Gestion des labels et des standards de garantie
 En 2018, Max Havelaar France a notamment participé à la révision des standards pour les organisations de petits producteurs.

04

Plaidoyer institutionnel et défense publique du commerce équitable
 Fairtrade Breakfast au Parlement Européen avec Cecilia Malmström, commissaire européenne au Commerce, et Linda McAvan, présidente de la Commission du développement.

05

06

Vote à l'Assemblée Générale de Fairtrade International

AGIR

POUR PLUS DE JUSTICE

ÉCONOMIQUE ET
ENVIRONNEMENTALE

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

Création: Agence *Heidi*

Photographies: R. van Zaal, V. Garnier, S. Hawkey, World Foodorama, S. Rieussec, R. Naegeli, K. Havgaard, Fairtrade Belgium, T. Boulo, Photographie D'To, L. Jouaux, I Feed Good, E. Bouédron, J. Lefèbre, Y.Glatigny, J. Luna, J.A. Rodriguez



MIXTE
Issu de sources
responsables
FSC® C016758