



© WSOJ (business studio)



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE

Agir pour une économie éthique et responsable

RAPPORT ANNUEL 2022



© Lena Grandefelt

| | |
|---|---|
| Notre vision | 2 |
| Des outils fondamentaux Transformer durablement | 3 |



Soutenir

| | |
|--|---|
| Les programmes d'appui sur le terrain | 4 |
| Zoom sur 3 programmes | 6 |
| Atteintes aux droits humains et à l'environnement : une nouvelle carte d'évaluation des risques | 7 |
| Exemples de coopératives | 8 |



Transformer

| | |
|--|----|
| La production écoluée aux conditions du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar | 12 |
| Le marché français résiste et reste en croissance | 14 |



Sensibiliser

| | |
|--|----|
| Arrivée des premiers produits Origine France sur le marché | 16 |
| Fairtile accompagne les collectivités dans leur engagement | 17 |
| Le chocolat ça tache : une campagne choc ! | 18 |
| Plaider pour un devoir de vigilance plus ambitieux | 19 |
| Accompagner l'engagement des générations futures | 20 |
| Participer aux rendez-vous des grands salons internationaux | 21 |
| Étude de notoriété : pour les consommateur-ric-e-s, un label reconnu et crédible ... | 22 |
| Baromètre de la transition alimentaire | 23 |
| Max Havelaar France dans les médias | 24 |



Élargir les frontières du commerce équitable

| | |
|--|----|
| Une ONG citoyenne au cœur de la société civile | 26 |
| D'une association nationale à une ONG internationale : l'épopée du mouvement Fairtrade/Max Havelaar | 28 |
| 30 ans de soutien et d'autonomisation des producteur-ric-e-s | 30 |
| Une offre qui s'est développée pour offrir plus d'opportunités aux producteur-ric-e-s | 32 |
| Toujours plus d'entreprises et de consommateur-ric-e-s engagé-e-s | 34 |
| 30 ans d'actions pour faire évoluer la loi | 35 |

| | |
|---|----|
| Une démarche de responsabilité sociale pour un engagement collectif | 36 |
| L'utilisation de nos ressources en 2022 | 37 |



“ Résilience et anniversaire

La crise inflationniste sans précédent qui a débuté en 2022 et perdure encore aujourd'hui n'a pas épargné les filières équitables et les producteur-riche-s de notre mouvement, déjà éprouvés par le Covid-19.

Pour autant, Max Havelaar France peut se féliciter de voir que l'année écoulée reste placée sous le signe de la résilience et affiche un bilan positif, à découvrir dans les pages suivantes.

Résilience, car **les enquêtes menées auprès des consommateur-riche-s (p. 22-23) attestent que ceux-celles-ci conservent des convictions intactes à l'égard de la consommation responsable**. Ainsi, si les études OpinionWay et Ipsos démontrent que certains font le choix de réduire pour partie leurs achats responsables, elles précisent qu'il s'agit d'une situation temporaire qui ne remet pas en cause ni leur engagement pour une juste rémunération, ni leur confiance dans le label.

À noter qu'en 2022, les ventes de Max Havelaar France ont été soutenues par l'extraordinaire diversité des produits labellisés sur le marché français. Des produits phares et accessibles comme le chocolat, les pâtes à tartiner, les glaces et le thé ont ainsi progressé en volume, tout comme la banane bio-équitable dans certaines enseignes l'ayant mise en avant. Au total, **la progression globale du chiffre d'affaires atteint + 7 %**. Hors inflation, si les volumes marquent le pas, c'est dans les mêmes proportions que les produits non-équitable.

Résilience aussi grâce aux innovations et à la pertinence de la labellisation. La gamme de produits équitables « Origine France » s'est ainsi enrichie. Les cahiers des charges ont été mis à jour au niveau international afin de tenir compte des évolutions législatives européennes en matière de droits humains et de lutte contre la déforestation et le changement climatique. Notre mouvement a lancé une carte des risques pour les droits humains et l'environnement (p.7) unique en son genre et en accès libre. Grâce à des projets terrain plus nombreux que jamais (carte p. 4-5), nous apportons **des fonds et notre soutien au plus proche des producteurs**.

Résilience enfin grâce à une visibilité et à une présence de Max Havelaar France plus active que jamais (p. 16-21) et multiforme : participation à la plus grande ferme de France que représente le Salon de l'Agriculture, réalisation d'actions marquantes dénonçant les mauvaises pratiques du secteur textile, appui aux acheteurs publics lors du Salon des Maires et promotion d'une nouvelle campagne « *Le chocolat ça tache !* » à destination des citoyen-ne-s-consommateur-riche-s.

Début 2023, **nous avons célébré les 30 ans de notre organisation en France ! Découvrez cette histoire** dans le cahier spécial (p. 25-35) qui résume ces trois décennies d'engagement fêtées le 16 mai dernier en présence d'une large délégation internationale, symbole d'un mouvement dont la force réside dans sa capacité à relier les acteurs tout au long de la chaîne, en transparence et en codécision, dans plus de 130 pays. Enfin, Vincent David a pris le relais d'Aurélie Chevrillon à la présidence de Max Havelaar France, après trois ans de mandat.



Blaise DESBORDES,
Directeur Général



Aurélie
CHEVRILLON-DUPLEIX,
Présidente (sortante)

Vincent DAVID,
nouveau président
de Max Havelaar France



“ En tant que représentante de Fairtrade International, c'est une joie pour moi de voir Max Havelaar France, membre fondateur de notre mouvement international, célébrer 30 années de succès, de croissance et d'impact positif. Lors de son anniversaire, en mai 2023, j'ai été fière d'être témoin de l'enthousiasme et de la loyauté de nos partenaires commerciaux envers les producteur-riche-s. Les témoignages apportés au cours de la soirée sur la manière dont les solides liens créés avec les entreprises engagées dans le commerce équitable stimulent leurs activités commerciales (grâce aux primes et au renforcement des capacités) nous rappellent avec force à quel point le système Fairtrade/Max Havelaar est important. Ces partenariats génèrent en effet des solutions durables et impactantes tout au long de la chaîne de valeur. ”

Sandra UWERA, Global CEO, Fairtrade International

Notre vision

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



Un commerce équitable comme levier d'un monde plus juste

Un modèle existe – pour une économie mondiale et locale – fondé sur plus de justice sociale et environnementale. Ensemble, les membres du mouvement Fairtrade/Max Havelaar ont l'ambition de construire un monde dans lequel les producteurs-rice-s et les travailleur-euse-s du secteur agricole et textile pourraient **vivre dignement de leur travail**, orienter leur production vers des méthodes respectueuses de l'environnement et disposer de ressources pour choisir leur avenir.



Le partage de la valeur

Les filières agricoles mondiales, qui nous nourrissent, sont le théâtre d'inégalités et d'une concentration importante de la valeur autour de quelques acteurs, intermédiaires, industriels et distributeurs. Le commerce équitable rééquilibre ce rapport de force en imposant aux entreprises engagées un partage plus juste de la valeur, plus que jamais nécessaire **pour assurer la durabilité réelle des filières**.



Un outil concret de transformation

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



Pour un commerce rééquilibré qui devienne la norme

Si le changement passe par **des entreprises qui s'engagent**, il requiert parallèlement la mise en œuvre de **politiques publiques fortes** : le cadre réglementaire doit évoluer en France et en Europe, notamment via la modification des traités de commerce.

Faire du commerce **équitable et durable la norme, et non l'exception**, est une ambition confortée par les impacts mesurés sur le terrain et par l'évolution actuelle des comportements : prise de conscience grandissante de l'impact de la consommation, attention portée par les consommateurs-rice-s aux problématiques rencontrées par les producteurs-rice-s, choix se portant toujours davantage sur les produits équitables et engagement d'entreprises, toujours plus nombreuses, dans une démarche de responsabilité sociétale.

Des outils fondamentaux | Transformer durablement

1

Le prix minimum garanti outil de sécurité économique

Prix non négocié, calculé pour permettre de couvrir les coûts de production. Il est fixe, public et indépendant de la fluctuation des cours des bourses des matières premières.

2

La prime de développement outil de développement

Versée à l'organisation de producteur-rice-s, la prime sert à améliorer les conditions de travail, les capacités de production, les pratiques agricoles durables et les conditions de vie des communautés (infrastructures, centres de santé, microcrédits, etc.). Son utilisation est votée démocratiquement.

3

Des cahiers des charges stricts outils sociaux d'encadrement des conditions de travail

Respect des droits de l'Homme, des conventions de l'OIT, égalité hommes-femmes, interdiction du travail des enfants, contrat de travail, droit de syndicalisation, congé de maternité, etc.

4

Le modèle coopératif outil social, économique, environnemental

Organisation des producteur-rice-s en coopérative pour leur permettre la mutualisation des compétences et des outils, mais aussi de maximiser leur poids commercial et leurs bénéfices.



L'utilisation de la prime de développement *

Organisations de producteur-rice-s

32 % • Production

Installations, infrastructures, outils, intrants, etc.

28 % • Développement commercial et organisationnel

RH, formations et renforcement des capacités du CA des OP

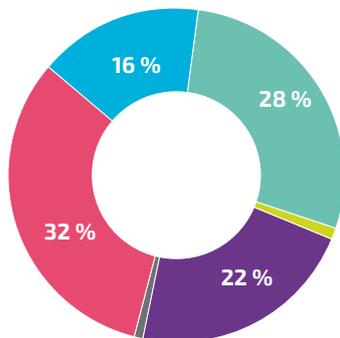
22 % • Bénéfices financiers

Renforcement des capacités des OP (RH, formations)

16 % • Investissement social

Services sociaux pour les membres (éducation, santé, infrastructures, etc.)

1 % • Investissement environnemental | 1 % • Autres



Organisations ayant recours à la main d'œuvre salariée

68 % • Investissement social

Investissement dans des projets dédiés aux travailleurs et à leurs familles (logement, éducation, santé, infrastructures communautaires)

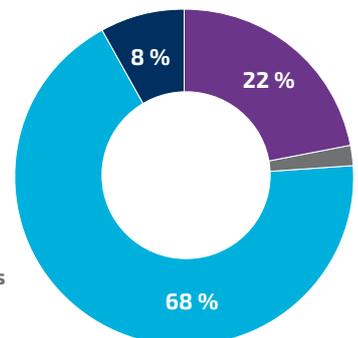
22 % • Bénéfices financiers

Paievements directs aux travailleurs et services de crédit

8 % • Formation et autonomisation des travailleurs

Comités des primes, formations pour les travailleurs

2 % • Autres



DANS LE MONDE EN 2021

Prime de développement versée
201 millions € **



EN FRANCE EN 2021

Prime de développement générée
15,1 millions € (+ 3 % vs 2020) *

Contribution des projets financés en 2021 par la prime de développement aux Objectifs de Développement Durable **



58 % FAIM «ZÉRO»



21 % PAS DE PAUVRETÉ



6 % TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



5 % ÉDUCATION DE QUALITÉ



5 % VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES



3 % SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



2 % AUTRES ODD

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

*Source : Connect 2021

**Source : Monitoring 2021 Fairtrade International



01 Soutenir

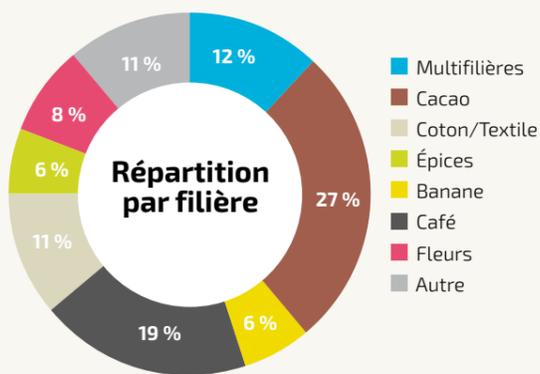
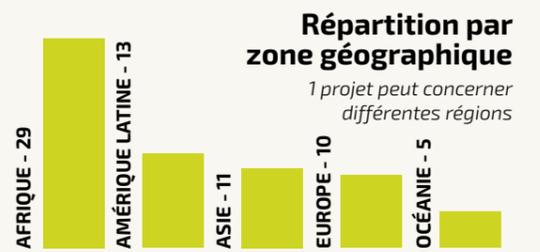
Innovation | Les programmes d'appui sur le terrain

Outre les standards Fairtrade, des programmes de développement sont mis en œuvre sur le terrain afin de répondre aux enjeux spécifiques auxquels sont confrontés les producteur-riche-s et les travailleur-euse-s. Ces programmes sont conçus en fonction d'études socio-économiques locales et des besoins remontés par les réseaux de producteurs qui sont chargés de les mettre en œuvre. Le financement provient d'une variété d'acteurs : bailleurs institutionnels, entreprises privées engagées et fonds propres du mouvement Fairtrade/Max Havelaar. Actuellement, Max Havelaar France est partie prenante de 5 programmes.

Pour en savoir plus sur l'ensemble des programmes menés sur le terrain, consultez la nouvelle carte interactive : www.projects.fairtrade.net

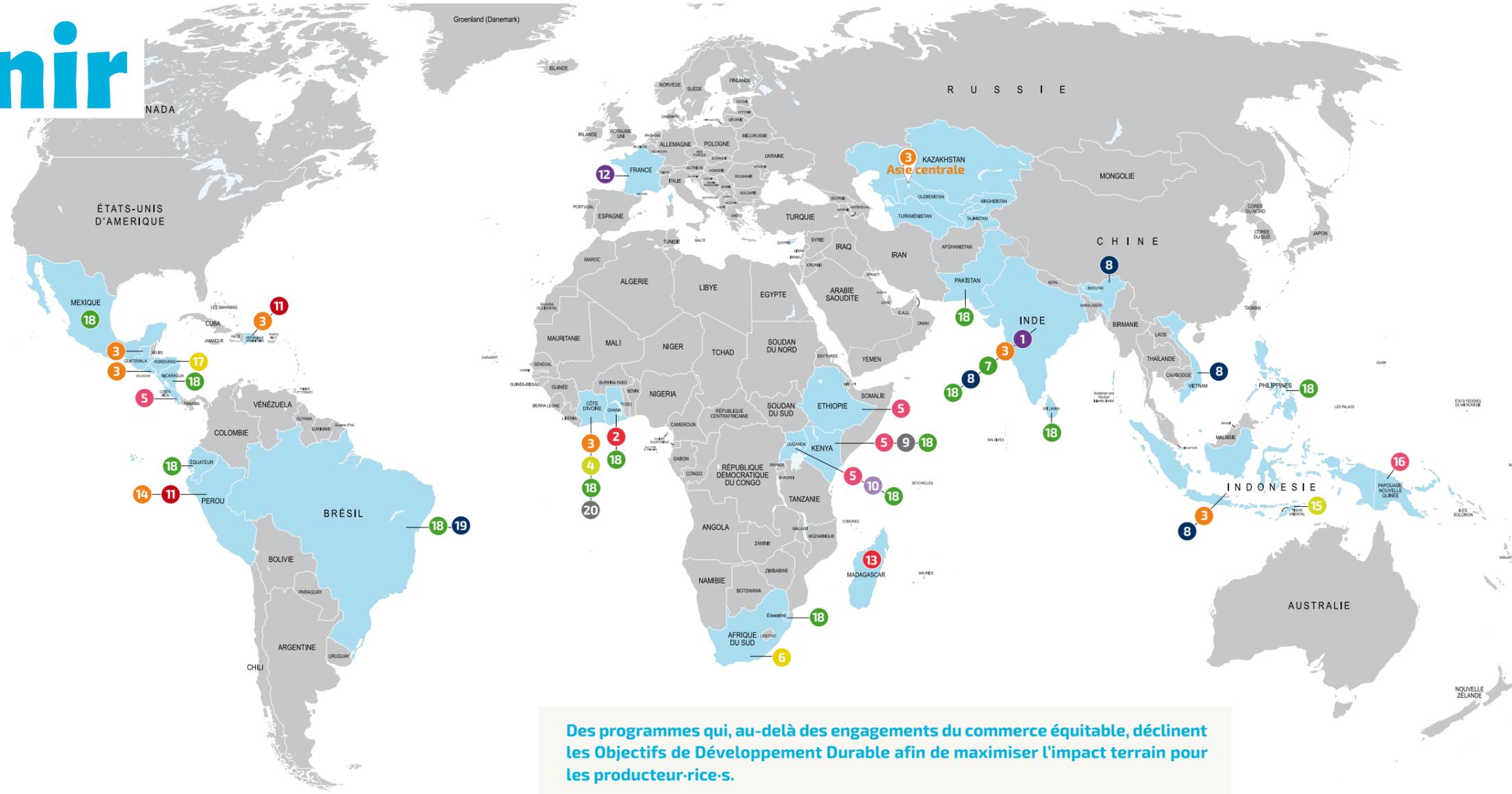


68 programmes



Répartition par thématique

| | |
|--|------|
| Renforcement des capacités et production | 32 % |
| Environnement et changement climatique | 24 % |
| Amélioration des revenus | 18 % |
| Inclusion des jeunes et genre | 13 % |
| Droits humains | 9 % |
| Sensibilisation et plaidoyer | 5 % |



Des programmes qui, au-delà des engagements du commerce équitable, déclinent les Objectifs de Développement Durable afin de maximiser l'impact terrain pour les producteur-riche-s.

Exemples de programmes emblématiques

- 1 Cotton Seed Breeding**
Coton | Environnement et changement climatique, renforcement des capacités et production | TRAIID, CSM, Pratibha Syntex, **Fairtrade Foundation** (Inde)
- 2 Sankofa 2.0**
Cacao | Environnement et changement climatique | Ministry of Foreign Affairs Finland, Chocolats Halba, **FTA**, Fairtrade Finland, Kuapa Kokoo Farmers Union, ITC, South Pole, WWF, **Max Havelaar Suisse** (Ghana)
- 3 Women School of Leadership (Détails p.31)**
Cacao, noix, thé | Environnement et changement climatique, genre | **FTA**, **NAPP**, **CLAC**, CDI : Co-op and Compass Group UK & Ireland, AFD, **Max Havelaar France**, FFEM
- 4 Pilot coconut NEM**
Noix de coco | Droits humains | **Fairtrade International** (Côte d'Ivoire)
- 5 Pilot young plants**
Fleurs | Renforcement des capacités et production | **Fairtrade Germany** (Éthiopie, Uganda, Kenya, Costa Rica)
- 6 South Africa Wineworkers'rights**
Vin | Droits des travailleur-euse-s | Ministry for Foreign Affairs of Finland, Alko, **FTA** et **Fairtrade Finland** (Afrique du Sud)
- 7 Mise en œuvre du standard Fairtrade Textile**
Mise en œuvre du programme textile menant à la certification selon la norme textile Fairtrade | FTDE, **NAPP**, GIZ, 3 partenaires commerciaux
- 8 Switch Asia**
Multifilières | Sensibilisation et plaidoyer | **Fairtrade International**, Commission Européenne, **Fairtrade India**, CSM, **Fairtrade Germany**, **Max Havelaar France** et la CCI du Bouthan
- 9 Sustainable Energy for Kenyan flower worker**
Fleurs | Environnement et changement climatique, renforcement des capacités et production | **FTA**, **Fairtrade Finland**, MH CH, Finnish Government, Aldi Switzerland, Fair Climate Fund
- 10 Réduire les émissions de GES et créer des emplois durables**
Café | Renforcement des capacités et production | **FTA**, **Fairtrade Foundation**, Co-op Foundation
- 11 Proyecto organizaciones bananeras sostenibles**
Banane | Environnement et changement climatique, renforcement des capacités et production | **Max Havelaar France**, **CLAC**, AFD, Carrefour
- 12 FairFuture 2**
Multifilières | Sensibilisation et plaidoyer | **Max Havelaar France**, AFD, CEF
- 13 Prosperity for vanilla farmers**
Vanille | Environnement et changement climatique | Ministry of Foreign Affairs Finland, Ben and Jerry's, **FTA**, **Fairtrade Foundation**, Fairtrade Finland, Virginia Dare (Madagascar)
- 14 Landscape approach program**
Cacao | Renforcement des capacités et production | **Max Havelaar Suisse**, ISEAL, **CLAC**, Helvetas, FLOCERT
- 15 Phase 2 to Scale Up Fairtrade Impact**
Multifilières | Renforcement des capacités et production | **Fairtrade ANZ**, Australian Department of Foreign Affairs and Trade
- 16 Fairtrade supply chains in Papua New Guinea**
Multifilières | Renforcement des capacités et production, environnement et changement climatique, genre | **Fairtrade ANZ**, Australian Department of Foreign Affairs and Trade
- 17 Tchibo Joint Forces**
Café | Genre, inclusion des jeunes | **Fairtrade International**, Tchibo, Caffex, **CLAC**
- 18 Fairtrade Ambassadors Programme**
Multifilières | **Fairtrade International**, **CLAC**, **NAPP**, **FTA** (Philippines, Pakistan, India, Sri Lanka, Ecuador, Nicaragua, Brazil, Mexico, Kenya, Ghana, Uganda, Eswatini, Côte d'Ivoire)
- 19 Intercitrus - Phase 2**
Orange | Renforcement des capacités et production | **Fairtrade Germany**, REWE, PANAQ, **CLAC**
- 20 IMS**
Cacao | Traçabilité et gestion des données, environnement et changement climatique, lutte contre le travail des enfants | **Fairtrade International**, **Max Havelaar France**, **Fairtrade Africa**, AFD, FFM, GIZ

Zoom sur 3 programmes

Retrouvez ces trois programmes sur la carte des programmes [pages 4-5](#) : **11**, **20** et **3**.



Programme Bananes Durables

Durée | 2020 - 2023

Pays | Pérou et République dominicaine



Lancé par la CLAC et Max Havelaar France, ce projet fait suite au *Productivity Improvement Program* mis en œuvre de 2017 à 2019 dans 4 pays d'Amérique latine et centrale pour améliorer la fertilité et la santé des sols en diminuant l'usage des intrants agrochimiques au profit de bio ferments.

Objectifs

- soutenir les producteur-riche-s de bananes face à la concurrence des multinationales via, notamment, l'amélioration des compétences des coopératives en matière de gestion, de commercialisation, de communication et d'inclusion des jeunes et des femmes ;
- les aider à effectuer une transition agroécologique pour protéger l'environnement et à améliorer leur productivité, leurs conditions de production et la qualité de la banane pour obtenir de meilleurs revenus.

Activités principales : plans de gestion durable, champs-écoles (parcelles de démonstration), installation de micro-usines productrices de bio-intrants, formations sur la gestion.

Budget du projet : 1 054 516 €

- Subvention Agence Française de Développement (AFD) : 500 000 €
- Contribution Carrefour : 300 000 €
- Contribution du mouvement Fairtrade : 50 000 €
- Contribution fonds propres Max Havelaar France : 204 516 €

Bénéficiaires

- directs : 5 coopératives péruviennes et 6 coopératives dominicaines soit 1 000 bénéficiaires directs
- indirects : 10 000 personnes (familles des membres des coopératives)



Projet de traçabilité et gestion interne des données pour un cacao durable

Durée | 2020 - 2023

Pays | Côte d'Ivoire



L'objectif de ce projet est de donner aux coopératives les moyens de prendre leurs décisions en s'appuyant sur des données fiables pour faire face aux défis sociaux et environnementaux, et de prouver que leur cacao est durable.

Objectifs : faciliter et fiabiliser la collecte de données des coopératives auprès de leurs producteur-riche-s en renforçant leurs capacités dans le domaine de la collecte, de la gestion, de l'analyse et du stockage des données.

Budget du projet : 675 492 €

- Subvention AFD et Fonds français pour l'Environnement Mondial (FFEM) : 440 000 €
- Contribution du mouvement Fairtrade : 199 492 €
- Contribution fonds propres Max Havelaar France : 36 000 €

Bénéficiaires : 25 organisations de producteurs de cacao certifiées Fairtrade en Côte d'Ivoire



L'Ecole du Leadership des Femmes

Durée | depuis 2017

Pays | Côte d'Ivoire



→ Présentation de ce programme [page 31](#).

Atteintes aux droits humains et à l'environnement : une nouvelle carte d'évaluation des risques

Identifier les risques est la première étape pour les combattre – le mouvement Fairtrade/Max Havelaar lance une nouvelle carte d'évaluation des risques

Cet outil met en lumière, dans les pays où le mouvement Fairtrade/Max Havelaar est présent, **les causes profondes des risques les plus importants pour les droits humains et l'environnement** relatifs aux produits de base.

La carte **aide tous les acteurs intervenant dans les chaînes de valeur mondiales** à évaluer les risques, qu'il s'agisse d'organisations de producteur-rice-s et de travailleur-euse-s, de détaillants ou de marques. Elle est donc particulièrement utile aux entreprises européennes auxquelles la loi impose de plus en plus de procéder à de telles évaluations pour prévenir et atténuer les risques les plus importants de leurs chaînes d'approvisionnement, voire d'y remédier.

Grâce aux informations détaillées qu'il fournit, l'outil vise à **favoriser le dialogue et la collaboration entre tous les acteurs** d'une chaîne d'approvisionnement en vue de trouver des solutions. Il offre aux entreprises des informations précieuses sur les domaines dans lesquels elles doivent orienter leurs efforts et leur soutien afin de progresser en matière de durabilité.



Une carte pas comme les autres :

- **qui prend en compte la voix des producteur-rice-s.** Elle a été construite et validée avec les producteur-rice-s et les travailleur-euse-s à la suite d'un travail réalisé par Fairtrade International et le centre d'excellence HREDD*. Elle a été finalisée avec la collaboration d'experts externes et de réseaux de producteur-rice-s, en consultation avec les organisations de producteur-rice-s ;
- **qui regroupe toutes les grandes problématiques** (sociales et environnementales) liées aux chaînes agricoles existantes dans les pays où Fairtrade est présent ;
- **qui intègre une analyse détaillée des causes profondes de ces risques, un aspect essentiel pour pouvoir apporter** des réponses pertinentes et durables.

*Human Rights Environmental Due Diligence (devoir de vigilance)



Carte des risques pour les droits humains et l'environnement présentés par régions et par filières



Pour accéder à l'outil :
<https://riskmap.fairtrade.net/>

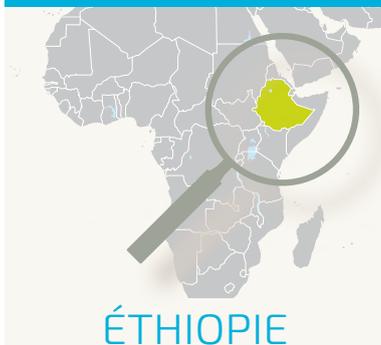




Focus coopératives

SCFCU

COOPÉRATIVE CAFÉ



ÉTHIOPIE



Certifiée
depuis
2003



86 314
producteur-riche-s



3 981
tonnes de cerises
de café Fairtrade
produites (2020)



100 %
de la production
Fairtrade
est **biologique**



La coopérative **Sidama Coffee Farmers Cooperative Union**, plus communément appelée **SCFCU**, est une organisation éthiopienne regroupant plus de 85 000 producteur-riche-s de café réparti-e-s dans l'une des principales zones de culture de café du pays, la région du Sidama. SCFCU a obtenu la certification Fairtrade en 2003.

Le café est une ressource particulièrement importante pour l'économie du pays. Sous le régime marxiste du Derg, sa production et sa commercialisation furent même un monopole d'État. Aujourd'hui, **l'Éthiopie est le premier exportateur africain de café Arabica**.

Chaque producteur-riche est responsable de la gestion de sa parcelle, cultivée selon les principes de l'agriculture biologique. Une fois récoltées, les cerises de café sont transportées vers les centres de collecte avant d'être exportées sur le marché international par SCFCU. Après la vente, **70 % des profits sont redistribués aux producteur-riche-s et le reste alimente le fonds de réserve de l'organisation**.

Les projets réalisés avec la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar

La prime de développement est principalement utilisée pour **améliorer le processus de production du café et les conditions de vie des producteurs**, de leurs familles et de la communauté.

SCFCU a ainsi financé **la construction de zones de séchage et l'achat de bacs de stockage et de matériel de séchage**. Elle a aussi investi dans des **machines de dépulpage écologiques** permettant de maîtriser davantage le traitement du café tout en économisant l'énergie et les ressources naturelles.

Pour préserver l'environnement, l'Union a mis en œuvre des projets de **gestion des déchets de café**, des activités de transition vers les **énergies renouvelables** et des **pépinières** de plants de café et d'arbres d'ombrage. Un projet de **biogaz** a également été mis en place grâce à la prime de développement.



Enfants dans une école de Shilcho financée grâce à la prime de développement

Par ailleurs, l'Union et les coopératives membres ont financé de nouveaux **établissements scolaires** locaux et offert des **bourses** à des centaines d'enfants de producteur-riche-s membres. À titre d'illustration, le groupe de base de Shilcho, dans le quartier de Dara, a utilisé la prime pour construire trois écoles qui accueillent 1 200 élèves. La prime a aussi permis d'agencer des **bibliothèques** dans des écoles, d'y installer **l'électricité** et d'acheter des **livres** et du **matériel scolaire**.

Les coopératives membres ont également eu recours à la prime de développement pour améliorer les conditions de vie des communautés en construisant de **nouvelles routes**, en finançant des **pompes à eau** et en électrifiant des installations de traitement. La SCFCU a financé, de son côté, la pose de lignes électriques desservant plus de 5 000 membres de la communauté.



Fetiya Andetewa, travailleuse dans une pépinière de Wonsho, dans la coopérative primaire de Fero

“ Nous avons commencé à travailler en 2017. Les femmes de cette zone se sont réunies et ont formé un groupe pour travailler en collaboration. C'est bien de travailler ensemble au lieu de travailler seules. Il y a eu beaucoup de changements depuis la création du groupe : auparavant, la plupart des femmes de cette région passaient leur temps à la maison mais, dorénavant, nous travaillons ici et nous nous occupons ensuite des tâches ménagères. Nous sommes maintenant en mesure de payer les frais de scolarité de nos enfants. Avant, nous dépendions des revenus de notre mari. Dorénavant, nous nous débrouillons seules. Nous contribuons à notre foyer comme le font nos maris. Pour l'avenir, nous envisageons de nous lancer dans l'élevage, l'apiculture et la production laitière. ”



COOPÉRATIVE BANANE



RÉPUBLIQUE
DOMINICAÏNE



Certifiée
depuis
2000



225
producteur-riche-s



17 486
tonnes de bananes
Fairtrade produites
(2021)



93 %
de la production
Fairtrade
est **biologique**



BANELINO

Créée en 1996, **Banelino** ou **Bananos Ecológicos de La Línea Noroeste** est une coopérative de bananes biologiques et équitables située dans la région de Mao, la principale zone de culture de bananes en République dominicaine. À la suite de l'ouragan Georges qui a ravagé les cultures et détruit presque entièrement les parcelles en 1998, la coopérative a fait le choix de passer au 100 % biologique. En 2000, la coopérative a obtenu le label bio et la certification Fairtrade/Max Havelaar puis, en 2003, **le statut d'association à but non lucratif** auprès du gouvernement dominicain.

Pionnière dans la culture de la banane équitable, l'organisation est devenue **une référence dans le commerce équitable**. Outre l'amélioration de la compétitivité des producteur-riche-s membres et de leur développement socio-économique, Banelino s'engage à **participer à la protection de l'environnement**.

Banelino a pu bénéficier du projet *Productivity Improvement Program* mis en œuvre par la CLAC et Max Havelaar France entre 2017 et 2019 dont l'objectif était d'**améliorer la fertilité et la santé des sols en diminuant l'usage des produits agrochimiques** au profit d'intrants bio permettant aux terres d'être plus productives. Parmi les producteur-riche-s bénéficiaires du projet, il a été observé **une hausse de 36 % de la productivité**, une **diminution de 25 % des coûts de production** et **une réduction de 40 % de l'utilisation de l'eau**.

Depuis 2020, Banelino compte parmi les organisations dominicaines sélectionnées pour faire partie du **projet « Banane Équitable Durable »** mis en place par Max Havelaar France et par la CLAC avec le financement de l'AFD et de Carrefour. La principale ambition du projet est de **contribuer à allouer des moyens de subsistance durables aux producteur-riche-s** de bananes bio-équitables dans le contexte du changement climatique. Pour ce faire, des plans de gestion durable ont été élaborés et des parcelles de démonstration installées. Elles constituent des champs-écoles pour diffuser les bonnes pratiques agricoles aux producteur-riche-s.

Les projets réalisés avec la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar

En tant qu'ancienne coopérative pionnière dans le commerce équitable, Banelino a mis en place de nombreux projets avec sa prime de développement Fairtrade.

Éducation

- En 2009, la coopérative a créé **l'école adaptée IDENE** qu'elle continue de financer, pour environ **90 enfants ayant des besoins spécifiques** (syndrome de Down, autisme, paralysie cérébrale, déficience auditive). Ces enfants sont accompagnés par 33 enseignant-e-s et assistant-e-s ainsi que par des psychomotricien-ne-s et psychologues.
- Elle apporte son **soutien financier à 8 autres écoles** et à divers projets associés (construction d'une cantine, organisation du transport scolaire).
- Elle a mis en place **un programme éducatif « Escuela Bananera »** qui propose aux jeunes de se former à une culture plus écologique des bananes. Ce programme offre entre 70 et 80 **bourses universitaires par an à des jeunes de**



Vanessa PERALTA, éducatrice à l'école adaptée IDENE

la région qui souhaitent se former et travailler ensuite dans la coopérative.

- Des cours d'alphabétisation** sont dispensés aux producteur-riche-s, aux travailleur-euse-s et aux familles les plus défavorisées.

Santé

- La coopérative soutient financièrement **ses deux centres de santé** à Mao et Montecristi, qu'elle dote aussi en médicaments (12 919 bénéficiaires entre 2019 et 2020).
- Plusieurs activités de **prévention contre les maladies** sexuellement transmissibles, dont le VIH et le cancer du sein, ont été menées avec son appui.
- La coopérative finance divers programmes pour permettre aux producteur-riche-s et aux travailleur-euse-s **d'avoir accès à des soins à des coûts très bas**.
- La coopérative souhaite continuer à investir dans des **centres médicaux** à même d'apporter les **soins de santé** nécessaires aux producteur-riche-s.

Protection de l'environnement

Dans ce domaine, Banelino contribue à :

- un programme de **collecte des déchets plastiques** générés par la culture de la banane (237 journées de collecte en 2019)
- des projets de **diversification agricole**, via la culture de noix de coco et d'autres arbres fruitiers pour assurer de meilleurs revenus aux producteur-riche-s et une plus grande biodiversité (14 500 cocotiers plantés par près de 61 producteur-riche-s en 2019)
- un projet pour **la biodiversité** qui consiste à installer des ruches sur le territoire de la coopérative et à réintroduire des espèces mellifères pour polliniser toute la zone (210 ruches en 2019)



COOPÉRATIVE CACAO



PÉROU



Certifiée
depuis
2004



1 877
producteur·rice·s



3 180
tonnes de fèves
de cacao Fairtrade
produites (2020)



84 %
de la production
Fairtrade
est biologique

Pour en savoir +

https://www.youtube.com/watch?v=xFkTdlol_E



ACOPAGRO

La coopérative **ACOPAGRO (Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro)** a été fondée en 1997 par 27 producteur·rice·s dans une zone fortement marginalisée et délaissée par le gouvernement péruvien du fait de la culture de la coca et de la présence de groupes armés. ACOPAGRO, qui a obtenu la certification Fairtrade en 2004, commercialise aujourd'hui 90 % de sa production aux conditions Fairtrade.

Grâce à une démarche d'amélioration de la qualité du cacao initiée en 2002, le cacao d'ACOPAGRO est devenu **un produit de haute qualité, très prisé sur le marché étranger** par les principales entreprises chocolatières. Ainsi, ACOPAGRO **exporte 90 % de sa production** vers l'Europe et les États-Unis.

Si le cacao est l'une des principales sources de revenus des producteur·rice·s membres de la coopérative (avec la noix de coco et le manioc), depuis 2017, la coopérative a entamé un processus de diversification en développant, par exemple, une production de citrons de Tahiti grâce à la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar. ACOPAGRO s'est aussi lancée dans la production de gingembre et a installé des pépinières de piments en 2019.

Avec plus de la moitié de ses producteur·rice·s cultivant en agriculture biologique, la coopérative est particulièrement engagée dans le domaine de l'environnement et a notamment débuté **un programme de reforestation** dans la région.

Les projets réalisés avec la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar

ACOPAGRO investit largement la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar dans des actions d'accroissement de **la qualité et de la productivité**, des éléments clés pour accéder à de meilleurs prix et pour améliorer les conditions de vie des producteur·rice·s.

En 2020, la coopérative a alloué une partie importante de la prime à l'**assistance technique** et à de nouvelles méthodes de **fertilisation biologique**. L'objectif est d'**augmenter la productivité de l'organisation de 30 %**, en garantissant 4 000 tonnes de grains biologiques de qualité et en réduisant notamment les dommages causés par des ravageurs tels que le



Un technicien et des producteur·rice·s sur une parcelle

“ Avec la prime Fairtrade, nous avons reçu des conseils techniques dans la gestion de la culture du cacao, ce qui m'a permis d'augmenter ma production et ma productivité. J'ai amélioré la qualité des fèves grâce à la construction d'un local de fermentation, de séchage et d'équipements, améliorant le revenu et la qualité de vie de ma famille. ”

Wagner Barrera Cerrón, producteur d'ACOPAGRO depuis 2012



Entrepôt central d'Acopagro financé par la prime Fairtrade

mazorquero. Les **producteur·rice·s membres** reçoivent également des **formations** sur des sujets variés (normes de production biologique et critères du commerce équitable, fertilisation, gestion des déchets, santé et sécurité au travail, etc.) **promouvant des techniques de production durables**, respectueuses de l'environnement (diversification, engrais biologique, reboisement, reforestation) et contribuant à la prévention des maladies.

La prime a également servi à financer **l'acquisition et la construction de nouvelles infrastructures** telles qu'un laboratoire d'analyse de la qualité, des centres de récolte, de traitement et de stockage ainsi que des séchoirs solaires. La coopérative a aussi procédé à **l'achat de nouveaux matériels** : des balances, des thermomètres, des détecteurs d'humidité, etc. Ces investissements dans des infrastructures propres à la coopérative lui ont permis de **diversifier ses activités et de créer de la valeur ajoutée pour les producteur·rice·s** (transformation du cacao en beurre, poudre, liqueur et chocolat, etc.).

Grâce à la prime, la coopérative a également **accordé des microcrédits** aux producteur·rice·s les plus défavorisé·e·s.

Enfin, la prime **a financé des programmes sociaux** dans les domaines de la santé, de l'éducation et de la formation. Leurs objectifs sont **d'améliorer la qualité de vie des membres et de leurs familles ainsi que de répondre aux besoins des communautés avoisinantes**. Aussi, la prime de développement a rendu possible la mise en place du Programme de Responsabilité Sociale qui vise à l'amélioration du niveau de vie par l'appui à la création et à la gestion de microentreprises.



© Acopagro



ORGANISATION COTON



PAKISTAN



Certifiée
depuis
2017



3 088
producteur-riche-s



13 856
tonnes de coton-
graine Fairtrade/
Max Havelaar
produites (2022)



100 %
de la production
Fairtrade/
Max Havelaar
est **biologique**



SOUTH ASIAN SOURCING

Située dans le district de Muzaffargarh au Pakistan, **South Asian Sourcing Limited** est une organisation regroupant **plus de 3 000 producteur-riche-s de coton**. Créée en 2007 et spécialisée dans l'établissement de chaînes de contrôle de matériaux certifiés biologiques et équitables, elle est la **première organisation de producteur-riche-s pakistanaise de coton à obtenir la certification Fairtrade** en 2017.

Le Pakistan est le sixième plus grand producteur de coton au monde avec 1,5 million de petit-e-s exploitant-e-s agricoles. Alors que le pays s'éloigne de la production de sucre en prévision des pénuries d'eau causées par le changement climatique, **de plus en plus d'agriculteur-riche-s cultivent du coton car celui-ci est naturellement plus résistant à la sécheresse**. Malgré tout, les producteur-riche-s de coton du Pakistan ressentent des perturbations climatiques avec des conditions météorologiques devenant imprévisibles et une chaleur extrême raccourcissant les saisons de croissance. Le Pakistan est fortement touché par la crise climatique, comme en témoignent les fortes inondations de 2022 qui ont affecté massivement la production de coton et, par conséquent, les revenus des producteur-riche-s.

La multiplication des phénomènes météorologiques extrêmes entraîne également une augmentation du nombre de parasites, en particulier l'aleurode et le ver rose de la capsule, ce qui rend les producteur-riche-s plus dépendant-e-s des pesticides. Malgré les difficultés rencontrées, **la production de coton demeure, dans certaines régions, la seule option possible pour obtenir un revenu**.

Pour réduire la dépendance aux intrants, réduire les coûts et respecter l'environnement, South Asian Sourcing produit **l'ensemble de son coton en agriculture biologique**. Afin de respecter les normes fixées pour une production biologique, les terres agricoles doivent être préparées avant de semer les graines de coton : la coopérative s'assure donc au préalable qu'aucune graine OGM et qu'aucun engrais ou pesticide n'ont été utilisés au cours des deux dernières saisons agricoles. Une fois que les graines arrivent à maturité, elles sont cueillies puis transportées dans les locaux du conseil exécutif des producteur-riche-s pour être pesées. La production est ensuite expédiée vers l'usine d'égrenage de la coopérative où les graines sont transformées.



Distribution des kits scolaires financés par la prime

Les projets réalisés avec la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar

Depuis 2017, la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar a permis de financer les activités suivantes :

- achat de **semences non OGM de coton biologique** pour l'ensemble des producteur-riche-s
- labourage subventionné et fourniture de **carburant et de tracteurs** pour l'ensemble des producteur-riche-s. Le but est de réduire les coûts de production, d'**augmenter la productivité** en utilisant **des outils plus récents**, d'éliminer les commissionnaires et de décourager la location d'outils prohibitifs
- **formation aux techniques de production durable pour les membres de la coopérative** (méthode de lutte contre les parasites, pulvérisation organique, préparation des sols, etc.)
- **préparation d'engrais organique**
- distribution de kits scolaires et d'uniformes aux enfants des producteur-riche-s dans le cadre du **programme de promotion de l'éducation**
- mise à disposition de fonds pour des **écoles de couture et de beauté**. L'objectif est de former les femmes à des activités économiques permettant d'augmenter leurs revenus : couture, management de boutiques ou de salons de beauté, etc.



Formation dispensée aux membres de l'organisation

02

Transformer

La production écoulée aux conditions du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar



DANS LE MONDE
en 2021

L'une des missions principales de Max Havelaar France est de mobiliser les entreprises pour changer leurs pratiques et d'ouvrir les débouchés aux conditions équitables pour les producteurs vulnérables des pays d'Amérique latine, des Caraïbes, d'Afrique et d'Asie.

Aux côtés de 25 autres ONG nationales chargées de promouvoir le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar dans le monde, Max Havelaar France accompagne les entreprises dans le développement de l'offre de produits équitables sur le marché français.



CAFÉ

Production certifiée Fairtrade/Max Havelaar



Vente aux conditions Fairtrade/Max Havelaar



82,3 millions € de prime de développement versée



872 916 producteur-rice-s



CACAO

Production certifiée Fairtrade/Max Havelaar



Vente aux conditions Fairtrade/Max Havelaar



49,1 millions € de prime de développement versée



457 347 producteur-rice-s



BANANES

Production certifiée Fairtrade/Max Havelaar



Vente aux conditions Fairtrade/Max Havelaar



34,7 millions € de prime de développement versée



35 895
10 223 producteur-rice-s
25 672 travailleur-euse-s

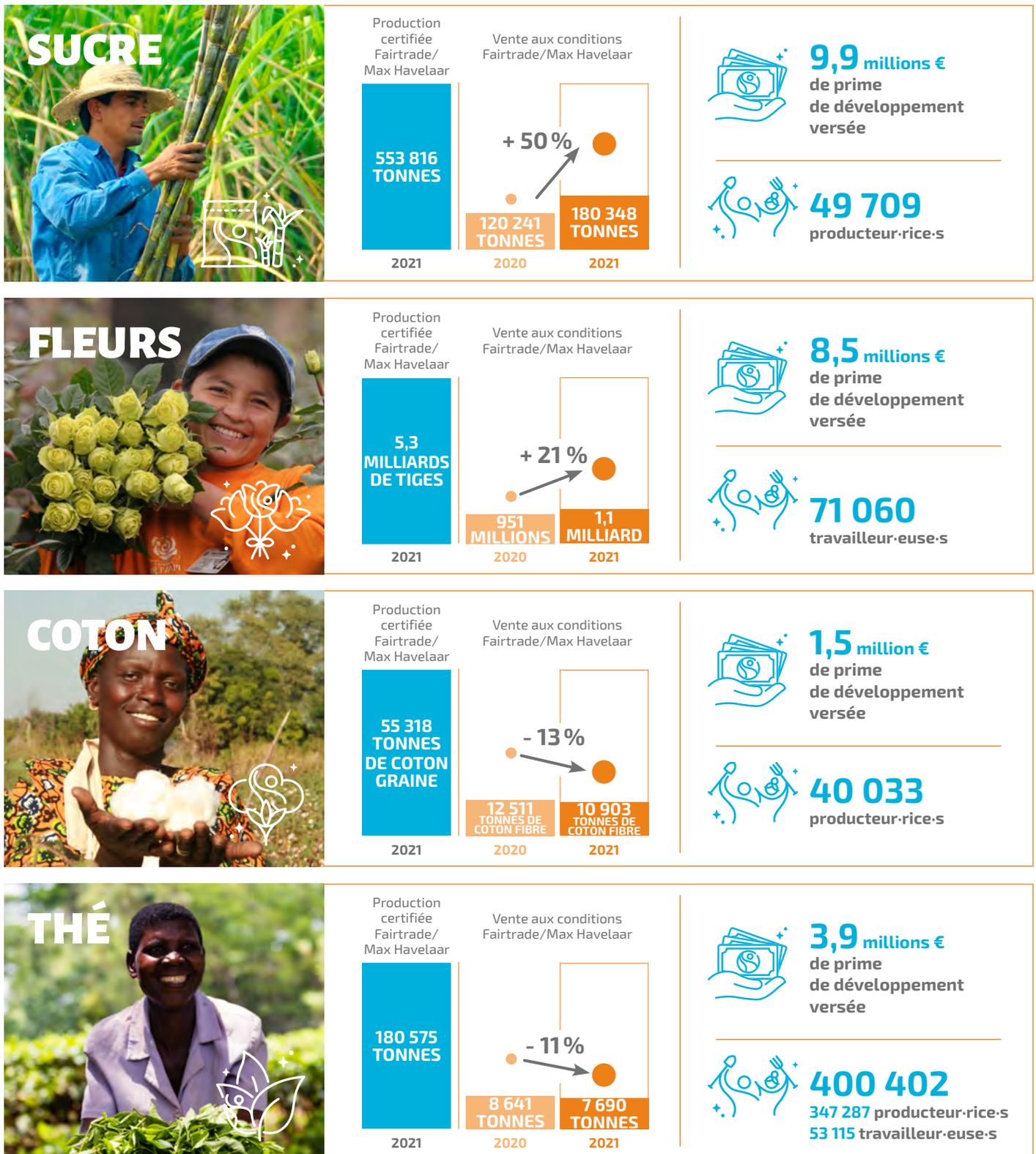
Sources : Monitoring 2021 Fairtrade International

Si toute la production d'une organisation de producteur-rice-s est nécessairement certifiée, faute de débouchés suffisants, celle-ci n'est pas toujours entièrement vendue aux conditions du commerce équitable (prix minimum et prime de développement notamment). Les ONG de promotion ont donc un rôle clé : réduire cet écart en augmentant les ventes.

Attention : ces chiffres concernent l'année 2021. Les chiffres 2022 seront communiqués en 2024, le temps de collecter les données terrain.

4 241 acteurs commerciaux certifiés

2 568 entreprises partenaires dans le monde



Le marché français résiste et reste en croissance

Résilientes malgré le contexte inédit d'inflation, les ventes de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar progressent de + 7,4 % en 2022, générant un chiffre d'affaires de 1,285 milliard d'euros.

Si les consommateur·rice·s, contraint·e·s de s'adapter, achètent moins, ils·elles restent exigeant·e·s quant à la transparence et la traçabilité des produits alimentaires. Ainsi, 43 % des consommateur·rice·s habituel·e·s maintiennent leur consommation de produits équitables et 52 % ont la volonté de reprendre leur consommation habituelle une fois l'inflation passée ⁽¹⁾. Payer un prix suffisamment rémunérateur aux agriculteur·rice·s est toujours considéré comme une priorité.

Une offre équitable maintenue et étoffée

La croissance des ventes est principalement portée par le chocolat (+ 19 %), le thé (+ 11 %) et les glaces (+ 13 %), particulièrement celles de Ben & Jerry's. Elle s'explique par l'élargissement des gammes de produits, les innovations et le maintien d'une offre de produits équitables à marque propre dans les principales enseignes de la grande distribution. Intermarché s'est engagée à utiliser du cacao certifié Fairtrade/Max Havelaar pour 100 % de sa marque propre (44 références), tout comme la chaîne néerlandaise Action (arrivée en France en 2012), ainsi que la Mie Câline pour ses cookies. Autre nouveauté cette année : le lancement par la coopérative Maîtres Laitiers du Cotentin de la première gamme de produits labellisés Max Havelaar France avec du lait français équitable (briquettes de lait et fromages frais aromatisés).

Cacao : le marché des produits chocolatés Fairtrade/Max Havelaar en croissance

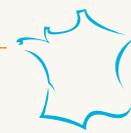
Le marché des produits chocolatés continue de croître en 2022, grâce à l'arrivée de nouvelles marques telles que La Mie Câline et à de nouvelles gammes de produits venues d'enseignes comme Intermarché. La bonne performance des enseignes à dominante marque propre (comme Lidl, Aldi et Action), vers lesquelles les consommateurs se sont davantage tournés en raison de la hausse des prix, porte également la croissance de la catégorie. La signature de l'Initiative Française pour un Cacao Durable, le 5 octobre 2021, a dynamisé les principaux acteurs de la filière cacao. Max Havelaar France a aussi révisé ses standards en y intégrant de nouvelles exigences en matière de revenu vital, de lutte la déforestation et contre le travail des enfants ainsi que dans le domaine de la traçabilité.

Banane : un fruit bio et équitable toujours plébiscité

Avec plus de 11 kg consommés par habitant et par an, la banane est le deuxième fruit préféré des Français. Malgré un léger ralentissement des ventes cette année en raison de la crise (- 6 % en volume), la banane Fairtrade/Max Havelaar figure toujours en belle place dans le panier des Français·es avec une part de marché de 12 %. De plus, 95 % des bananes Fairtrade/Max Havelaar vendues portent le label biologique. La filière peut donc se féliciter de ce double engagement très fort de la part des consommateur·rice·s, mais aussi des enseignes. Parmi celles-ci, les plus performantes sont celles ayant le plus valorisé cette offre en lui apportant une grande visibilité en rayon et des promotions. C'est le cas de Monoprix, Carrefour et Leclerc qui ont bénéficié d'une croissance supérieure à 10 % en 2021 et 2022.

Annoncée au salon de l'agriculture lors d'une table ronde Banane durable coorganisée avec le Cirad, l'Initiative Française pour une Banane Durable (IFCB), qui est portée par les principales parties prenantes de la filière, devrait déboucher sur une feuille de route et des objectifs ambitieux en termes de durabilité.

Plus que jamais, dans ce contexte, le label Fairtrade/Max Havelaar, avec son principe de prix minimum garanti et une prime de développement, représente un filet de sécurité vital pour les producteur·rice·s et répond à leur demande de pratiques d'achat plus responsables.



EN FRANCE
en 2022

Principaux volumes vendus par les producteur·rice·s du mouvement Fairtrade/Max Havelaar



CAFÉ
13 800 TONNES
- 6 % vs 2021



BANANES
87 200 TONNES
- 6 % vs 2021



CACAO
15 300 TONNES
+ 2 % vs 2021



SUCRE
4 700 TONNES
+ 3 % vs 2021



FLEURS
33 MILLIONS DE TIGES
- 4 % vs 2021



COTON FIBRE
2 500 TONNES
- 13 % vs 2021



THÉ
385 TONNES
+ 2 % vs 2021

Café : un marché résilient malgré la forte augmentation des prix et des coûts de production

Impactées par la montée des prix pour les consommateur·rice·s, les ventes de cafés labellisés Fairtrade/Max Havelaar en France sont en légère baisse en 2022 (- 1 % en valeur). Cette tendance s'explique par la hausse historique du coût des matières premières depuis le second semestre 2021. Les prix du café à la

(1) Source : Etude OpinionWay 2022



5 825 produits labellisés
Fairtrade/Max Havelaar
commercialisés dont **70 % bio**
(85 % sur les produits finis)

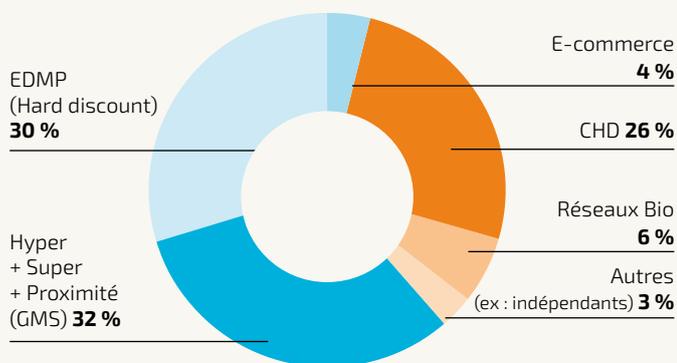
+ 436 produits en 2022

1 285 M€ de chiffre d'affaires
générés par la vente de produits
labellisés Fairtrade/Max Havelaar
+ 7 % vs 2021

15,1 M€ de prime de développement
versés
+ 3 % vs 2021

Répartition du chiffre d'affaires en 2021

par circuits de distribution



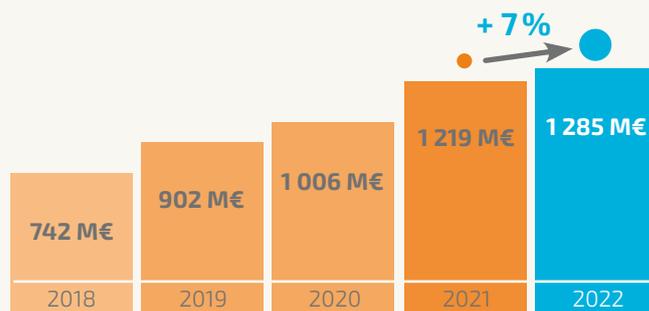
GMS : Grande et Moyenne Surface
EDMP : Enseigne à Dominante Marque Propre
CHD : Cafés, Hôtels, Restaurants, Restauration Collective

GMS 65 % + 2 % vs 2021
HORS GMS 35 % + 12 % vs 2021



375 entreprises partenaires
vendent en France
des produits labellisés
→ 196 étrangères → 179 françaises

+ 7 entreprises françaises
engagées en 2022



Progression constante du CA
des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar

par groupes de produits



bourse ont connu une augmentation sans précédent tout au long de l'année 2022 due à plusieurs facteurs climatiques. Malgré cette conjoncture, le marché des cafés labellisés Fairtrade/Max Havelaar est particulièrement résilient, ce qui traduit la volonté intacte des consommateurs de choisir un café plus durable pour les hommes et les femmes, et la planète. En 2022, l'enseigne Système U est devenue un partenaire incontournable de Fairtrade/Max Havelaar sur la catégorie café, avec plus de 40 références équitables. La croissance est également portée par le développement du café de spécialité et du café en grains, en progression de 30 % en volume en 2022.

À noter enfin, des innovations chez des partenaires historiques comme Lobodis avec des gammes de capsules 100 % végétales et compostables à domicile Fairtrade/Max Havelaar.

Thé : un produit en progression

La filière thé a connu une progression notable en 2022 portée en partie par la labellisation de toute la gamme de thés de Jardin Bio Etic au premier trimestre 2022, qui est distribuée en grandes et moyennes surfaces (GMS).



03 Sensibiliser

2022

Arrivée des premiers produits Origine France sur le marché

En 2021, Max Havelaar France lançait son **offre de certification/labellisation pour les ingrédients français** avec un appel : « **Tous les producteurs et productrices, où qu'ils soient, méritent un prix équitable.** »

L'année 2022 a vu la 1^{ère} concrétisation de ce projet avec l'**engagement d'une coopérative laitière, Les Maîtres Laitiers du Cotentin**, et la sortie des premiers produits labellisés sous la marque **Campagne de France**. Sont ainsi arrivés dans les rayons et dans la restauration collective des fromages frais alliant pour la première fois du lait équitable certifié Max Havelaar avec du sucre de canne et de la vanille équitables certifiés Fairtrade/Max Havelaar.

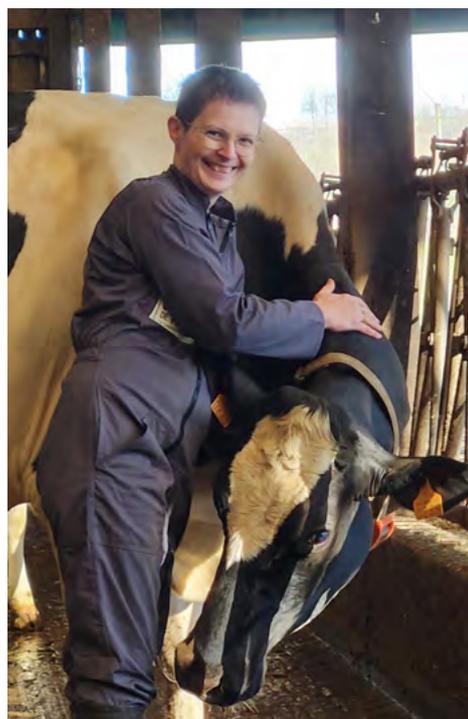


L'Origine France fait parler de Max Havelaar France :
→ 101 retombées média,
dont 5 en TV/radio.

Si l'offre garantit notamment un prix minimum aux agriculteur·rice·s français·es, **l'Origine France représente une opportunité sans pareille pour parler du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar**, avec un élargissement à de nouveaux interlocuteurs commerciaux et institutionnels et un accès à de nouveaux espaces d'échange et de sensibilisation auprès des citoyen·ne·s et des consommateur·rice·s, comme le **Salon International de l'Agriculture** ([→ page 21](#)).

“ Le métier d'agriculteur est difficile. Notre priorité est de tout faire pour nos vaches afin qu'elles soient heureuses et en bonne santé. L'agriculteur ne compte pas ses heures. Il est nécessaire d'investir dans des bâtiments et du matériel. À cela s'ajoutent les tâches administratives, comptables et réglementaires de plus en plus exigeantes. Nous devons aussi penser au futur : nous cherchons à réduire l'impact de l'agriculture et à anticiper les conséquences du changement climatique. En nous garantissant un prix juste, le commerce équitable nous permet d'exercer notre passion avec davantage de sérénité, c'est une reconnaissance gratifiante et respectueuse de nos valeurs. ”

Christelle ERRARD, productrice de lait, Gaec de la Bidouisière, Coopérative Maîtres Laitiers du Cotentin (50)



© Les Maîtres Laitiers du Cotentin

Fairtile

accompagne les collectivités dans leur engagement

FAIRTILE

INITIATIVE POUR UNE COMMANDE
PUBLIQUE ÉQUITABLE

Une initiative motivée par un constat

Si l'engagement des collectivités est un levier important pour développer les opportunités des producteurs-rice-s agricoles, le déploiement du commerce équitable dans la commande publique rencontre des obstacles. L'ONG Max Havelaar France a souhaité lancer une initiative de soutien à la commande publique équitable pour fédérer les acteurs et lever ces freins. Fairtile est le fruit d'un an de consultations avec des dizaines de collectivités, de services de l'État et de réseaux de restauration collective.

Les lignes bougent du côté :

• de la réglementation



Les lois EGAlim et Climat & Résilience ont introduit un contexte particulièrement porteur pour le **développement des produits issus du commerce équitable dans la restauration collective** : ceux-ci sont intégrés aux 50 % de produits « durables » demandés aux collectivités depuis janvier 2022.

• des consommateurs

Les citoyens sont de plus sensibles au local et aux circuits courts :



→ **93 %** des Français sont favorables, dont 42 % tout à fait favorables, à l'engagement de leur collectivité dans une démarche d'alimentation durable impliquant le soutien aux producteurs ⁽¹⁾.

→ **90 %** veulent maintenir l'orientation de la loi EGAlim en approvisionnements durables malgré l'inflation ⁽¹⁾.



C'est à l'occasion du Salon des maires 2022, en présence notamment d'Audrey PULVAR, adjointe à l'Alimentation de la Ville de Paris, que l'initiative a été annoncée sous le nom de Fairtile. Une dénomination symbolique qui souligne que **la juste rémunération est la condition d'une alimentation durable et qui marque l'engagement de l'ensemble des agriculteur-rice-s dans la transition écologique.**

Paris s'est engagée à 100 % de cacao et de banane équitables pour sa restauration collective.

Rencontre entre Sandra UWERA, CEO de Fairtrade, et Audrey PULVAR, adjointe à la Maire de Paris en charge de l'alimentation durable, de l'agriculture et des circuits courts.



3 collèges

- les collectivités
- les services de l'État
- les acteurs privés

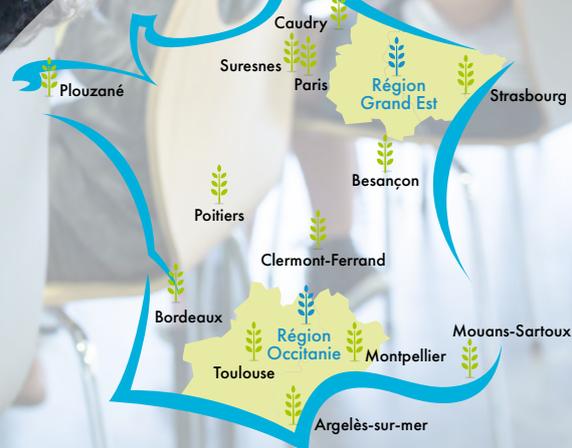
Principales missions

- réunir la demande et l'offre
- faciliter la démarche des acheteur-euse-s
- recenser les produits équitables présents dans les catalogues et les cantines de France
- valoriser l'engagement des acteurs

www.fairtile.org



Les collectivités engagées dans Fairtile



(1) Source : baromètre de la transition alimentaire 2022.

Le chocolat ça tache : une campagne choc !

À l'occasion du 1^{er} octobre, journée mondiale du cacao, c'est avec une campagne impactante que Max Havelaar France a décidé d'interpeller les Français.es au sujet des conditions de travail et de vie des producteur-riche-s de cacao ainsi que sur les enjeux du secteur.

Parce que les inégalités au sein de la filière cacao continuent d'être insupportables et que les cacaoculteur-riche-s, qui ne peuvent pas vivre décemment de leur travail et voient leur niveau de vie se détériorer, nous devons alerter le grand public afin de conduire l'ensemble du secteur vers une meilleure rémunération, vers des pratiques plus durables et vers la suppression du travail des enfants.

Cette campagne visait à **interpeller les citoyen-ne-s et les leaders d'opinion pour qu'ils agissent et incitent l'industrie** à changer ses pratiques en faveur d'un commerce durable et équitable.

Pour cela, **un dispositif combinant affichage, communication digitale et presse** a été mis en place avec une phase de *teasing* « **Le chocolat ça tache...** » et une phase de révélation du message « **... surtout quand il ne rémunère pas correctement les producteurs** ».



Affichage



→ 131 faces du métro parisien
→ 1 500 affiches
et 150 clean tags dans les rues de Paris

Presse



Digital

Sur les **réseaux sociaux, la campagne a été déclinée en 3 visuels** dénonçant les principaux enjeux de la filière cacao :

- la faible rémunération des producteur-riche-s
- le travail des enfants
- la déforestation



- **Youtube** : 83 000 impressions
- **Bannières sur des sites de grande audience** : 3,9 millions d'impressions
- **Relais sur les réseaux sociaux par des influenceur-euse-s** : + 75 000 impressions

→ 450 000 exemplaires
Lectorat estimé :
→ + de 2,5 millions de personnes

Plaider pour un devoir de vigilance plus ambitieux



En proposant de répondre aux violations des droits humains dans les chaînes d'approvisionnement mondiales, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar se positionne comme un pionnier. Cependant, les démarches volontaires s'avérant insuffisantes : nous appelons de nos vœux une législation plus ambitieuse et applicable à toutes les entreprises.



France Une loi historique

En 2017, la France a adopté une loi sur le devoir de vigilance, instaurant l'**obligation pour les plus grandes entreprises** (ainsi que leurs filiales directes et indirectes) **d'établir et de mettre en œuvre un plan de vigilance** afin de prévenir les risques d'atteintes graves aux droits humains et à l'environnement et d'y remédier.

Un livret sur les droits humains publié avec le Pacte Mondial Réseau France

Avec le Pacte mondial Réseau France, Max Havelaar France a publié un nouveau livret à destination des entreprises intitulé « **Les filières équitables, un outil au service des droits humains** »⁽²⁾ et qui a été présenté lors d'un petit-déjeuner en septembre 2022 avec les témoignages de L'Oréal et de Malongo.



Europe Une directive sur le devoir de vigilance

En février 2022, après plusieurs mois de report, **la Commission européenne a publié une proposition de directive sur le devoir de vigilance des entreprises en matière de durabilité**. C'est une étape cruciale pour renforcer la responsabilité des entreprises et pour établir des conditions de concurrence égales entre celles-ci.

Des améliorations demandées par Fairtrade/Max Havelaar

Le texte actuel doit être amélioré pour pouvoir bénéficier à tous-tes les producteur-riche-s et à tous-tes les travailleur-euse-s des chaînes de valeur mondiales. Fairtrade/Max Havelaar, aux côtés du Fair Trade Advocacy Office, de Rainforest Alliance et de Solidaridad, travaille⁽¹⁾ auprès du Conseil et du Parlement européens pour :

1. inclure le revenu vital dans le champ d'application de la directive
2. prendre en compte les pratiques commerciales non durables dans le devoir de vigilance
3. engager significativement les détenteur-riche-s de droits à chaque étape du processus
4. garantir le désengagement responsable d'une entreprise de son fournisseur en dernier recours.

Plus d'un an après la proposition de la Commission, le Conseil et le Parlement viennent de donner leur avis. Les négociations entre les trois institutions européennes commencent, laissant espérer un texte de compromis d'ici fin 2023.



Mobilisation « Pas de soldes sur les droits humains ! »

Max Havelaar France était dans la rue le 25 novembre 2022 pour interpeller, à l'aide d'affiches et de flyers, les consommateur-riche-s et les médias sur ce qui se cache derrière les discounts pratiqués lors du *Black Friday*.



La campagne *Good Clothes, Fair Pay* pour le secteur textile

La future directive européenne excluant les PME de son champ d'application direct, c'est-à-dire la grande majorité des entreprises européennes du secteur textile, nous avons décidé de devenir un partenaire de la **campagne *Good Clothes, Fair Pay*, une action lancée par Fashion Revolution et Fair Wear Foundation et soutenue par plus de 50 associations et syndicats européens**⁽³⁾. Cette campagne invite l'Union européenne à exiger de toutes les entreprises de textile et d'habillement qu'elles s'assurent du paiement d'un salaire vital à tous-tes les travailleur-euse-s de leur chaîne d'approvisionnement. L'objectif est de collecter 1 million de signatures de citoyen-ne-s européen-ne-s entre juillet 2022 et juillet 2023 et d'obliger ainsi l'Union européenne à se saisir du sujet.



(1) [Document de position](#)



(2) Livret « [Les filières équitables, un outil au service des droits humains](#) »



(3) [La campagne Good Clothes, Fair Pay : une initiative citoyenne européenne.](#)



Accompagner l'engagement des générations futures

Génération Équitable ⁽¹⁾

Mobiliser les associations étudiantes afin qu'elles deviennent actrices du changement pour plus de justice sociale et climatique



↑ Rencontres Génération Équitable, Académie du climat, 22 octobre 2022

↓ Remise de prix de l'Appel à projets Génération Équitable à « Dévelop'Ponts », décembre 2022



Le jury : RESES, Chaire Anca Agro Paris Tech, Max Havelaar France, FAIRe un monde équitable, Fairtrade Africa

Chiffres clés 2022

- 67 associations accompagnées, formées et outillées
- 125 actions organisées par les associations étudiantes (stand, ateliers, conférences, etc.)
- Audience estimée :
- 8 023 étudiant.e.s sensibilisé.e.s

Accompagner les porteurs de projets pour une alimentation durable

À l'automne 2022, l'Appel à projets innovants a reçu **15 candidatures d'associations étudiantes** et a récompensé **8 lauréats** avec des bourses allant de 500 à 1 500 euros pour mettre en œuvre leurs projets en lien avec une alimentation responsable.

Les 5 lauréats Grand Prix 2022

- **Prix coup de cœur du jury** • **Welcome to Paradise 2023 (Star Trek', ESCP Business School Paris)** : un trek éco-responsable pour sensibiliser à l'alimentation responsable
- **Prix commerce équitable**
 - **La Pause équitable 2.0 (La Coop, IUT Bordeaux Montaigne)** : une exposition immersive
 - **Develop'Ponts ensemble l'alimentation responsable ! (Dévelop'Ponts - Ecole Nationale des Ponts et Chaussées)** : des repas responsables avec des invendus et des produits responsables en lien avec des producteurs locaux
 - **Localivores (BDE Semeurs, Ecole 3A du management responsable et solidaire, Rennes)** : des paniers bio pour les étudiants et un festival mêlant concerts et sensibilisation
 - **L'épicerie équitable (I2D, Campus IMT Mines, Albi)** : une épicerie équitable et zéro déchet

Les 3 lauréats Tremplins 2022

- **Les Ptit's Déjs équitables (Solidar'ISIT, ISIT, Arcueil)**
- **L'Eco festival (Eco Ecam, Ecam Lasalle, Lyon)**
- **Guide de l'étudiant éco-responsable (GreenTeam Pharma, Paris Saclay)**

Le défi des Chocoinvaders pour une filière cacao responsable

Au printemps 2022, un défi a mobilisé les jeunes autour d'une chasse au trésor ludique de Chocoinvaders dissimulés dans 30 campus en France. Derrière chaque Chocoinvader, des informations cachées se révélaient aux joueurs ! Cette initiative visait à les sensibiliser aux enjeux de la filière cacao et aux réponses apportées par le commerce équitable. Les participants ont remporté des lots de produits équitables.



Un guide étudiant sur le commerce équitable coécrit par le RESES et Génération Équitable

(1) Génération Équitable est un programme co-porté par Max Havelaar France et FAIRe un monde équitable, soutenu par l'Agence Française de Développement (AFD) dans le cadre du projet FAIR futur.

En partenariat avec
FAIRe
un monde équitable
Avec le soutien de
AFD
AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT



www.generation-equitable.fr

[instagram.com/generation_equitable/](https://www.instagram.com/generation_equitable/)



Participer aux rendez-vous des grands salons internationaux

L'année 2022 a été marquée par la première participation de Max Havelaar France à plusieurs salons. L'occasion d'affirmer notre **statut d'expert du commerce équitable et d'acteur incontournable dans le paysage alimentaire et agricole français**.

Salon International de l'Agriculture

Pour la première fois de son histoire, Max Havelaar France était présente avec ses équipes au Salon International de l'Agriculture, rendez-vous incontournable du secteur agricole en France.

C'est sur un **stand ludopédagogique** que Max Havelaar France a **fait découvrir son label et ses garanties au grand public et l'a sensibilisé aux enjeux du commerce équitable tout en promouvant ses partenaires engagés et leurs produits**.

Ce fut aussi l'occasion de présenter et de mettre en avant sa nouvelle offre de **commerce équitable Origine France**.

Une **table ronde** organisée autour de la thématique « *Producteurs et Territoires : sans (prix) équitable, tous vulnérables* » a permis de s'interroger sur les problématiques auxquelles sont confrontés les agriculteur·rice·s français·es. **88 personnes ont pu assister à ce débat qui a rassemblé des élus, des partenaires ainsi que des représentants agricoles.**

- 9 jours
- + 6 000 visiteur·euse·s sur le stand
- + de 130 produits labellisés exposés
- Distribution de 1 870 lots de 5 partenaires : Krokola, La Route des Comptoirs, Les Chevaliers d'Argouges, Bovetti et Lidl
- + 700 participant·ante·s au concours *online*



Salon International de l'Alimentation (SIAL)

SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

Pour leur première participation, les équipes de Max Havelaar France se sont rendues au Salon International de l'Alimentation (SIAL) afin **d'échanger** avec de potentiels futurs partenaires autour des **garanties offertes par la démarche Fairtrade/Max Havelaar**. Une occasion de mettre en lumière l'**offre de quatre de nos partenaires engagés** qui ont été invités à exposer leurs produits sur notre stand : LemonAid - ChariTea, La Route des comptoirs, Krokola et Base Organic Food.



Les autres salons où nous tenons un stand

natexpo

Who's Next

SALON RESTAU'CO



Etude de notoriété: pour les consommateur-ric-e-s, un label reconnu et crédible

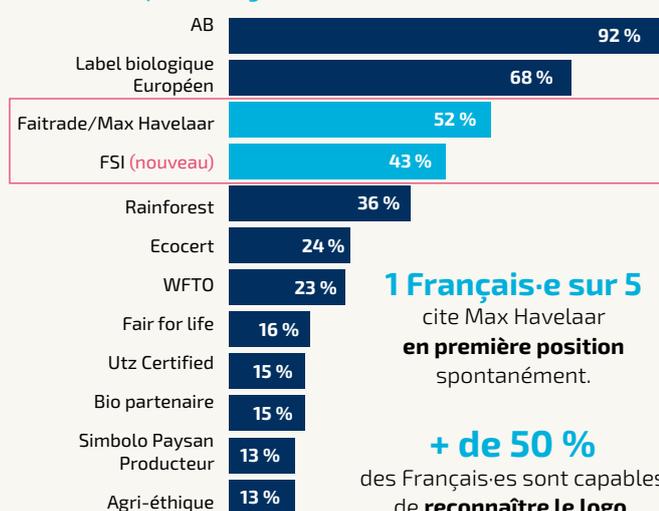
Tous les deux ans, Max Havelaar France réalise avec IPSOS une étude barométrique auprès d'un échantillon représentatif de la population française afin d'évaluer ses connaissances en matière de commerce équitable et d'apprécier la notoriété du label Max Havelaar France et ce qu'il représente pour les consommateur-ric-e-s de ce pays.

L'édition de 2022 nous apprend que **notre label est toujours très bien identifié et que ses garanties sont bien connues. Il bénéficie d'un niveau de confiance très élevé**, en particulier pour sa mission principale qui **consiste à contribuer à une meilleure rémunération des producteur-ric-e-s**.

Un label bien identifié

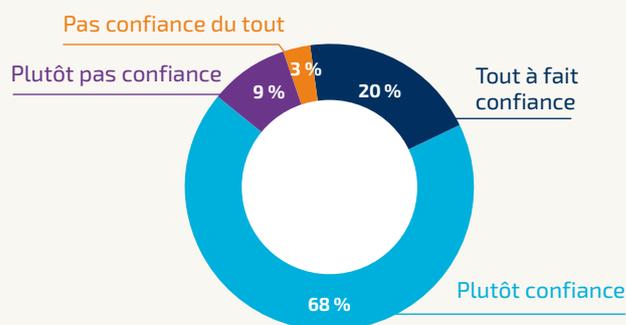
Étude faite parmi les labels de commerce équitable.

Avez-vous déjà vu ce logo ?



Un niveau de confiance très élevé dans le label et qui continue d'augmenter

Avez-vous tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance dans le label Fairtrade/Max Havelaar pour assurer une rémunération juste aux producteurs et productrices et permettre l'amélioration de leurs conditions de vie ?



88 % Taux de confiance Les Français-es ayant déjà vu le label ont fortement confiance en celui-ci.

+ 8 % Taux de progression

Des critères d'achat plébiscitant la juste rémunération

Pour quelles raisons achetez-vous des produits issus du commerce équitable ou labellisés Fairtrade/Max Havelaar ?



Des garanties connues

Saviez-vous que le label Fairtrade/Max Havelaar garantit :

| Garantie | Taux | Evolution vs 2019 |
|--|------|-------------------|
| La juste rémunération des producteurs et des travailleurs | 84 % | + 4 % |
| La relation durable entre acheteur et producteur | 78 % | + 9 % |
| Le respect de l'environnement | 77 % | + 10 % |
| Le respect des droits fondamentaux du travail | 71 % | + 6 % |
| La meilleure qualité des produits | 68 % | + 11 % |
| La certification par un organisme indépendant | 63 % | + 11 % |
| La gestion autonome et démocratique des organisations de producteurs /travailleurs | 55 % | + 7 % |
| Une prime de développement, reversée aux organisations de producteurs pour les familles et leurs communautés | 49 % | + 7 % |
| Le préfinancement des récoltes | 49 % | + 12 % |
| La promotion de l'égalité homme-femme | 44 % | + 15 % |

Baromètre de la transition alimentaire



“opinionway”

En dépit de la crise, la consommation responsable continue à résister

La 4^{ème} édition de notre baromètre annuel, réalisé avec l'appui de l'institut d'études OpinionWay auprès d'un échantillon de 2 000 personnes représentatif de la population française, a mis en lumière les tendances de l'année en matière de consommation responsable et porté trois constats majeurs, présentés ci-dessous.

La résilience de l'achat responsable

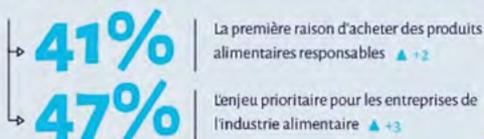
Si les deux années de crise sanitaire ont conduit les Françaises et les Français à réfléchir davantage à leurs modes de consommation, le contexte leur a donné envie de changer durablement leurs habitudes, puisque les ¾ des personnes interrogées déclaraient que la société devait aller vers plus de consommation responsable.

L'arrivée d'une nouvelle crise économique, apportant avec elle inflation, pénuries et restrictions énergétiques, a accentué l'attention portée au prix, mais n'a toutefois pas freiné cette tendance : les Français-es ont désormais bien conscience de l'impact social et environnemental de leurs choix de consommation.



La rémunération des producteurs toujours au cœur des préoccupations des Français

Pour les Français, assurer une juste rémunération des producteurs reste :



Pourtant, seuls 35% des Français ont le sentiment que les entreprises du secteur alimentaire assurent une juste rémunération des producteurs ▼ -4

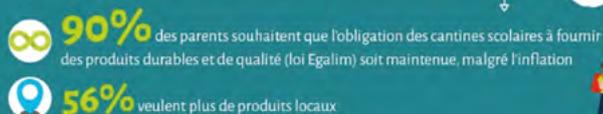
La juste rémunération primordiale

La juste rémunération des producteurs est devenue le critère de choix principal de l'achat de produits alimentaires responsables pour les Français-es. C'est également un enjeu majeur chez les jeunes.

De plus, la responsabilité du passage à un modèle d'alimentation durable n'incombe plus seulement aux consommateurs, qui attendent plus d'engagement des entreprises, mais aussi des collectivités.

Les cantines scolaires en 2022 : quels enjeux pour les parents et les enfants ?

Les parents expriment des attentes fortes vis-à-vis des cantines scolaires :



Mais, dans un contexte d'inflation, les parents souhaitent concilier qualité et accessibilité :



Une attente forte vis-à-vis de l'engagement des collectivités

Les parents, qui plébiscitent l'arrivée d'une alimentation responsable et de qualité dans les cantines, **demandent aux collectivités de poursuivre leurs efforts** en faveur de la transition alimentaire.

Une attente forte des consommateurs envers les pouvoirs publics et les collectivités locales



Max Havelaar France dans les médias

En 2022, Max Havelaar France a su faire entendre sa voix, et donc celle des producteur-rice-s, à l'occasion de temps forts habituels, mais aussi lors de campagnes de mobilisation ou au cours d'actions de promotion des entreprises engagées.

Des prises de parole qui portent leurs fruits en termes de résonance médiatique.

- 692 articles
- 50 interviews
- 2 tribunes collectives initiées par Max Havelaar France
- Audience estimée : → 711 millions de personnes touchées



Nos deux temps forts annuels

Mai

→ La Quinzaine du commerce équitable

→ 100 retombées presse

L'Association a saisi cette occasion pour évoquer la forte croissance des ventes de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar en 2021 et le lancement des premiers produits labellisés avec du lait des producteurs français. Un coup de projecteur a aussi été mis sur la nouvelle labellisation équitable de Max Havelaar France pour les filières françaises de blé et de lait pour laquelle ses premiers partenaires mixent ingrédients du Sud (vanille, sucre) et du Nord (lait du Cotentin).



Novembre

→ La 4^{ème} édition du Baromètre de la transition alimentaire Max Havelaar par OpinionWay

→ 61 retombées presse

Maintien de la consommation responsable malgré la crise et fortes attentes dans les cantines scolaires : voilà les principaux enseignements pour 2022 de l'étude qui s'impose désormais comme une référence sur les pratiques de consommation.



Les autres moments phares de 2022

Campagne de mobilisation

« Good Clothes, Fair Pay »



Lancement de la campagne « Good Clothes, Fair Pay » et des actions de mobilisation citoyenne de Max Havelaar France pour la promouvoir (→ page 19).

À l'occasion du *Black Friday*, Max Havelaar France s'est mobilisée, aux côtés de Fashion Revolution dans un lieu de passage emblématique de la consommation de masse, très prisé par les marques de *fast fashion* : le quartier des Halles, en plein cœur de Paris. Casquettes de l'ONG vissées sur la tête, les activistes ont investi les trottoirs de la capitale en interpellant les personnes venues faire leur shopping pour les convaincre de signer la **pétition « Good Clothes Fair Pay »**. Cette action de mobilisation a entraîné de nombreuses retombées presse.



1^{er} octobre Journée mondiale du cacao

« Le chocolat est un plaisir qui repose sur un océan de misère teinté de désastre écologique »

tribune Collectif

LA CROIX 14 octobre 2022

Dans ce texte collectif, des associatifs alertent sur les travers de la filière du cacao : producteurs sous-payés, déforestation, travail des enfants... Ils appellent à rompre « le tabou du prix » payé aux agriculteurs et à intégrer des normes environnementales.

Dans une **tribune** publiée par La Croix, Max Havelaar France et d'autres associations ont alerté les pouvoirs publics sur la situation de la filière cacao en Afrique de l'Ouest. Parmi les revendications figure l'appel à « un changement des pratiques commerciales de l'industrie en commençant par payer un prix suffisant pour atteindre un revenu vital » pour les producteur-rice-s de la filière cacao « tout en s'assurant de la préservation de l'environnement ».

« Génération Équitable »

Max Havelaar France a également communiqué sur la troisième édition de l'**appel à projets « Génération Équitable »**. Organisé par Max Havelaar France et FAIRE un monde équitable, le concours a permis aux lauréats une belle mise en lumière de leur projet en faveur d'une alimentation durable et responsable par la presse.



30
ans

1993-2023



Élargir les frontières du **commerce équitable**



Une ONG citoyenne au cœur de la société civile

AUX ORIGINES

1980

Le Label Max Havelaar voit le jour lors de grandes assemblées générales de producteurs de café qui sont organisées par le **père Francisco van der Hoff** dans la région de l'isthme mexicain au cours des années 1980.

En France, quelques années plus tard, des organisations œuvrant principalement au soutien des populations des pays du Sud et à la solidarité internationale fondent l'association Max Havelaar France¹.

1998

VERS LA DÉMOCRATISATION

La première marche vers la démocratisation du commerce équitable est franchie grâce à l'appui de la société civile. En effet, en 1998, l'association **Agir Ici**² lance une pétition « *Exigeons des produits éthiques* » qui est relayée par plus de 50 organisations et suivie par plus de 100 000 citoyen-ne-s qui adressent des cartes postales aux **grandes enseignes de la distribution** afin de réclamer l'entrée des produits issus du commerce équitable dans les rayons des supermarchés.

Marchant sur les pas de ces citoyens et agissant sous l'égide des équipes de Max Havelaar, des **groupes locaux de bénévoles** prennent leur bâton de pèlerin pour faire connaître le commerce équitable en sensibilisant les enfants dans les écoles, en organisant des brunchs, en réalisant des animations dans les magasins et des dégustations sur les marchés ou bien encore en sillonnant la France avec un bus-exposition.

Depuis 10 ans maintenant, c'est le mouvement **FAIRE un monde équitable** qui a repris le flambeau, avec notamment le **programme Génération Équitable** qui mobilise les jeunes dans les campus pour promouvoir une alimentation plus équitable, et que nous portons avec eux.

1 - Ingénieurs sans Frontières (ISF), Agronomes et Vétérinaires sans Frontières (AVSF) et Peuples Solidaires.

2 - Agir Ici est depuis devenue Oxfam France.



FAIRE
un monde équitable



“ Les actions de Max Havelaar en faveur du commerce équitable sont essentielles dans le tissu associatif de notre génération. Nous sommes dans un monde en transition qui ne cherche plus la croissance, mais l'optimisation et l'amélioration continue.

Les citoyens ont besoin d'acteurs de proximité dans ces démarches de changement afin que l'évolution de nos pratiques de consommation respecte chaque partie prenante de la chaîne de production. Il y va du respect des droits de l'Homme et des libertés fondamentales et nous devons être en mesure d'agir à tous les niveaux.



Sonia BRUN
Ambassadrice Génération équitable,
École 3A de Rennes, association Semeurs

”

PARLER DE CONCERT POUR PORTER UN MODÈLE DE COMMERCE PLUS JUSTE

Savoir parler d'une même voix avec d'autres ONG fait partie intégrante de notre ADN. Ainsi, en 2012, nous avons participé à la campagne « *Goûtons un monde meilleur* » pour une alimentation plus responsable en partenariat avec le **WWF**, le **CFSI** et le **Réseau Environnement Santé**.

L'histoire de Max Havelaar France, c'est aussi 30 ans de témoignages et d'appels à plus de justice dans le commerce, comme nous l'avons fait en 2011 lorsque nous avons pris la parole aux côtés des **réseaux de producteurs** pour promouvoir notre modèle comme exemple face à la flambée du prix des denrées alimentaires.

Aujourd'hui, nous avons rejoint la campagne « *Good clothes, fair pay* » lancée par **Fashion Revolution** pour exiger la mise en place d'un salaire vital pour celles et ceux qui fabriquent nos vêtements. L'appel à la mobilisation pour l'opération « *Pas de soldes sur les droits humains* », menée en marge du *Black Friday*, s'inscrivait également dans ce cadre.



L'équipe Max Havelaar France mobilisée pour le *Black Friday* en octobre 2022

Convaincus que nous portons une innovation sociale qui prouve qu'une mondialisation moins maltraitante est possible, nous plaidons pour une régulation des prix agricoles qui protège tous les paysans et pour la reconnaissance du revenu vital comme droit humain dans le cadre de la législation sur le devoir de vigilance.

Le commerce équitable : catalyseur de la transition écologique et sociale



Table ronde au Forum 3Zéro 2022

“ *Pas de justice climatique sans justice sociale* ”

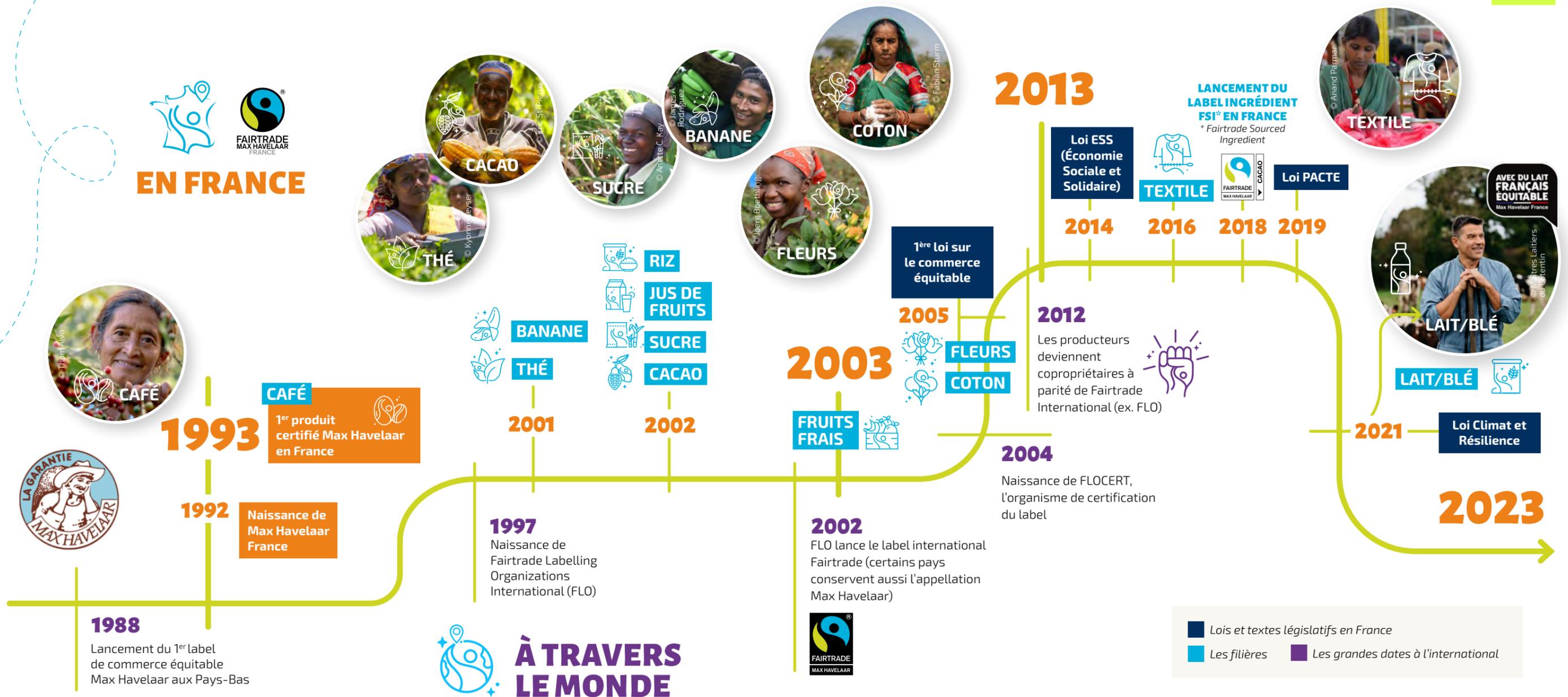
Les conséquences de la crise climatique, environnementale et de la réduction de la biodiversité impactent démesurément les pays en développement et les communautés qui y ont le moins contribué.

La dimension sociale du changement climatique est souvent négligée, pourtant **il ne peut y avoir de justice climatique sans justice sociale**.

L'ONG Max Havelaar France s'implique activement dans les échanges européens et internationaux afin que la voix des producteur-riche-s et des travailleur-euse-s du Nord et du Sud soit entendue dans l'élaboration des politiques nationales et internationales portant sur le climat et sur l'environnement.

D'une association nationale à une ONG internationale

L'épopée du mouvement Fairtrade/Max Havelaar



“Évidemment, recevoir chaque année vos dons pour acheter un camion ou construire une petite école pour que la pauvreté soit plus supportable, c'est bien. Mais le véritable soutien serait de recevoir un prix plus juste pour notre café.”

Cet appel de producteurs de café mexicains est entendu par des Néerlandais qui créent, en 1988, l'association Max Havelaar et le label du commerce équitable. L'association essaie ensuite en Belgique, puis en France.

Aujourd'hui, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar, c'est :

- 26** ONG nationales
- 2 millions de producteur-riche-s** dans **70** pays
- + de 37 000 produits labellisés** disponibles dans le monde
- + de 50 filières concernées**

30 ans de soutien et d'autonomisation des producteur·rice·s



LE COMMERCE ÉQUITABLE PLUTÔT QUE LA CHARITÉ

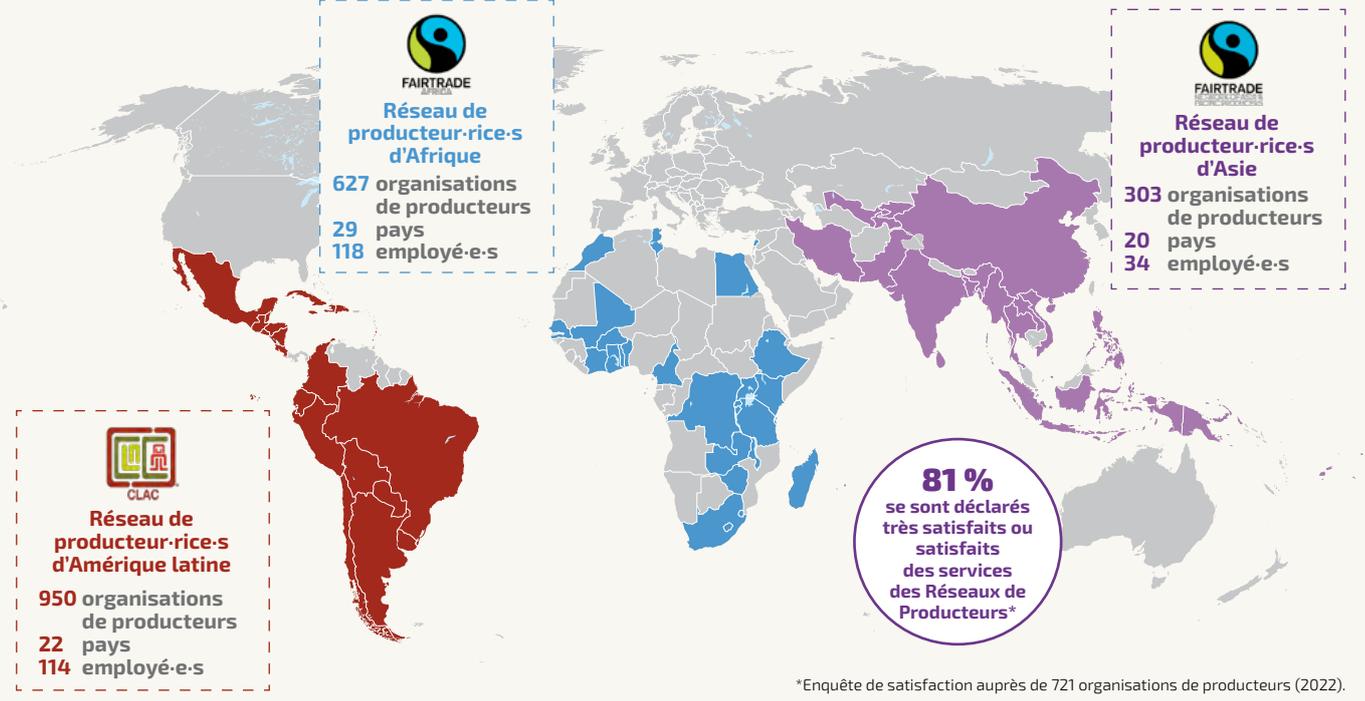
Depuis ses débuts, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar a placé au cœur de ses actions le renforcement de l'autonomisation des producteur·rice·s, c'est-à-dire de leur capacité à prendre leur avenir en main et à maîtriser, sur le long terme, leur développement économique, social et environnemental. Cet enjeu a pris de plus en plus d'importance dans la structuration du mouvement.

Aujourd'hui, le système Fairtrade/Max Havelaar de commerce équitable est unique en son genre : gouverné de manière paritaire par les ONG nationales (au nord) et les réseaux de producteur·rice·s et travailleur·euse·s (au sud), il est géré démocratiquement et de manière transparente, les producteur·rice·s et leurs représentant·e·s disposant de 50 % des voix au sein de l'assemblée générale.



2 millions de producteur·rice·s et travailleur·euse·s soutenu·e·s par 3 réseaux d'appui

Grâce au dispositif de la prime de développement et à trois réseaux de producteurs répartis en Afrique, en Asie et en Amérique latine, le mouvement est présent quotidiennement sur le terrain grâce à diverses actions : appui commercial, formations, partages d'expériences, visites d'assistance technique et appui à la conformité des standards, mais aussi évaluations et innovations.



“ Notre travail consiste à promouvoir l'autonomisation et l'autogestion des organisations de producteurs certifiées Fairtrade. Nous réalisons des visites d'assistance technique sur le terrain et des ateliers de formation et de sensibilisation pour les producteurs, les équipes techniques et les travailleurs sur des sujets tels que la gestion productive et commerciale, l'inclusion du genre, la jeunesse, le changement climatique et les droits de l'homme, etc. ”



Paola SILVA FIGUEIREDO
Responsable d'accompagnement terrain Brésil pour la CLAC, en charge de 16 organisations de producteurs de café et de jus d'oranges dans les régions de Minas Gerais, Sao Paulo et Paraná

DES PROGRAMMES POUR RENFORCER LES CAPACITÉS DES ORGANISATIONS



Au fil des années, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar a mis en place des programmes de développement adaptés aux besoins des organisations de producteur-rice-s. Soutenus en France par les acteurs du développement (Agence Française de Développement, FFEM, Union européenne et divers ministères), ces programmes sont mis en œuvre sur le terrain par les réseaux de producteurs au bénéfice des coopératives certifiées. Complémentaires des dispositifs du prix minimum et de la prime de développement garantis par le label, ils répondent aux défis spécifiques auxquels les producteurs sont confrontés.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Ces projets, élaborés selon les besoins identifiés sur le terrain, s'appuient sur des études scientifiques. Ils répondent aux Objectifs de Développement Durable (ODD) élaborés en 2015 par l'ONU :

- lutte contre le changement climatique ;
- lutte contre le travail des enfants ;
- lutte contre la déforestation ;
- promotion de l'égalité femmes-hommes.

EXEMPLE DE PROGRAMME EN CÔTE D'IVOIRE

Programme **3**
à retrouver [page 5 et 6](#).

L'ÉCOLE DU LEADERSHIP DES FEMMES

L'École du Leadership des Femmes a été créée en 2014

par le réseau des producteurs latino-américains Fairtrade/Max Havelaar de la CLAC au sein de coopératives salvadoriennes. Ce projet s'est rapidement développé dans d'autres pays (Guatemala, Pérou, Honduras) et, sept ans plus tard, il figure désormais **dans la politique de genre de la CLAC**.

En 2017, Max Havelaar France et Fairtrade Africa déploient l'École du Leadership des Femmes en Côte d'Ivoire. **Ce projet a pour ambition de renforcer l'autonomisation et le leadership des femmes afin d'accroître leur implication et leur pouvoir de décision** au sein de leur communauté. Sa finalité est de contribuer, à long terme, à l'évolution des normes sociales et à l'amélioration de leurs conditions de vie.



Composition du programme :

- **10 modules de formation** parcourant les thèmes de la confiance en soi, de la négociation et du pouvoir d'influence, de la gestion budgétaire, des droits des femmes et hommes, etc ;
- **identification et formation d'ambassadrices** afin de multiplier les bénéficiaires et l'impact du programme ;
- formation des communautés par les ambassadrices sur les enjeux de genre et recrutement de nouvelles étudiantes ;
- accompagnement dans la mise en œuvre d'**activités génératrices de revenus**.

LE PLUS : le projet propose une approche innovante concernant les relations de genre en incluant des hommes parmi ses bénéficiaires. Celle-ci permet de faire évoluer durablement les normes sociales et les mœurs.

En 2021, grâce au soutien financier du programme Équité 2, le programme genre phare du mouvement Fairtrade/Max Havelaar a bénéficié à **144 producteur-rice-s issu-e-s de 14 coopératives certifiées Fairtrade** en Côte d'Ivoire.

Une offre qui s'est développée pour offrir plus d'opportunités aux producteurs

DES FILIÈRES « COEUR » RENFORCÉES ET DIVERSIFIÉES



CAFÉ. C'est avec le café que l'histoire du commerce équitable certifié Fairtrade/Max Havelaar a commencé en France en 1993.

Depuis, l'offre s'est largement étoffée jusqu'à atteindre aujourd'hui plus de 1 278 références. Une croissance découlant de la diversification des produits et de l'élargissement à tous les circuits de distribution, mais également du développement de pratiques de consommation plus responsables. Produit emblématique du commerce équitable, le café est principalement cultivé par des petits producteurs pour lesquels le label représente un véritable filet de sécurité face aux aléas des cours de la bourse. Aujourd'hui, il occupe toujours la première place en termes de références, en part de marché et en nombre d'entreprises engagées (145 en 2022). Soutenues par des marques fortes, les ventes de café certifié Fairtrade/Max Havelaar se sont stabilisées autour de 13 800 tonnes en 2022 en France.



→ 1 278 produits
→ 13 800 tonnes

© Didier Gentilhomme



→ 1 banane sur 10 est labellisée Fairtrade/Max Havelaar
→ 87 000 tonnes

© Nathalie Bertin



BANANE. La banane a rejoint l'aventure des produits certifiés en 2001.

Passant du statut d'un produit de niche à celui de fruit comptant parmi les plus populaires du rayon (et ce, sur tous les circuits de distribution), la banane a connu un succès très rapide et une forte hausse du référencement depuis 4-5 ans. Pierre angulaire de l'économie de nombreux pays en développement, elle est désormais un produit incontournable pour beaucoup d'enseignes de la grande distribution.

Aujourd'hui, en France, une banane sur dix est certifiée Fairtrade/Max Havelaar, soit plus de 87 000 tonnes vendues en 2022.



CACAO. Intégré au dispositif en 2001, le cacao est dorénavant l'un des produits phares du commerce équitable.

La croissance du cacao a été portée par un marché dynamique en quête de durabilité au regard d'une production dont les enjeux économiques, sociaux et environnementaux sont immenses et pressants. Convaincue que la durabilité doit s'étendre à tout le secteur (et au-delà de son label), Max Havelaar France s'est engagée en 2021 au sein de l'Initiative Française pour un Cacao Durable (IFCD). Au cours des dernières années, la filière cacao a accéléré sa croissance avec le développement du label ingrédient en 2019 (FSI) et l'engagement de certains distributeurs et chocolatiers de proposer des gammes complètes de tablettes de chocolat labellisées Fairtrade/Max Havelaar. En 2022, cette production a représenté 15 400 tonnes.

→ Engagement en 2021 au sein de l'Initiative Française pour un Cacao Durable
→ 15 400 tonnes



© Eric St. Pierre

D'AUTRES PRODUITS EMBLÉMATIQUES



COTON. Fairtrade/Max Havelaar soutient les producteurs pratiquant une agriculture traditionnelle et familiale depuis 2016.

Fibre reine de l'industrie textile, le coton fait vivre des centaines de millions de personnes à travers le monde dont une immense majorité se situe dans des pays en développement. Alors que le coton représente près d'un quart des tissus fabriqués dans le monde, c'est l'une des filières les plus désastreuses en termes d'impact social, environnemental et économique. Avec son label coton, le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar soutient plusieurs dizaines de milliers de producteur-riche-s pratiquant une agriculture traditionnelle et familiale, mais aussi les travailleur-euse-s de l'industrie textile à l'aide d'un autre label textile venu compléter le dispositif en 2016. Fort de ses 2 500 tonnes de coton fibre vendues en 2022 grâce au développement de la commande publique et à l'appui de partenaires engagés, le coton Fairtrade représente une filière à très fort potentiel au regard des nouvelles exigences des consommateur-riche-s et de l'évolution du contexte législatif.



- 2004 : label Coton
- 2016 : label Textile



→ 34 millions de tiges



FLEURS. Dès le début des années 2000, Fairtrade/Max Havelaar a intégré les fleurs dans ses filières de commerce équitable.

Au cours des 30 dernières années, l'industrie floricole et horticole a connu d'importantes mutations avec, notamment, un transfert progressif de la production des pays de l'hémisphère Nord vers ceux de l'hémisphère Sud où les conditions climatiques sont plus favorables et les coûts nettement plus bas. En Afrique et en Amérique du Sud, des pays comme le Kenya, l'Éthiopie ou l'Équateur sont ainsi devenus, en quelques années, les principaux fournisseurs de fleurs coupées – notamment de roses. Dès le début des années 2000, pour contribuer à l'amélioration des conditions de vie des travailleur-euse-s des plantations, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar a intégré les fleurs dans ses filières de commerce équitable. Depuis 2016, le secteur de la rose équitable, porté par des enseignes spécialisées et la grande distribution, est en fort développement avec plus de 34 millions de tiges vendues en 2022.

COMMERCE ÉQUITABLE ORIGINE FRANCE

2021 : Max Havelaar France étend son label au lait et au blé français.

Consciente de la précarité touchant les agriculteur-riche-s français-es et de la demande croissante de produits locaux de la part des consommateur-riche-s, Max Havelaar France a décidé, en 2021, d'étendre son label au lait et au blé français, une première mondiale au sein du mouvement. Parce que le commerce équitable porte des valeurs universelles, ces nouveaux ingrédients blé et lait sont donc venus compléter les ingrédients équitables cultivés dans les pays en développement (cacao, fruits exotiques, sucre de canne, café, vanille). En 2022, les premiers produits laitiers (des fromages frais et des briquettes de lait) ont ainsi été lancés en grandes surfaces ainsi qu'auprès des collectivités.



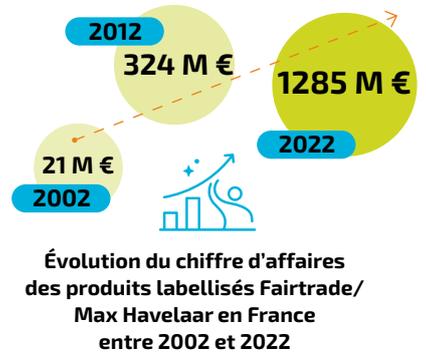
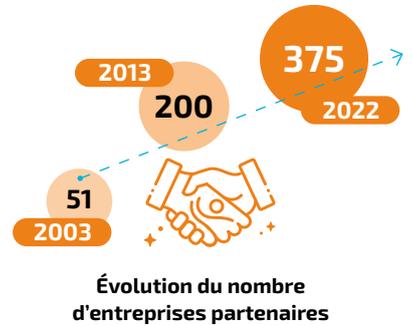
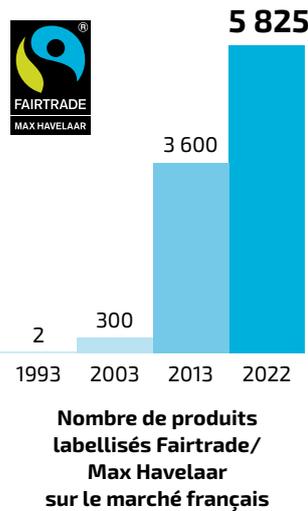
→ 2022 :
1^{er} produit
Origine France



Toujours plus d'entreprises et de consommateur·rice·s engagé·e·s

DES ENTREPRISES DÉSIREUSES DE DÉVELOPPER UNE OFFRE PLUS RESPONSABLE

Le tissu des partenaires Max Havelaar France étant passé de quelques entreprises portées par des dirigeants pionniers et visionnaires, au début des années 90, à plus de **375 entreprises présentes sur l'ensemble des circuits de distribution aujourd'hui**, il présente désormais un visage varié : PME et TPE françaises, acteurs du e-commerce, enseignes de la grande distribution, réseaux spécialisés (bio, restauration hors foyer...), mais aussi petits artisans torréfacteurs, chocolatiers ou fleuristes. **Cette diversité nous a permis de proposer 5 825 références labellisées Fairtrade/Max Havelaar sur le marché français en 2022.**



UNE PRISE DE CONSCIENCE DES CONSOMMATEURS QUI S'ACCÉLÈRE

1 ménage / 2



56,5 %
Taille de clientèle

Institut Kantar 2019



Au cours des dernières années, le commerce équitable a poursuivi sa progression, entraînant toujours plus de consommateur·rice·s dans son sillage. **Le soutien aux agriculteur·rice·s, qui découle d'une rémunération plus juste, constitue la première motivation des Français·es à consommer responsable.**

Initialement soutenu par une population de consommateur·rice·s militant·e·s, le commerce équitable s'est peu à peu démocratisé pour séduire aujourd'hui toutes les catégories de la population.



30 ans d'actions pour faire évoluer la loi



Grâce à l'action du mouvement Fairtrade, et notamment de l'ONG Max Havelaar France, la **loi de 2005** en faveur des petites et moyennes entreprises a posé les bases d'une **définition légale du commerce équitable** et a inscrit celui-ci dans la Stratégie Nationale de Développement Durable.

- **2014** : la **loi sur l'Économie Sociale et Solidaire (ESS)** fait évoluer la définition du commerce équitable (CE) et l'élargit au CE d'origine France.
- **2019** : la **loi Pacte** conditionne l'utilisation des termes « commerce équitable » au respect de ses principes, face à la multiplication d'allégations mensongères.
- **2021** : la **loi Climat 2021** élargit la définition du commerce équitable en y intégrant la dimension environnementale, en reconnaissant sa capacité à donner les moyens aux producteur-riche-s d'engager une transition agroécologique et de protéger la biodiversité. **Une spécificité française à souligner : le commerce équitable est inscrit dans la loi.**

RESTAURATION COLLECTIVE

Dorénavant, les produits du commerce équitable sont éligibles au quota des « 50 % de produits durables » demandés aux lieux de restauration collective. Quant à la ville de Paris, elle a affiché un objectif de 100 % de cacao et bananes équitables dans son plan d'alimentation 2022-2027.



PROTÉGER LES PRODUCTEUR-RICHE-S DU SUD ET DU NORD, POUR UN COMMERCE MONDIAL RÉÉQUILIBRÉ

En 2014, Benoît Hamon, alors ministre de l'ESS et de la consommation, a déclaré à l'occasion des 20 ans de Max Havelaar France : « *Il est indispensable de promouvoir ce type de commerce pour rééquilibrer les rapports Nord-Sud et pourquoi pas Nord-Nord ?* »

- **2023** : **Nord-Nord**, nous y sommes. Alors que la majorité des agriculteur-riche-s français-es perçoit un revenu inférieur au seuil de pauvreté, le label Fairtrade/Max Havelaar s'est ouvert au commerce équitable d'origine France. En outre, Max Havelaar France a permis l'introduction, dans la **loi Egalim 3**, du commerce équitable parmi les indicateurs que peuvent utiliser les parties prenantes pour calculer les coûts de production des produits issus des filières françaises.

Distillons l'équitable dans chaque amendement et dans chaque virgule des traités commerciaux, encourageons son recours par les entreprises dans les projets de loi de finances ou bien encore rendons-le obligatoire dans les cantines scolaires comme l'a fait l'Italie où les élèves n'imaginent plus le monde sans cacao, bananes et ananas équitables.

Gageons que, lorsque Max Havelaar France fêtera ses 40 ans, le commerce équitable aura enfin basculé de la niche à la norme !

Rencontre entre Sandra UWERA, CEO de Fairtrade et Audrey PULVAR, adjointe à la Maire de Paris en charge de l'alimentation durable, de l'agriculture et des circuits courts.



Une démarche de responsabilité sociale pour un engagement collectif

Lancée en 2020, notre démarche RSO est structurée autour de 3 piliers : la qualité de vie au travail, l'amélioration de notre impact économique et social et la réduction de notre impact environnemental. 2022 a été une année de consolidation de cette démarche, grâce à une équipe RSO investie et à la création de nouveaux outils (mise en place d'une veille, création d'une boîte à idées RSO ...).

1

Garantir un cadre favorable à l'épanouissement des collaborateur·rice·s

- **91%** des collaborateur·rice·s ont répondu à notre enquête interne annuelle sur la Qualité de Vie au Travail.
- **88%** des répondants considèrent que l'Association est à l'écoute de leurs besoins et s'efforce d'y apporter des réponses.

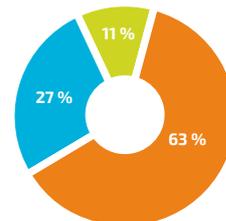
En 2022, l'accent a été mis sur :

- la poursuite de l'amélioration de nos pratiques RH via notamment la formation et la sensibilisation (harcèlement, handicap) ;
- le maintien de moments collectifs fédérateurs (teambuilding, pots d'équipe, petits-déjeuners mensuels ...) et sportifs (Oxfam Trailwalker) ;
- la formalisation des valeurs qui nous rassemblent : Intégrité, Engagement, Coopération, Confiance.

2

Améliorer notre impact économique et social dans nos relations avec nos parties prenantes

L'amélioration du degré de responsabilité de nos achats reste un objectif central : nous avons conduit en 2022 un travail important afin de préciser les critères correspondants, avec l'appui de l'Impact Score. L'équipe RSO a par ailleurs accompagné tout au long de l'année les métiers de l'association dans l'analyse de leurs pratiques d'achats et dans la recherche de fournisseurs et prestataires plus responsables.



- Fournisseurs labellisés et/ou certifiés
- Fournisseurs engagés mais non labellisés ni certifiés
- Fournisseurs non engagés, non labellisés ni certifiés

3

Réduire l'impact environnemental direct lié à nos activités

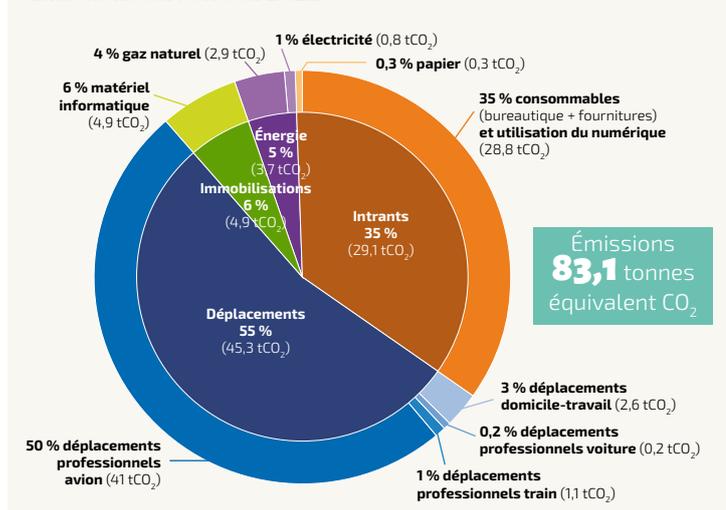
Effectué jusqu'en 2021 via l'outil de la Fondation Goodplanet, le calcul de notre empreinte carbone s'est affiné en élargissant le périmètre des émissions prises en compte (utilisation du numérique, déchets, etc.).

- La hausse des émissions observée entre 2020 et 2021, liée notamment à la reprise des déplacements professionnels à l'issue de la crise sanitaire, s'est confirmée en 2022. L'acquisition de nouveaux appareils électroniques (ordinateurs portables, écrans...) dans un contexte de croissance de l'activité et de l'effectif a également contribué à augmenter nos émissions.

Quelques actions mises en place pour réduire notre impact environnemental :

- mise à jour de la politique de déplacements professionnels pour rappeler les bonnes pratiques et optimiser les déplacements ;
- sensibilisation à la pollution numérique et aux bonnes pratiques ;
- lancement d'ateliers Fresque du Climat afin de construire un « socle commun » sur les enjeux climatiques ;
- organisation d'une opération de ramassage de déchets à Nanterre, avec l'association World Cleanup Day.

Émissions carbone en 2022



L'utilisation de nos ressources en 2022



Un modèle financier solide

Max Havelaar France est une association qui **s'autofinance à 95,2 %**. Le modèle économique de Max Havelaar France repose sur le versement d'une redevance des entreprises partenaires en contrepartie 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 2022, **les revenus de l'association se sont élevés à 7,8 millions d'euros.**



Une gouvernance démocratique

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

Cette gouvernance mixte permet de confronter les points de vue et de partager les expertises (notamment sur les marchés Nord), qu'il s'agisse de notre engagement militant pour le commerce équitable ou pour des causes convergentes, de notre connaissance fine des problématiques de développement, etc.

DÉVELOPPER • 38,4 %

Développer les marchés actuels, mais aussi créer de nouvelles filières et de nouveaux débouchés par la promotion des produits et des campagnes de communication. Accompagner les entreprises partenaires au quotidien. Conseiller en vue de faire respecter les garanties.



SOUTENIR • 22,9 %

Financer et appuyer les réseaux de producteurs Fairtrade, directement ou par le biais de notre organisation Fairtrade International (CLAC, Fairtrade Africa, NAPP, techniciens, programmes d'appui, formations).



GARANTIR • 16,5 %

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



SENSIBILISER • 7,4 %

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



PLAIDER • 5 %

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



PARTICIPER • 3,3 %

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.



FRAIS DE STRUCTURE • 6,5 %

Association Max Havelaar France

Le Château Etic | 75 Allée des Parfumeurs | 92000 Nanterre

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

www.maxhavelaarfrance.org

