



Rapport annuel 2011-2012

Association Max Havelaar France

Label Fairtrade / Max Havelaar

Le rapport du Président

Les défis pour l'avenir



En m'adressant à vous pour la première fois, je tiens à remercier en votre nom mon prédécesseur, Jean-Pierre Doussin, qui a tenu le gouvernail l'année dernière avec la conviction et l'autorité que nous lui connaissons.

En juin 2011, il avait tracé la trajectoire à suivre pour donner un nouveau souffle à notre association. Et rapidement les étapes annoncées ont été parcourues : refonte des statuts et du règlement intérieur de l'association, réorganisation des services, accompagnement de la création du réseau FAIR[e] un monde équitable, retour aux équilibres financiers, arrivée d'un Directeur Général et d'un nouveau Président, et enfin renouvellement de notre Conseil d'Administration.

Ce redressement a été rendu possible par l'implication de l'équipe salariée et de ses dirigeants dans cette période où la réduction de l'effectif imposait des ajustements parfois difficiles et où il a fallu gérer l'indispensable réduction des dépenses. Grâce aux efforts conjoints de tous et grâce à l'implication des membres du Conseil d'Administration et du Bureau, Max Havelaar France peut de nouveau s'engager à fond dans la promotion du commerce équitable labellisé.

Nous observons que le commerce équitable en France ne progresse plus au rythme des années antérieures. Voulant en connaître les raisons, nous avons fait réaliser une étude par sondage, dont les conclusions peuvent inspirer notre action.

Le sondage nous dit que le consommateur français entretient à l'égard du commerce équitable trois attitudes qui le font hésiter ou s'abstenir.

La première est un réflexe de prudence dans l'environnement de crise que nous connaissons depuis près de 4 ans. Le consommateur tend à réduire ses achats de produits équitables parce qu'il les trouve plus chers que les produits courants.

La deuxième consiste à dire « Où puis-je trouver les produits équitables ? » D'une part les boutiques spé-

cialisées sont relativement peu nombreuses dans notre pays et d'autre part, les grandes et moyennes surfaces commerciales ne mettent pas toujours en valeur les produits équitables dans leurs rayons.

Enfin, il apparaît un doute sur la démarche équitable elle-même. Est-elle réellement efficace ? Les producteurs perçoivent-ils bien la juste rémunération indiquée ? Et qui en garantit l'authenticité ?

Ces réticences nous interpellent et surtout la dernière. Nous n'avancerons que si nous sommes capables de donner des réponses claires au consommateur, celui-là même qui rend possible, par son achat solidaire, le dynamisme du commerce équitable.

Dans cette perspective, nous devons être aussi proches que possible du réseau FAIR[e] un monde équitable, et de tous les acteurs qui, sur le terrain, font la promotion du commerce équitable labellisé.

Nous appartenons aussi à une organisation internationale qui évolue et qui va encore faire évoluer les contours du système. Evolution que nous devons suivre, accompagner et dans la mesure du possible, influencer.

En particulier, nous sommes très attachés à la relation établie avec les producteurs. Ceux-là mêmes qui désormais sont des partenaires égaux au sein du système Fairtrade International. Nous avons décidé de leur donner la parole dans nos propres instances associatives, Assemblée Générale et Conseil d'Administration. Nous confirmons ainsi que leur développement et leur autonomie, sont bien au cœur de notre organisation et de nos priorités.

Enfin, même et surtout si nous voulons insérer la solidarité dans l'économie, nous sommes tenus de prendre en compte les exigences de l'échange marchand et concurrentiel : transparence et rigueur de gestion. Nous ne pouvons négliger la qualité et même l'excellence qui disent le sérieux et inspirent la confiance.

C'est la confiance qu'il s'agit de gagner et de maintenir. Elle seule assurera la pérennité et le succès de notre projet commun.

Martial Lesay
Président de Max Havelaar France

Le mot du Directeur

Effet de mode ?



Il serait convenu aujourd'hui, que le commerce équitable n'est plus à la mode !

Or, la valeur essentielle portée par le commerce équitable, c'est-à-dire, la solidarité envers les plus pauvres, parmi lesquels les agriculteurs des pays du Sud, ne peut être assimilée à un comportement superficiel et ponctuel, à un effet de « mode de consommation ».

C'est une tendance de fond, un ciment humain entre les femmes et les hommes des pays du Nord et celles et ceux du Sud. Les valeurs de générosité, de solidarité et de respect ne se négocient pas.

Pour que ces valeurs ne disparaissent pas chez nos compatriotes, à chacun de jouer pleinement son rôle :

- Au Gouvernement, de rendre l'environnement législatif plus favorable au commerce équitable.
- Aux entreprises engagées, d'offrir plus d'innovations et de rechercher la meilleure qualité.
- Aux distributeurs, de renforcer la présence et la visibilité des produits, au-delà de la seule rentabilité du mètre linéaire, de s'engager au plus haut niveau décisionnel.
- A tous les acteurs économiques, de promouvoir les produits auprès de leurs salariés.
- Aux media, d'accorder plus de place pour expliquer, sensibiliser et montrer les impacts positifs et concrets du commerce équitable.
- Aux consommateurs, de choisir volontairement et d'acheter plus fréquemment, les produits issus du commerce équitable labellisé.
- Enfin, à Max Havelaar France, de donner du sens à ces engagements, pour que le commerce équitable labellisé progresse davantage dans notre pays.

C'est la mission que nous ont confiée les agriculteurs qui se sont engagés dans cette démarche et qui attendent un signe fort de solidarité de la part des consommateurs français.

Ensemble, relevons ce défi, sans attendre, sans excuse de la crise ou de la mode, car « Choisir c'est s'engager* ».

Marc Blanchard
Directeur Général de Max Havelaar France

*thème de notre campagne de sensibilisation (voir p. 18-19)

SOMMAIRE

Le rapport du Président	p.2
Le mot du Directeur	p.3
Mouvement Fairtrade / Max Havelaar	p.4-5
Adaptation et innovation du système Fairtrade / Max Havelaar	p.6
L'impact du commerce équitable	p.7
Carnet de route	p.8-9
Analyse du marché	p.10-11
Partenaires économiques	p.12-13
Vision d'expert	p.14
Nouveaux partenaires	p.15
Territoires de Commerce Equitable	p.16
Mouvement des bénévoles	p.17
« Choisir c'est s'engager » : la nouvelle campagne de sensibilisation	p.18-19
Quinzaine du Commerce Equitable 2012	p.20-23
Autres temps forts...	p.24-25
Des partenariats pour plus de responsabilité	p.26
L'équipe de Max Havelaar France	p.27
Fiche d'identité	p.28
Analyse financière de l'exercice 2011	p.29
Comptes annuels de l'exercice 2011	p.30-31



Assemblée Générale de Fairtrade International - Allemagne

C'est une décision historique qui a vu le jour cette année : les membres de Fairtrade International ont modifié ses statuts pour que les représentants des producteurs deviennent pleinement copropriétaires de notre système mondial de commerce équitable en disposant de 50% des sièges à son Assemblée Générale.

Depuis 2006, les réseaux de producteurs du commerce équitable (CLAC en Amérique latine, NAPP en Asie et Fairtrade Africa) sont membres du système avec les associations nationales, telles que Max Havelaar France, qui représentent le label dans les pays consommateurs. Le nouveau modèle de gouvernance partagée signifie que la voix des producteurs aura désormais le même poids que celle des organisations du Nord au sein de l'organe décisionnel qui régit l'ensemble des activités et des stratégies de Fairtrade International.

L'Assemblée Générale est la plus haute autorité du système ; elle prend les décisions qui concernent notamment la gouvernance, les changements de statuts, l'acceptation ou l'exclusion de membres, l'élection des membres du Conseil d'Administration, l'approbation du rapport annuel et des comptes du système et l'approbation des plans stratégiques proposés par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration est élu par l'Assemblée Générale ; il comprend un nombre égal de représentants des

producteurs et des initiatives de labellisation ; il peut également intégrer des personnalités indépendantes reconnues pour leurs compétences.

Cette nouvelle constitution équilibre l'Assemblée et permet au système Fairtrade / Max Havelaar de mieux représenter les intérêts des producteurs. **Elle fait de notre système la première ONG mondiale gouvernée à égalité par des représentants de pays du Sud et du Nord.**



Moussa Keita - producteur de coton - Mali

« Cette décision trace une nouvelle voie, c'est une approche très progressiste. Nous espérons ainsi faire comprendre aux consommateurs l'importance de la voix des producteurs dans l'ensemble de notre système de certification éthique. Cette décision constitue une avancée majeure. »

Bharath Mandanna, Président du Réseau de producteurs d'Asie, d'Océanie et du Pacifique (NAPP)

Témoignage

Raúl del Aguila gère une coopérative de café au Pérou. Il a représenté les producteurs latino-américains au Conseil d'Administration de Fairtrade International pendant six ans.



Raúl del Águila - Directeur de la COCLA - Pérou

« Comme la fin de mon mandat au Conseil d'Administration de Fairtrade International approche, je voudrais revenir sur le chemin parcouru. En 1998, les représentants des producteurs participaient pour la première fois aux réunions du Conseil d'Administration en tant qu'observateurs. En 2000, un grand pas a été franchi lorsque les producteurs ont adhéré au Conseil lui-même. J'étais parmi eux,

pour mon premier mandat de 2000 à 2003. En collaboration avec nos partenaires des associations nationales du Nord, nous avons mené l'élaboration du « Livre Blanc » sur lequel se base encore aujourd'hui le modèle qui fait le succès du commerce équitable. J'en suis très fier et il semble approprié de conclure mon mandat au moment où nous avons pris une décision essentielle qui ouvre une nouvelle et grande étape. En effet, lors de notre récente Assemblée Générale, nous avons finalisé le projet de constitution qui fera des producteurs, les propriétaires du système Fairtrade / Max Havelaar à 50%, ayant ainsi le même poids que les associations du Nord pour les décisions majeures du système.

Pour moi, l'essence même de Fairtrade / Max Havelaar a toujours été de ne pas se limiter à un simple système de certification. La certification est tout juste un outil. **Le commerce équitable est un acteur de changement. Il promeut une nouvelle façon d'être :** des producteurs qui utilisent une agriculture plus responsable, des entreprises qui font des affaires de façon plus responsable et des consommateurs qui achètent de façon plus responsable. Il y a tellement plus qu'un simple geste quand on achète un paquet de café. C'est une voie pour améliorer les transports, l'éducation, la gouvernance. Et cela fonctionne parce qu'il s'agit d'impliquer les gens dans la prise de décision et le changement à travers l'ensemble du système.

Je sais que le commerce équitable fonctionne et je peux en témoigner

grâce à l'expérience de ma propre coopérative, COCLA. Il y a encore quelques années, nous vendions 2% de notre café sous les conditions du commerce équitable contre plus de 40% aujourd'hui. La prime de développement nous a permis de réaliser un programme d'agriculture biologique et d'améliorer nos installations de traitement. Nous avons également investi avec d'autres acteurs communautaires pour ouvrir un service destiné aux victimes de violence conjugale.

En envisageant l'avenir, je voudrais voir Fairtrade / Max Havelaar travailler davantage avec les jeunes. Nous ne pouvons pas apporter des changements du jour au lendemain, c'est un processus générationnel. Les adultes trouvent difficile de changer leurs habitudes, mais les jeunes en sont capables. Nous avons besoin d'inculquer des valeurs chez les enfants à un âge précoce; dans les communautés de producteurs et dans les pays consommateurs. J'aimerais également voir se renforcer les actions de plaidoyer, en particulier en encourageant les producteurs et les travailleurs à demander des comptes à leurs gouvernements.

Je ne vais pas me reposer en quittant mon poste au Conseil d'Administration. En tant que Président du Réseau Péruvien du Commerce Équitable et de la Consommation Éthique, je vais continuer à soutenir le système Fairtrade / Max Havelaar pour cette nouvelle étape décisive où les producteurs prennent enfin leur place de copropriétaires du système.»

Réforme de la gouvernance à Max Havelaar France : ouverture à de nouvelles parties prenantes

L'association Max Havelaar France a mené une réforme de ses instances politiques entre 2011 et 2012 afin d'ouvrir sa gouvernance à un maximum de parties prenantes du mouvement du commerce équitable en France dans un esprit d'ouverture et de recherche de compétences.

De nouveaux statuts ont été adoptés par l'Assemblée Générale en janvier 2012. Le principal changement réside dans l'entrée de représentants des producteurs et des détenteurs de

licence (entreprises vendant des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar) au sein de l'Assemblée Générale et du Conseil d'Administration portant de trois à cinq le nombre de collèges dans notre Assemblée Générale. En plus des associations spécialisées dans le commerce équitable, des ONG et des personnes qualifiées apportent leurs compétences et leur réseau.

Le 2 juillet, au cours de la première Assemblée Générale régie par les nouveaux statuts, les membres de

l'association ont procédé au renouvellement du Conseil d'Administration. Ainsi, les nouvelles instances de gouvernance de Max Havelaar France reflètent mieux la diversité de ses membres, se nourrissent de leurs expertises et permettent à l'association d'avoir un lieu pour débattre des grands thèmes autour du commerce équitable et pour la faire avancer.

Adaptation et innovation du système

Fairtrade / Max Havelaar

Une réponse aux enjeux environnementaux de la filière quinoa

Utilisation des primes de développement 51,5 M €



Sources 2011

Le quinoa est une pseudo-céréale des hauts plateaux andins, très prisée depuis quelques années sur les marchés européens et nord-américains pour ses qualités nutritionnelles. Traditionnellement consommé par les populations andines, les Incas appelaient le quinoa « chisiya mama », qui signifie en quechua « mère de tous les grains ». Cependant, le développement rapide de la production a engendré des problèmes environnementaux auxquels le système Fairtrade / Max Havelaar tente de répondre.



Productrice de quinoa - Coprobich - Équateur

En effet, l'augmentation importante de la demande et l'envolée des prix, ces dernières années, ont entraîné une intensification de la production et une extension des zones de culture sur les versants et dans les plaines. De ce fait, les producteurs ont bénéficié d'une augmentation de leurs revenus et d'une amélioration de leur niveau de vie. Malheureusement, cette intensification rapide de la production est également la cause d'une transformation néfaste du système agraire traditionnel. Dans certaines régions, elle met en péril la durabilité des systèmes de production traditionnels, notamment du fait d'une érosion accrue des sols entraînant une baisse de leur fertilité.

Le quinoa est entré dans le système Fairtrade / Max Havelaar en 2004 avec les organisations de producteurs de Bolivie, rapidement rejointes par des organisations d'Équateur et du Pérou. Alors que les prix minimum garantis au sein du système Fairtrade / Max Havelaar ne permettaient plus de couvrir les coûts de production durable*, le quinoa a fait l'objet d'un projet de

révision des prix depuis 2009, projet conduit par Max Havelaar France au niveau international. A partir d'études de terrain, le projet comportait deux volets : un premier volet concernait la révision des prix proprement dite et un second volet concernait l'utilisation des standards Fairtrade / Max Havelaar comme levier de durabilité environnementale.

La révision du prix s'est conclue par la fixation d'un nouveau prix minimum garanti pour le quinoa décortiqué, prêt à être exporté, avec une différenciation entre le quinoa conventionnel (2 250 dollars par tonne) et le quinoa issu de l'agriculture biologique (2 600 dollars par tonne). Applicable pour toute l'Amérique du Sud, ce prix a été fortement réévalué en fonction des coûts de production durable actuels. La prime de développement versée aux organisations de producteurs de quinoa a également été réévaluée à 260 dollars par tonne.

L'innovation réside dans le fait qu'une partie de la prime de dé-

veloppement (au moins 30 %) doit être investie dans des mesures environnementales, visant à promouvoir l'agriculture raisonnée et la préservation des systèmes de production. Ces mesures, individuelles ou collectives, concernent les différentes étapes de la production et de la transformation du quinoa.

Afin de permettre aux producteurs et aux transformateurs de s'approprier ces nouvelles mesures, un guide de bonnes pratiques a été rédigé, avec le concours de partenaires du système Fairtrade / Max Havelaar et d'experts reconnus. Ce guide fournit des conseils quant à la fertilisation des sols, la lutte contre l'érosion, la gestion des nuisibles, la préservation de la biodiversité, le traitement de l'eau ayant servi au lavage des graines (chargée en saponine)... Ce guide a un caractère évolutif et peut être amendé par les producteurs et les transformateurs qui l'utilisent. Son objectif est d'intégrer ces bonnes pratiques dans les standards Fairtrade / Max Havelaar lors de la prochaine consultation.

* Il s'agit de l'ensemble des coûts auquel l'organisation de producteurs doit faire face pour assurer une production viable sur le long terme, tant d'un point de vue économique qu'environnemental. Cela regroupe les coûts depuis l'établissement de la production (prix et amortissement du terrain et du matériel utilisé, main d'œuvre, semences, engrais, etc.) jusqu'à la transformation, l'emballage et l'exportation le cas échéant.

L'impact du commerce équitable

Fairtrade / Max Havelaar

Exemples de changement autour du monde

Le système Fairtrade / Max Havelaar mène régulièrement des études d'impact pour vérifier qu'au-delà du respect des règles, le commerce équitable a un effet positif sur l'amélioration des conditions de vie des producteurs et leurs communautés, sur leur environnement et plus largement, sur leurs territoires. Ces études permettent aussi de constater à quel point le commerce équitable joue un rôle important sur la prise en main par les producteurs de leur propre avenir. Voici quelques exemples qui illustrent divers impacts sur trois continents.

Agrocel, coton, Inde

Amélioration de la qualité

Les producteurs qui travaillent avec Agrocel en Inde reçoivent des formations techniques pour améliorer la qualité de leur coton. Une partie de la prime de développement est également investie dans l'achat d'équipements permettant d'éviter

la contamination du coton par des corps étrangers. Agrocel achète aux producteurs le coton de bonne qualité à un meilleur prix, ce qui incite les producteurs à constamment travailler à l'amélioration de la qualité de leur produit.



Acopagro et Oro Verde, cacao, Pérou

Augmentation des prix et accès facilité au crédit pour les coopératives



Dans la région de San Martin, au Nord du Pérou, les producteurs membres des coopératives certifiées Acopagro et Oro Verde reçoivent pour leur cacao bio-équitable des prix bien plus élevés que la moyenne régionale (3 365 dollars par tonne de cacao bio-équitable contre 2 842 dollars par tonne de cacao seulement bio). Mais le commerce équitable a également un effet sur les prix dans toute la région puisque les intermédiaires s'alignent sur les prix Fairtrade / Max Havelaar afin de capter de plus gros volumes.

Au-delà de l'augmentation et de la stabilisation des prix du cacao, le commerce équitable contribue aussi fortement à améliorer l'accès au crédit des coopératives certifiées. En effet, l'accès à des marchés différenciés, rémunérateurs et stables, l'accroissement des capacités de cofinancement, via la prime de développement et l'amélioration des pratiques de gestion interne, grâce au respect des standards, renforcent la confiance des banques et des bailleurs de fonds.

Kasinthula Cane Growers Limited, canne à sucre, Malawi

Meilleure sécurité alimentaire pour les familles

L'insécurité alimentaire touche la plupart des familles rurales de la région où est implantée la coopérative Kasinthula. Grâce à la prime de développement, les producteurs ont constitué un fonds commun pour soutenir les familles. En cas de situation économique difficile,

ces familles peuvent avoir accès à des denrées de base et être soutenues pour certains de leurs frais. Par ailleurs, les producteurs ont décidé d'utiliser une partie de ce fonds commun pour investir dans leurs activités agricoles vivrières et améliorer ainsi leurs rendements, leur élevage ou la gestion des sols.



MASFA, arachides, Malawi

Empowerment

Les producteurs d'arachides de MASFA au Malawi sont copropriétaires de l'entreprise Liberation Foods, créée à l'initiative de TWIN et d'Equal Exchange

au Royaume-Uni et qui commercialise des noix aux conditions du commerce équitable depuis 2007. Ils reçoivent ainsi des dividendes sur les profits de l'entreprise et surtout, ils ont voix au cha-

pitre quant à la direction de l'entreprise et à la prise de décision. Les producteurs marginalisés du Sud deviennent ainsi de vrais chefs d'entreprise.

« Un sac d'arachides peut être juste un sac d'arachides - ou bien il peut être un moyen d'aider les agriculteurs à construire un véritable avenir pour leurs familles et leurs communautés et montrer la voie à suivre pour les petits agriculteurs du Malawi. »

Dyborn Chibonga, Directeur Général de NASFAM (Fédération Nationale de productions d'arachides du Malawi).

Carnet de route

En Amazonie péruvienne,
la vie d'une coopérative de producteurs de cacao

La coopérative Naranjillo a été fondée en 1964 par une trentaine de petits producteurs de cacao et de café. Aujourd'hui, les 2 000 producteurs, membres de la coopérative, cultivent 6 600 hectares de cacao dans les régions du nord-est du Pérou: Huanuco, San Martin et Ucayali. Avec pour objectif de s'affranchir des intermédiaires et de capter plus de valeur pour ses membres, Naranjillo joue aujourd'hui un rôle déterminant dans la représentation des petits producteurs de cacao au niveau national, et à l'échelle de l'Amérique latine.

Juan Francisco Enriquez, père de trois enfants, la cinquantaine, est membre de la coopérative Naranjillo depuis trente ans. Il cultive une parcelle de 5 hectares de cacao biologique. Dans les années 1990, il a fait partie de la direction de la coopérative et nous livre sa vision du commerce équitable et du système coopératif.



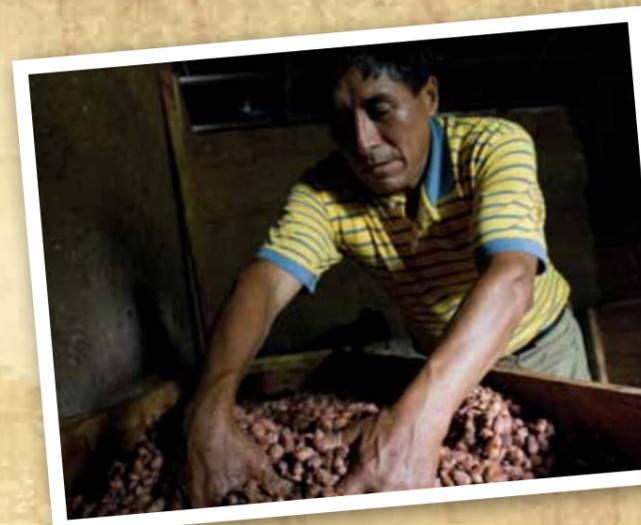
Rassemblement des cabosses



Écabossage



Fermentation



Brassage des fèves

« Améliorer notre niveau de vie nous permet d'être plus indépendants et de mieux profiter de la vie ».



Séchage

« La coopérative est pour moi un des meilleurs systèmes d'organisation pour l'activité agricole. Elle nous a permis d'investir dans des projets comme par exemple l'usine de transformation du cacao. Chacun des membres a mis une pierre à l'édifice et nous en sommes tous les propriétaires. »



Tri



Stockage et transport

Ces images sont extraites du reportage du photographe Jeff Guiot « HUMANUUM ». Max Havelaar France est partenaire de ce projet qui donnera lieu à un ouvrage sur l'Homme et la condition humaine. L'auteur a choisi de mener son projet au sein d'organisations engagées dans le commerce équitable.
Pour plus d'informations sur le projet : www.humanuum.com

■ ■ ■ Analyse du marché ■ ■ ■

Près de 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires autour du monde

■ ■ Du côté des producteurs...

Le commerce équitable labellisé Fairtrade / Max Havelaar bénéficie à environ un million et demi de producteurs et travailleurs dans le monde, regroupés au sein de près de 1 000 organisations. En prenant en compte leurs familles, on estime à environ 8 millions le nombre de personnes bénéficiaires dans 66 pays d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie. Trois pays ont récem-

ment rejoint le système avec des organisations de producteurs : le Guyana, le Liban et l'Ouzbékistan.

Le montant total de la prime de développement (versée par l'acheteur aux organisations de producteurs en plus du prix minimum garanti) reçu par ces organisations est de 65 millions d'euros en 2011. Les producteurs ont in-

vesti cet argent sur des projets décidés démocratiquement. **Les organisations de petits producteurs investissent de plus en plus dans le développement de leurs activités**, par exemple dans des programmes visant à améliorer la productivité, la qualité, la préservation de l'environnement, ou à travers des investissements dans des installations de transformation.

■ ■ ...et des consommateurs

Les produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar sont vendus dans 120 pays autour du monde et leurs ventes continuent de progresser. **Le chiffre d'affaires dans le monde s'élève en 2011 à près de 5 milliards d'euros, soit une augmentation de 12%** par rapport à l'année 2010. Environ 30 000 produits différents sont vendus dans le monde par 2 200 entreprises engagées. Pour promouvoir le commerce équitable il existe 21 organisa-

tions nationales, comme Max Havelaar France, dans le monde.

Au Royaume-Uni, marché le plus important pour le commerce équitable Fairtrade / Max Havelaar, les Anglais ont augmenté leur consommation de produits équitables de 12% en 2011. Aux Pays-Bas, berceau de Max Havelaar, les ventes de produits Fairtrade / Max Havelaar ont augmenté de 24% en 2011.

Les nouveaux marchés sont particulièrement dynamiques et on assiste à l'émergence de pays qui sont à la fois producteurs et consommateurs. Par exemple, les Sud-Africains ont acheté trois fois plus de produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar en 2011 qu'en 2010. Durant sa première année au sein du système, la Corée du Sud a enregistré 17 millions d'euros de vente de produits équitables.

Volumes vendus par les producteurs du commerce équitable

Produit	Volumes France (matière première)	Volumes Monde
Café (Tonnes)	9 460	98 073
Cacao (Tonnes)	1 313	40 198
Banane (Tonnes)	11 587	320 923
Sucre (Tonnes)	3 631	13 831
Coton fibre (Tonnes)	1 930	8 223
Thé et infusions (Tonnes)	434	13 398
Miel (Tonnes)	232	2 070
Riz (Tonnes)	1 019	5 718
Quinoa (Tonnes)	298	691
Fonio (Tonnes)	3	4
Fleurs (tiges)	5 209 705	362 067 411
Fruits frais (hors banane) (Tonnes)	94	16 165
Jus de fruits (hors banane) (Tonnes)	5 210	38 775
Fruits séchés (hors banane) (Tonnes)	37	955
Noix et graines oléagineuses (Tonnes)	137	1 219
Huile (litres)	63 268	*
Herbes aromatiques et épices (Tonnes)	16	255
Vin (litres)	51 751	11 785 705
Bois (m ³)	-	324
Légumes frais (Tonnes)	-	474 000
Ballons de foot	883	160 000

*les volumes d'huiles au niveau mondial sont inclus dans les volumes 'Noix et graines oléagineuses'

■ ■ Le marché du commerce équitable labellisé en France

En France, le chiffre d'affaires des produits équitables labellisés Fairtrade / Max Havelaar s'élève à 315 millions d'euros en 2011, soit une croissance de 4% par rapport à 2010.

Sur le marché hexagonal, il existe près de 3 600 produits labellisés Fairtrade /

Max Havelaar, dont 53% sont issus de l'agriculture biologique. Ils sont commercialisés par 226 entreprises.

La vente de produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar en France bénéficie à quelques 400 organisations de producteurs.

Les produits les plus vendus en France : le café (41% du total), le coton (14%), le cacao (13%), la banane (8%), le thé (8%) et le sucre (6%) (pourcentages exprimés sur le chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar).

■ ■ Des consommateurs engagés pour un commerce plus juste

En France, 7,7 millions de personnes consomment des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar. Le nombre de foyers consommateurs reste stable : 1 foyer sur 3 a acheté au moins un produit labellisé Fairtrade / Max Havelaar en 2011. En moyenne, ces foyers ont réalisé 4 achats de produits équitables par an et ont dépensé 15,5 euros dans l'année (Kantar, Janvier 2012).

Les consommateurs de produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar sont majoritairement des « Bio-citoyens » (39% des achats en valeur), sensibles aux questions environnementales et éthiques. L'agriculture biologique, le commerce équitable, la proximité et la naturalité sont le crédo de leurs habitudes de consommation.

En outre, on constate en 2011 une meilleure répartition géographique

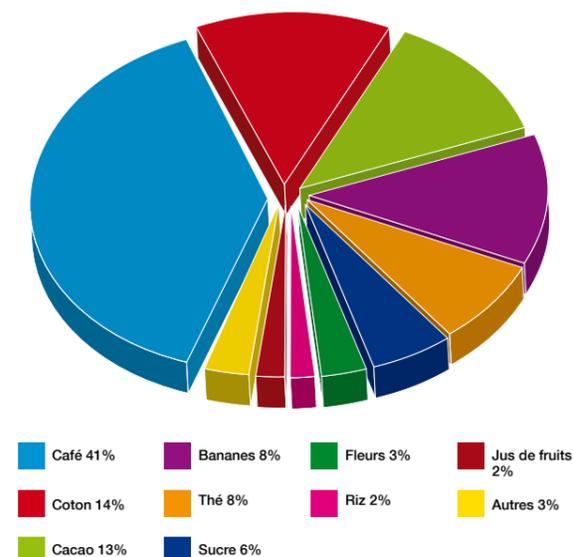
des consommateurs de produits équitables. Ils ne se concentrent plus uniquement en région parisienne. Il existe en effet, un phénomène nouveau, l'augmentation de la consommation responsable et équitable au sein des villes de moins de 20 000 habitants notamment situées dans le sud de la France. En 2011, on note une accentuation de leurs achats portant sur les produits sucrants (20%), le café (79%), le cacao (44%) et le thé (34%) (Source Kantar, Janvier 2012).

La moitié des ventes de produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar se fait en grandes surfaces. Les circuits spécialisés commercialisant des boissons chaudes labellisées Fairtrade / Max Havelaar, tels que les cafés, les hôtels, les restaurants ou encore la distribution automatique continuent à se développer. En 2011, on constate

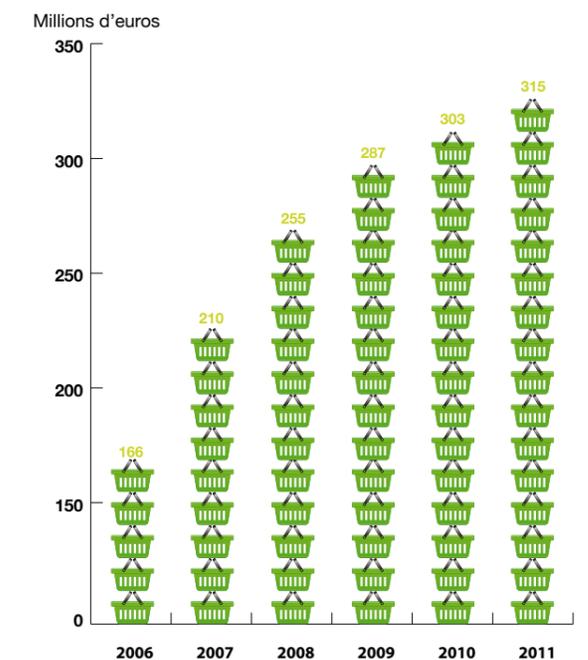
notamment au sein de ces circuits une progression de la consommation de café de l'ordre de 19%. Dans ce type de circuit il existe également une forte progression de 15% de la consommation de chocolats, biscuits et confiseries.

En 2012, 98% des Français ont déjà entendu parler de commerce équitable. 57% des Français reconnaissent le label Fairtrade / Max Havelaar et 81% lui font confiance pour assurer une meilleure rémunération du travail des petits producteurs des pays du Sud et permettre leur développement. Les labels du commerce équitable sont les plus plébiscités par les Français sensibles aux enjeux du développement durable à 54%, devant les labels de l'agriculture biologique (46%) et ceux dits du développement durable (35%) (Source IPSOS, Juillet 2012).

Répartition du chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar en France en 2011 (en %)



Évolution du marché des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar en France de 2006 à 2011



Les partenaires économiques

Les entreprises s'engagent

Les nouveaux venus

Chaque année de nouvelles marques s'engagent dans une véritable démarche autour de la vente de produits issus du commerce équitable labellisé Fairtrade / Max Havelaar. Aujourd'hui ce sont 226 entreprises qui sont partenaires

de l'association Max Havelaar France et qui vendent dans l'Hexagone 3 600 produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar.

Riz Thai et riz Basmati Taureau Ailé



La marque Taureau Ailé s'engage dans le commerce équitable avec deux références de produits labellisés Fairtrade/ Max Havelaar : riz Basmati et riz Thaï, issus des coopératives Nam Om en Thaïlande et Khaddar en Inde. Ces riz respectent les producteurs, leurs familles et leur terre !

Capsules pour expresso Ethical Coffee Company

Les capsules biodégradables d'Ethical Coffee Company contiennent du café 100% labellisé Fairtrade / Max Havelaar et issu de l'agriculture biologique. En les choisissant, les consommateurs de café peuvent désormais s'engager chaque jour pour le développement durable.

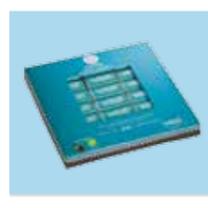


Gamme équitable Bovetti

A la suite d'un engagement dans le bio, Bovetti propose à présent une gamme équitable : confiserie, moulages, pâte à tartiner et tablettes font intervenir des coopératives de producteurs de cacao d'Amérique latine, des producteurs de café d'Ethiopie et de sucre du Paraguay.



Premier chocolat équitable Weiss



Dans une optique de se rapprocher toujours plus des producteurs à l'origine des fèves qu'ils travaillent, la plus ancienne chocolaterie française s'est engagée dans le commerce équitable. Leur premier chocolat équitable, pure origine et bio est fait à partir de fèves de cacao de la coopérative Conacado, en République Dominicaine.

Tablettes Valrhona

La marque pensée « par et pour les artisans », après avoir dévoilé un chocolat de couverture équitable, propose maintenant des tablettes. Les croqueurs de chocolat trouvent dans ces deux assemblages de cacaos fins -un noir, un lait- un très savoureux goût d'équité.



Savoie Yaourt à la vanille

La société Savoie Yaourt, lance un yaourt bio brassé dont la vanille et le sucre sont certifiés Fairtrade / Max Havelaar. Un produit local et équitable.



Et également...

ALTIPLANO, bière au quinoa. FROMI, gamme de thés. SDP RUNGIS, gamme de cafés.

S'engager dans une démarche de vente de produits issus du commerce équitable labellisé Fairtrade / Max Havelaar, ce n'est pas seulement un objectif marketing à court terme pour redorer l'image de sa marque auprès des consommateurs.

C'est intégrer, au cœur de sa stratégie, ou des valeurs même de son entreprise, une meilleure répartition des revenus et une vraie prise en compte des producteurs, comme maillon essentiel du commerce mondial.

Zoom sur la consommation hors domicile (CHD)

Porté par de nombreuses entreprises engagées dans une consommation équitable, le secteur de la consommation hors domicile poursuit sa forte dynamique de croissance de 20% en moyenne ces 5 dernières années. Le secteur de la consommation hors domicile représente aujourd'hui près de la moitié des ventes de produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar sur notre territoire. C'est le canal de distribution essentiel car il permet aux consommateurs de connaître et de goûter sur leur lieu de travail ou au restaurant des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar. C'est aux distributeurs ensuite de prendre le relais pour que ces consommateurs deviennent acheteurs dans leurs magasins !

L'expresso équitable se démocratise ! De nombreux cafés misent sur l'offre labellisée Fairtrade / Max Havelaar

pour attirer leurs clients. Les Malongo Cafés, les Comptoirs Richard, les Cafés Méo, les Starbucks Cafés sont autant de partenaires qui développent une offre de café issue du commerce équitable. Les entreprises du secteur de la distribution automatique (Selecta, Autobar, Lyovel, Prodia+), engagées aux côtés de Max Havelaar France, permettent d'accroître la visibilité du label sur les lieux de travail et dans les espaces publics, dans les restaurants scolaires et collectifs et également dans les hôtels et les restaurants. Après le café, le chocolat et les biscuits, l'offre de thé s'adapte au secteur de la distribution automatique.

Leader de la restauration collective et partenaire de taille pour la distribution de produits alimentaires labellisés Fairtrade / Max Havelaar, le groupe Sodexo a également choisi d'équiper

son personnel de vestes de cuisine en coton équitable. Le coton équitable de ses tenues, fabriqué par le groupe Cepovett, provient d'Afrique de l'Ouest et du Centre. Après son introduction en 2009 sur le marché français, cette commande vient de s'étendre à d'autres pays où opère le groupe comme la Belgique.

Le loueur de linge Elis vient de déployer une gamme de linge éponge en coton bio et équitable. Cette gamme est destinée au milieu professionnel et plus particulièrement au secteur hôtelier et elle est positionnée en moyen-haut de gamme. Elis a notamment obtenu son référencement dans l'hôtel l'Ermitage du Mont Saint Michel et au prestigieux Lutécia de Paris.



Malongo café rue Saint André des Arts à Paris

100% équitables

En développant des gammes composées exclusivement de produits issus du commerce équitable, ces entreprises portent les valeurs d'un commerce plus juste et répondent à la demande des consommateurs.



Vision d'expert

Enjeux et perspectives du commerce équitable en grande distribution



Le Conseil d'Administration de Max Havelaar France accueille de nouveaux membres suite à la réforme de sa gouvernance. Parmi ces personnalités engagées dans l'association, Véronique Discours-Buhot. Reconnue pour son parcours au sein de la grande distribution, notamment comme Directrice Développement Durable du groupe Carrefour, elle est très impliquée dans plusieurs associations liées à la responsabilité sociale des entreprises (RSE). Elle évoque sa motivation à rejoindre Max Havelaar France et aussi sa vision du commerce équitable dans la grande distribution à l'heure de la crise économique généralisée.

« Economiste, femme d'études et de marketing, les 8 dernières années de mon parcours ont été consacrées à la RSE. Concilier contraintes économiques, responsabilité sociale, respect de l'environnement et éthique dans les affaires est une démarche ambitieuse mais qui doit rester concrète et réaliste pour s'imposer sur la durée... Le commerce équitable est un des éléments emblématiques de cette démarche et je suis convaincue de l'importance de ce marché et de son potentiel. Le commerce a toujours été à la base des échanges et source d'ouvertures culturelles entre les peuples. Au-delà de la politique, le commerce est ce qui régit les équilibres dans le monde.

Créer le lien entre des producteurs du Sud et des consommateurs du Nord pourrait sembler désuet s'il ne s'agissait de faire reconnaître une des formes durables de production par des consommateurs de plus en plus avides de sens dans leurs actes d'achat... **Acheter « équitable »**

ne doit pas rester l'apanage de quelques catégories de consommateurs et tous les canaux de distribution doivent contribuer à l'émergence d'une offre de qualité adaptée au plus grand nombre. J'aime faire le parallèle avec le développement du marché du bio qui a su se démocratiser et devenir pérenne. Deux éléments ont été décisifs dans ce succès : la certification, permettant un développement de gammes de produits et ôtant toute suspicion de la part du consommateur et la mise à disposition de cette offre à des consommateurs multiples et nombreux au travers de réseaux de distribution larges et variés.

Le marché du commerce équitable doit encore trouver sa voie et asseoir sa légitimité notamment en France. Les écarts de taux de pénétration dans les pays d'Europe illustrent le potentiel de développement.

Les périodes de crise économique, sont certes peu propices à l'émer-

gence de nouveaux marchés mais le commerce équitable n'est pas nouveau en France et en situation de stress naissent les vrais débats sur le sens de la consommation... C'est dans cet environnement que **Max Havelaar France devra s'imposer et ne pas céder à la morosité ambiante.**

Face à ce challenge, il n'est pas toujours simple de comprendre les enjeux et les contraintes de la distribution, il n'est pas non plus aisé d'appréhender les contradictions du consommateur, tiraillé entre ses convictions morales et ses impératifs budgétaires...

C'est cette expérience que je souhaite mettre à disposition de l'équipe de Max Havelaar France en formulant le vœu que le commerce équitable trouve un jour en France, la place qu'il mérite. »

Véronique Discours-Buhot
Expert indépendant RSE



Sources 2011

Nouveaux partenaires

Un apport environnemental et un soutien éducatif

Le renforcement des partenariats de l'association Max Havelaar France est un axe stratégique qui se consolide d'année en année. Ainsi, de nouveaux partenaires institutionnels ont fait récemment leur entrée dans la gouvernance de Max Havelaar France et cela de façon réciproque. C'est le cas de l'ONG FSC France (Forest Stewardship Council) qui promeut la gestion durable des forêts, et de l'association e-graine qui travaille dans l'éducation au développement durable.

L'engagement de FSC France dans le Conseil d'Administration de Max Havelaar France



« La certification forestière FSC répond à un cahier des charges rigoureux, applicable dans différents types de forêts, dont des forêts communautaires gérées par les populations locales. La question de la valorisation de ces ini-

tatives communautaires se pose pour FSC : comment aider les petits producteurs à tirer leur épingle du jeu sur le marché mondial des produits certifiés FSC ? C'est dans cette optique de valorisation des petits producteurs qu'un projet pilote est né entre FSC et Fairtrade International en 2009. Ce projet a donné lieu à la double certification FSC-Fairtrade de 3 groupes de producteurs, au Chili, au Honduras et en Bolivie.

Des produits pilotes, doublement certifiés arrivent maintenant sur le marché européen. Max Havelaar France et FSC France ont donc trouvé naturel de se rapprocher pour travailler ensemble sur cette thématique. Une adhésion croisée a donc été mise en place en 2012.

Salué par nos associations internationales respectives, ce rapprochement a été l'occasion de constater un grand nombre de similitudes entre nos organisations. Ainsi, certains que des synergies fortes peuvent être développées entre nos associations, FSC France a intégré le Conseil d'Administration de Max Havelaar France, et inversement, Max Havelaar France a candidaté pour le renouvellement du Conseil d'Administration de FSC France qui se déroulera à l'automne prochain. Nous nous réjouissons de ce rapprochement et je suis personnellement ravie d'être maintenant partie prenante de la gouvernance renouvelée de Max Havelaar France. »

Marie Vallée
Directrice FSC France

e-graine et Max Havelaar France, partenaires pour une éducation à la solidarité

e-graine est une association d'éducation au développement durable qui, au travers de méthodes actives, a pour volonté de faire naître et grandir l'initiative solidaire et responsable.

Issue de la rencontre entre professionnels de l'éducation populaire, du milieu scientifique et de la communication, e-graine souhaite mettre en relation le grand public avec des actions concrètes au quotidien afin de réduire les inégalités et de créer un monde plus juste, solidaire et responsable, toutes générations confondues.

Max Havelaar France et e-graine sont partenaires sur l'élaboration d'une mallette pédagogique sur la consommation responsable et collaborent également sur des projets communs tels que la sensibilisation des plus

jeunes aux enjeux du commerce équitable à travers des animations ludiques et pédagogiques lors du Salon du Chocolat, par exemple.

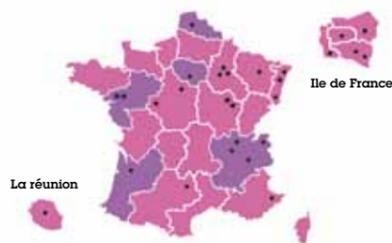
« Notre volonté d'adhérer à l'association Max Havelaar France s'appuie en premier lieu sur la vision du monde et les valeurs véhiculées par le label Fairtrade / Max Havelaar et partagées par e-graine. Nos deux associations, ayant des biais différents, ont un objectif commun : œuvrer pour un monde solidaire, responsable et un développement équitable entre les populations. Etre impliqués dans la vie associative de Max Havelaar France nous permet de renforcer nos actions en faveur du commerce équitable. »

Emmanuel de Hubsch,
Président d'e-graine



Territoires de Commerce Equitable

En France : 33 collectivités se sont engagées !



Les collectivités engagées

- 24 villes
- 4 collectivités territoriales
- 5 Conseils régionaux

Votre collectivité fait-elle partie des 33 collectivités françaises qui sont désormais officiellement reconnues Territoires de Commerce Equitable? Partout en France, les élus font le choix de mettre en pratique leur engagement pour des achats responsables et mobilisent leurs habitants, leurs commerçants et entreprises pour rendre leurs territoires plus justes.

Zoom sur 2 des 10 collectivités qui nous ont rejoint cette année : la Communauté Urbaine de Bordeaux et la Région Aquitaine. Ces deux territoires ont une synergie à travers leur participation à la Plateforme Aquitaine de Commerce Equitable (LA PLACE).

Communauté Urbaine de Bordeaux (Cub)

Première Communauté Urbaine de France à avoir obtenu le titre « Territoire de Commerce Equitable » en novembre 2011, la Communauté Urbaine de Bordeaux (Cub) s'est engagée à poursuivre et à amplifier les actions déjà initiées : achats équitables de vêtements de travail, de jouets, de chocolats de Noël ; actions de sensibilisation des agents territoriaux ; soutien à la structuration de la filière économique des acteurs locaux du commerce équitable fédérés par LA PLACE ; soutien à la Quinzaine du Commerce Equitable... Elle s'est engagée aussi à impulser une dynamique

plus large dans toute l'agglomération, avec les 27 communes, notamment auprès des commerçants et des restaurateurs.

Le 16 mai 2012, la Cub a également officiellement lancé son Conseil local du commerce équitable de l'agglomération bordelaise, afin de fédérer les multiples initiatives et d'épauler les acteurs économiques. Animé par LA PLACE, ce lancement s'est tenu en présence de Franck Maurras, élu de la Cub, délégué à l'économie sociale et solidaire, d'un représentant de Max Havelaar France et d'un invité d'honneur,



Village équitable - Bordeaux

Arun Chandra Ambatipudi, Directeur Général de l'organisation de producteurs de coton biologique et équitable Chetna en Inde. A l'issue de cet événement fondateur, beaucoup de projets en perspectives...

Région Aquitaine

Dans le cadre de sa politique en faveur de l'économie sociale et solidaire et en partenariat avec la Chambre Régionale de l'Économie Sociale et Solidaire d'Aquitaine, le Conseil Régional d'Aquitaine a mené, en 2009, une étude sur le commerce équitable afin de mieux structurer les acteurs de cette filière. Par ailleurs, dans une volonté de développer une commande publique responsable, la politique d'achats du Conseil Régional s'est tournée vers un souhait d'achats éthiques, notamment pour l'acquisition de vêtements de travail ou d'objets promotionnels.

Grâce à ses efforts pour développer ce secteur sur son territoire, la région a obtenue en 2011 le titre de Territoire de Commerce Equitable. Elle s'est engagée autour de deux projets d'avenir : la structuration d'un réseau aquitain des acteurs du commerce équitable et

l'organisation d'un forum régional de la consommation responsable.

La région Aquitaine a soutenu de façon active la Quinzaine du Commerce Equitable au travers de l'organisation de marchés, d'expositions, de ventes, d'animations en magasin, d'actions de rue et d'animations culturelles. En 2012, le village équitable et citoyen « Solidari'quais » a été le lieu de ren-

contres de plus de 30 participants et exposants du commerce équitable et de nombreux consommateurs, dans une démarche ludique de sensibilisation. Ces journées ont permis d'initier la réalisation d'un forum du commerce équitable à l'échelle régionale, à même de sensibiliser le plus grand nombre de citoyens autour des enjeux de ce commerce plus juste.



Mouvement des bénévoles

FAIR[e] un monde équitable ...



Depuis 2010 l'association FAIR[e] un monde équitable travaille afin de fédérer et représenter les associations locales et régionales de bénévoles qui font la promotion du commerce équitable.

L'année qui vient de s'écouler a été marquée par des étapes essentielles qui assoient le mouvement FAIR[e] un monde équitable comme un acteur reconnu et incontournable de l'engagement citoyen en faveur du commerce équitable.



Ecole-Var Equitable

FAIR[e] un monde équitable a pris de l'ampleur. **Le mouvement rassemble 23 associations et une cinquantaine d'adhérents individuels** : en 2012, 6 nouvelles associations et une vingtaine d'adhérents individuels ont décidé de le rejoindre et de bénéficier ainsi de l'accès aux outils de sensibilisation, à la formation, à la veille et aux soutiens logistiques et financiers qu'il propose. **Le mouvement a gagné en reconnaissance** : en février 2012, il rejoint la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) et garantit ainsi sa mission de promotion active

et bénévole du commerce équitable. En mai 2012, il devient co-porteur de la campagne Territoires de Commerce Equitable (TdCE), au côté de Max Havelaar France, la PFCE et la Fédération Artisans du Monde. L'engagement du mouvement FAIR[e] auprès des collectivités n'est pas récent : 9 des 10 collectivités titrées TdCE en 2010 ont été accompagnées par des membres du mouvement.

Pour assurer sa mission de porteur des militants de terrain de toutes composantes, le mouvement s'est

également doté d'une Charte lors de l'Assemblée Générale du 24 mars, renforçant ainsi le socle commun partagé par ses adhérents. En interne, l'accent a été mis sur le renforcement de la mutualisation, avec la mise en place de groupes de travail et de la circulation de l'information, avec la création d'un outil de liaison : l'In'Fo FAIR[e] et d'une boîte à outils en ligne.

FAIR[e] un monde équitable a participé à de nombreux événements nationaux - tels la Fairpride, le Salon des Solidarités, la journée annuelle des Scouts de France - mettant en avant l'engagement citoyen dans un nouveau livret de mobilisation et lors d'une animation : « l'Arbre de l'engagement » ! Ses partenariats ont été renforcés et confortés, prioritairement avec Max Havelaar France, les marques engagées comme Ethiquable ou Alter Eco, et la région Ile-de-France, afin de faciliter l'action de ses membres sur le terrain. En 2011, le mouvement FAIR[e] un monde équitable représentait **780 actions pour 62 000 personnes sensibilisées** ! Le mouvement, lancé, s'apprête à mener sa première grande campagne de mobilisation auprès des consommateurs pour que le commerce équitable soit un acte de consommation qui s'ancre durablement dans la vie de tous les jours !

Quinzaine du Commerce Equitable

20 000 personnes sensibilisées au commerce équitable, dont 11 000 lors de brunchs équitables et presque 3 500 lors d'animations en magasins : tel est le bilan de la Quinzaine du Commerce Equitable 2012 pour les associations membres de FAIR[e] un monde équitable. Avec 151 actions en métropole et dans les DOM, les membres du mouvement ont pris la parole, auprès du grand public, des collectivités territoriales, du milieu scolaire, des entreprises et commerçants. Au total, plus de 200 partenariats externes ont été tissés.

Individus, associations, partenaires, cet autre monde dont tout le monde parle, qu'attendons-nous pour le FAIR[e] ensemble ? Vous aussi, rejoignez le mouvement !

Plus d'informations : www.faire-equitable.org



Rencontre Nationale 2011

« Choisir c'est s'engager »

La nouvelle campagne de sensibilisation



Dans un monde en doute sur son avenir économique, social et environnemental, le rôle joué par chacun devient clé. Remettre du sens dans nos actes de consommation est une priorité face à ces crises.

Dans ce but et afin de sensibiliser les consommateurs et les citoyens aux enjeux d'un commerce plus équitable, Max Havelaar France souhaite remettre en lumière l'importance des choix au quotidien et l'interrelation qui existe entre nos actes de consommation et l'impact qu'ils peuvent avoir dans les pays producteurs d'Amérique latine, d'Afrique et d'Asie.

choisir c'est s'engager



Renforcer la démocratie au sein des organisations



Consolider le rôle des producteurs dans le développement de leur territoire



Garantir un revenu stable aux petits producteurs et ouvriers agricoles

Nos choix ont un impact

- Améliorer le niveau de vie des producteurs
- Favoriser l'accès à l'éducation
- Sensibiliser aux problématiques environnementales
- Renforcer les capacités des producteurs
- Renforcer le pouvoir économique et politique des producteurs organisés
- Améliorer la gestion des ressources et des infrastructures
- Renforcer la place et le rôle des femmes
- Améliorer les techniques de production
- Faciliter l'accès aux soins

« Choisir c'est s'engager »

Axée sur un message fort associant choix quotidiens et engagement, l'association Max Havelaar France, au travers de cette campagne, veut rappeler au consommateur qu'il a le pouvoir de renforcer ces impacts au quotidien par ses choix de consommation et qu'il est, avant tout, un citoyen du monde.

« Soyons juste équitables »

Un récent sondage réalisé, par l'institut BVA pour Max Havelaar France, montre une adhésion quasi unanime à la démarche du commerce équitable (91%). Mais cette perception positive ne se transforme pas encore suffisamment en actes d'achat. Le socle des acheteurs réguliers est stable à 3

français sur 10 et le panier moyen de ces ménages est de 15,5 euros par an. La nouvelle signature de l'association est une invitation à changer le monde avec une action simple et fondamentale : « Soyons juste équitables ».

Le fil rouge : un fil de coton bleu

Présenté sous forme de fil bleu, symbole du lien de solidarité qui unit le producteur et le consommateur, ce concept présente de manière visuelle l'impact social, économique, environnemental que comporte le choix de produits issus du commerce équitable. Un choix qui s'inscrit dans la volonté grandissante des citoyens d'une consommation plus responsable.

Un dispositif pluri-media à l'échelle nationale

Deux temps forts délimitent la campagne en 2012 : la Quinzaine du Commerce Equitable, du 12 au 27 mai 2012 jusqu'à la Semaine de la Solidarité Internationale du 17 au 27 novembre 2012. Et l'aventure se poursuit en 2013 ...

Déclinaison sur différents media afin d'être largement visible : annonces presse, sur le web, activation des réseaux sociaux à travers des publications, le lancement d'un « même » et la création du « #justeéquitables », en affichage, diffusion du spot « Fair story » à la télévision et au cinéma :

- 40 annonces presse (Alternatives économiques, M, Marianne, Libération, Courrier International, Terraeco, Télérama...)
- 5000 affiches dans 110 villes de France
- 110 spots TV sur TF1, France Ô, Ushuaia TV, MCM, Euronews et MTV
- 3000 passages du spot dans 85 salles de cinéma
- 900 000 pages avec publicité sur le web



La réussite de cette campagne est possible grâce à l'engagement de nombreux acteurs :

- Les 110 collectivités qui ont soutenu l'association en relayant plus de 3000 affiches.
- Les nombreux media qui ont offert des espaces publicitaires à titre gracieux ou à des tarifs préférentiels.

« En tant qu'ONG, nous tenons à remercier l'ensemble des acteurs qui ont permis de diffuser très largement notre campagne de sensibilisation. Leur soutien est une véritable marque d'engagement qui nous aide à poursuivre notre mission de sensibilisation auprès du plus grand nombre. Ils nous donnent toute la puissance nécessaire afin de faire passer nos messages ! »



Marc BLANCHARD

Sensibiliser et mobiliser par le web et les media sociaux

Internet est un espace privilégié qui apporte à Max Havelaar France une visibilité importante et permet de sensibiliser de plus en plus de personnes, relayant notre message auprès d'un public plus jeune, attiré par des problématiques liées à l'économie sociale et solidaire et en recherche d'informations sur le commerce équitable. Depuis quelques années l'association intensifie sa présence en ligne et s'appuie sur différents outils afin de multiplier et d'optimiser ces espaces d'échanges.

Le principal outil web de l'association est le site institutionnel : www.maxhavelaarfrance.org

Afin de fournir aux internautes et à nos partenaires un espace toujours plus complet, plus attractif et interactif ce site a fait peau neuve à la rentrée 2012. Au sein de ce nouveau site, les internautes pourront plus facilement prendre part au débat et partager les différentes actualités du commerce équitable labellisé. Cette refonte s'inscrit dans la mise en avant de notre nouvelle identité visuelle. Des outils innovants permettent de mieux s'informer sur les actualités du système Fairtrade / Max Havelaar et des filières de produits.

La présence de Max Havelaar France ne se limite pas à son site institutionnel. Depuis quelques années les ré-

seaux sociaux occupent une grande place dans la communication de notre association. Les principaux (Facebook et Twitter) favorisent une communication plus spontanée et plus éphémère. Ils favorisent également la diffusion de l'information et donc la sensibilisation, rapprochant ainsi l'association des internautes.

Avec les sites de partages multimédia (vidéo, photos) nous disposons aujourd'hui d'un éventail assez large pour sensibiliser et rassembler une communauté de plus en plus nombreuse et active autour du commerce équitable.

Faites partie de nos communautés :

Facebook .com/MaxHavelaarFrance Twitter.com/MaxHavelaarFr #justeéquitables



Dans un contexte où les Français ont tous entendu parler du commerce équitable, où ils plébiscitent la démarche mais où les actes d'achat ne suivent pas nécessairement, la 12^{ème} édition de la Quinzaine du Commerce Equitable représente plus que jamais l'un des temps forts d'interpellation et de mobilisation des citoyens. C'est avant tout un moment privilégié pour rappeler les valeurs qui guident l'action du commerce équitable et l'importance de l'engagement de tous au Sud, comme au Nord !

Le commerce équitable : une réussite collective !

Les acteurs du commerce équitable au sein de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable, dont Max Havelaar France est membre, ont rappelé que **c'est bien grâce à une action collective que le projet ambitieux du commerce équitable est possible.** Trait d'union solidaire du producteur au consommateur, le commerce équitable

propose depuis plus de 30 ans une alternative aux règles du commerce mondial. Il est le fruit de l'action conjointe des producteurs, des entreprises engagées, des commerçants, boutiques et distributeurs, des associations, des ONG, des bénévoles et des consommateurs, qui s'engagent au quotidien.

Au programme de cette prise de parole commune : une table-ronde d'ouverture de Quinzaine « **Au-delà du « Made in France »...Commerce équitable : pour des changements ici et là-bas !** », des événements festifs, des appels à action et des outils de sensibilisation pour mobiliser le plus grand nombre.

Parole aux producteurs, cœur du système Fairtrade / Max Havelaar

En 2012, Max Havelaar France a choisi d'inviter des représentants de producteurs d'Amérique latine et d'Asie à témoigner sur les transformations que le commerce équitable permet sur le terrain.

■ Marike de Peña, Vice-Présidente de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), Directrice de la coopérative de producteurs de bananes Banelino (République Dominicaine), et nouvellement élue Vice-Présidente

de Fairtrade International ■ Arun Chandra Ambatipudi, Directeur de l'organisation de producteurs de coton Chetna Organic (Inde) et Membre du Bureau du réseau de producteurs d'Asie, d'Océanie et du Pacifique (NAPP)

■ Pravakar Meher, Responsable des ventes et du marketing chez Pratiima Agro & Paper Pvt. Ltd. (Inde) et membre du promoting body de Pratiima Organic Grower Group



Marike de Peña

Commerce équitable labellisé et organisations de producteurs : un engagement pour l'avenir

2012 est l'Année internationale des coopératives et ce fut l'occasion pour l'association de réaffirmer l'engagement du système Fairtrade / Max Havelaar auprès des coopératives et des organisations de petits producteurs, lors d'une conférence organisée le 14 mai. La synergie entre les valeurs de Fairtrade / Max Havelaar et les valeurs fondatrices des coopératives est évidente. Le modèle économique centré sur l'Homme, la gestion démocratique et l'objectif de connecter les petits producteurs aux marchés, font du système Fairtrade / Max Havelaar et des coopératives des alliés par excellence.

Ou selon Ian Bretman, vice-Président de Fairtrade International : « Les coopératives c'est Fairtrade at its best »

(Les coopératives font ressortir le meilleur du Fairtrade).

Marike de Peña, qui est à la tête d'une coopérative de petits producteurs de bananes en République Dominicaine et récemment élue Vice Présidente de Fairtrade International, témoignait de cette synergie en soulignant l'importance du 'collectif'. Le développement de la communauté est à la fois l'objectif des coopératives et du commerce équitable. Cet objectif est fondé sur les mêmes valeurs : démocratie, équité, développement durable, transparence, responsabilité... et « empowerment » (développement de ses capacités et prise en main de son destin par soi-même).

Mais là où les coopératives ou les organisations de producteurs n'existent pas, comment pouvons-nous créer les conditions pour prendre en compte davantage de producteurs, assurer leur empowerment, tout en restant fidèles à nos valeurs ? Un défi discuté par des producteurs, des scientifiques, des ONG et des acteurs du commerce équitable. Ce débat ouvert et contradictoire a démontré l'attachement de l'association à la transparence et la démocratie pour esquisser un début de réponse à des problématiques internationales complexes et fondamentales pour notre système.

2^{ème} édition de la Fairpride, carnaval éthique et solidaire, placée sous le signe de l'engagement !

Organisée par la Fédération Artisans du Monde, la Fairpride est un événement rassemblant les acteurs du commerce équitable et tous ceux souhaitant partager un moment festif en affichant leur engagement pour un monde plus juste. A Paris, mais également dans plusieurs villes de France, plus de 5 000 personnes se sont jointes aux cortèges des défilés.

Max Havelaar France proposait aux visiteurs de voyager sur les routes du coton équitable, à travers la projection d'un film, de faire le tour du monde de la production et de la consommation et de découvrir les principaux impacts du commerce équitable.



Pour la 2^{ème} année consécutive, Max Havelaar France a rejoint les organisateurs avec :

■ Un défilé détonnant, porté par des messages de solidarité et d'engagement, rythmé par plus de 200 artistes de rue, batucadas, fanfares et danseurs de capoeira.

■ Un village solidaire : lieu de découvertes, d'informations, de rencontres avec les producteurs, de dégustations et de vente de produits issus du commerce équitable, des ateliers de création, de la danse et des concerts.



Défilé de la Fairpride

Réveillons le monde avec les brunchs équitables !



Brunch équitable - square Édouard Vaillant

Depuis 2010, le mouvement Fairtrade / Max Havelaar appelle les citoyens à rejoindre les brunchs équitables autour du monde. En 2012, les associations Max Havelaar France, FAIR[e] un monde équitable ainsi que d'autres associations locales, ont renouvelé le défi en invitant les Français à remettre le couvert à l'occasion de la Journée mondiale du commerce équitable, le 12 mai, et tout au long de la Quinzaine du 12 au 27 mai.

Facile à organiser, moment convivial entre amis, entre collègues ou en famille, les brunchs sont l'occasion idéale pour échanger sur les enjeux du commerce équitable et se retrouver autour de produits de qualité. Des dizaines de milliers de personnes ont répondu à l'appel et se sont de nouveau jointes aux brunchs organisés en France et dans le monde.

Les débats pré et post Présidentielle

Votez commerce équitable !

Au début de l'année 2012, le paysage médiatique a été marqué par l'omniprésence de la campagne Présidentielle. Au cours de celle-ci, un thème fort a émergé : le « Made in France ». Celui-ci a été porté par de nombreux candidats qui ont vu une solution à certains problèmes économiques du pays. Profitant de cet engouement, Max Havelaar France a pris la parole sur ce sujet en essayant de décrypter les valeurs qu'il porte et en poussant l'interrogation au-delà de la question de l'origine des produits : savoir d'où vient un produit est important, mais connaître les conditions sociales, économiques et environnementales dans lesquelles il a été élaboré l'est encore plus. Or, le commerce équitable est capable de répondre à ces questions de manière satisfaisante ! C'est le sens des Tribunes parues sur le site internet du Monde le 12 mars 2012 et dans La Croix le 9 mai 2012.



Extraits

« (...) La vraie question n'est finalement pas d'opposer la production nationale à la production importée, mais plutôt de nous interroger sur la manière dont sont fabriqués les produits que nous consommons. Il s'agit d'aller vers une consommation plus responsable. Plutôt que «d'où vient ce produit ?», demandons-nous «dans quelles conditions ce produit a-t-il été élaboré ?»
Ce questionnement nous amène alors à réfléchir à la place que nous souhaitons réellement donner aux valeurs de justice, de solidarité et de responsabilité (...).

Le commerce équitable promu par le mouvement Fairtrade / Max Havelaar s'est précisément construit sur ces valeurs (...). Depuis vingt ans, ce système a fait la preuve de sa viabilité. Il est fondé sur le respect mutuel entre les acteurs de la chaîne économique en veillant notamment sur son maillon le plus fragile, les petits producteurs des pays en développement. (...)

Ces règles simples sont efficaces ; elles permettent chaque jour à un million et demi de petits agriculteurs et travailleurs des pays en développement d'accroître leur autonomie et de prendre leur destin en main. »

Depuis la fin de la campagne, un autre débat prend le relais du Made In France, celui autour de la ré-industrialisation de notre pays. Parmi les entreprises qui transforment, vendent ou distribuent, des produits issus du commerce équitable labellisés Fairtrade / Max Havelaar, la plupart sont des PME françaises implantées dans nos régions et sont souvent des employeurs importants dans leurs territoires. La filière du commerce équitable qui, depuis 20 ans relie des agriculteurs du Sud, des PME françaises et les consommateurs, participe grandement aux emplois et au savoir faire industriel de nos régions !

9 français sur 10 adhèrent aux principes du commerce équitable labellisé !

Les résultats du sondage BVA, commandité par Max Havelaar France, démontrent un fort consensus autour des valeurs du commerce équitable. **Plus de 9 français sur 10 considèrent cette démarche comme positive, ou très positive** ; que ce soit chez les femmes (94%), les classes moyennes et supérieures (96% et 95%) et surtout chez les jeunes de 18 à 24 ans (100%) ! Les valeurs portées par le commerce équitable labellisé portent leurs fruits et sont largement diffusées notamment auprès des nouvelles générations.

Au-delà de la sympathie pour le commerce équitable, le passage à l'acte d'achat reste plus difficile puisque seulement 1 français sur 3 déclare être un acheteur régulier, même si 8 Français sur 10 se disent acheteurs occasionnels. Le premier défi à relever ces prochains mois, est donc l'accès à ces produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar,

pour inciter davantage de consommateurs à passer de la sympathie à la concrétisation. N'oublions pas que 4 Français sur 10 disent avoir du mal à trouver des produits Fairtrade / Max Havelaar dans leurs magasins !

Le deuxième défi à relever est celui du prix, car même si les jeunes adhèrent unanimement aux principes, c'est, avec les personnes modestes, la catégorie qui achète le moins de produits Fairtrade / Max Havelaar.

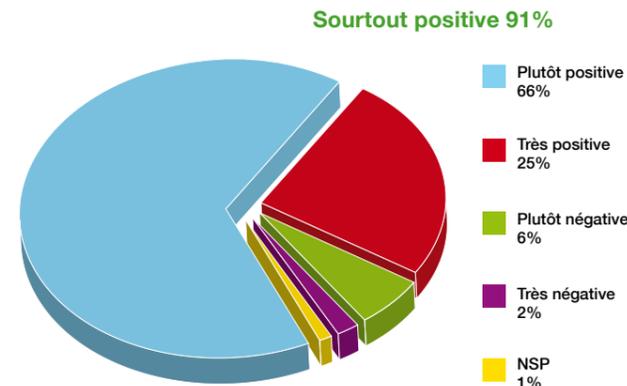
C'est le rôle de la distribution d'assurer un juste prix de vente de ces produits et aux enseignes de hard discount de populariser ces gammes pour tous ! En effet, 7 jeunes sur 10 et 6 personnes modestes sur 10 trouvent les produits du commerce équitable trop chers.

Enfin, 2 Français sur 3 reconnaissent les impacts réellement positifs du

commerce équitable envers les petits producteurs. Ce chiffre important doit encore être amélioré car l'assurance que le geste d'achat du consommateur a un impact réel pour les producteurs, est le fondement même de la démarche du commerce équitable. Max Havelaar France continuera et accentuera encore davantage son travail en ce sens.

Quant à la concurrence avec les produits fabriqués en France (1 Français sur 3 dit préférer des produits Made in France), c'est un faux débat. Jamais, les matières premières principales du commerce équitable (café, cacao, coton...) ne seront produites sur le territoire national. Par contre, les PME du commerce équitable labellisé, qui transforment et distribuent ces produits, sont bien des PME régionales françaises qui donnent du travail aux habitants de nos régions.

Pour vous le commerce équitable est une démarche :



Pour quelles raisons principales n'achetez-vous pas davantage de produits issus du commerce équitable ?

Vous les trouvez trop chers	48%
Vous n'êtes pas convaincu que le commerce équitable profite réellement aux petits producteurs	37%
Vous préférez privilégier les produits français	36%
Vous avez du mal à en trouver	32%
Vous avez du mal à distinguer les produits	29%

Méthodologie de l'enquête réalisée par l'institut BVA : • Enquête réalisée auprès d'un échantillon de Français recrutés par téléphone et interrogés par internet du 4 au 5 avril 2012. • Echantillon de 1079 personnes, résidents en France de 15 ans et plus. • La représentativité de l'échantillon est assurée par un redressement sur les variables suivantes : Sexe, âge, CSP du chef de famille

La presse en parle

Malgré une actualité politique très chargée lors des élections présidentielles, Max Havelaar France a su faire entendre sa voix. Pas moins d'une centaine de parutions de fond, sur le commerce équitable et les prises de parole de l'association, ont été recensées en quelques semaines. Journaux télévisés de France 2 et France 3, AFP, Direct Matin, Le Figaro.fr, le Monde.fr, RFI, Europe 1 et bien d'autres en ont parlé notamment en régions.



Autres temps forts...

Pour la sensibilisation au commerce équitable



Une des principales missions de Max Havelaar France est de sensibiliser l'opinion publique au commerce équitable par des campagnes, des prises de parole ou des partenariats avec d'autres ONG, des media, des entreprises. Cette année encore nous avons participé à des actions et des campagnes qui visent à promouvoir une consommation plus responsable dans laquelle s'inscrit bien évidemment la consommation de produits équitables labellisés Fairtrade / Max Havelaar.

Campagne « Goûtons un monde meilleur »

Cinq ONG font le pari de mettre en lumière une alimentation durable et responsable. Slowfood, le Comité Français pour la Solidarité Internationale, le Réseau Environnement Santé, le WWF et Max Havelaar France ont créé la campagne « Goûtons un monde meilleur ». Le but est de proposer à chacun de redécouvrir des saveurs oubliées, de mieux connaître le rôle que l'agriculture et les produc-

teurs jouent dans notre alimentation, de permettre à tous d'accéder à une alimentation plus saine, plus respectueuse des hommes et de la planète et de comprendre le sens de ses actes d'achats lorsqu'on choisit un produit issu du commerce équitable.

Pour découvrir nos conseils et nos engagements : www.goutonsunmondemeilleur.fr



Salon du Chocolat 2011

Pour les gourmands, le chocolat rime avec plaisir quotidien. Mais sait-on d'où vient le cacao, qui le produit et dans quelles conditions? Lors du Salon du Chocolat 2011, au-delà d'une conférence sur l'impact du commerce équitable au Pérou, Max Havelaar France s'est joint à l'association e-graine pour amener les enfants à découvrir le cacao issu du commerce équitable. Une initiative très bien accueillie par toutes les parties prenantes, qui engage les deux associations à se réunir à nouveau pour le Salon du Chocolat 2012, du 31 octobre au 4 novembre à Paris.



Sensibiliser les plus jeunes

Faire découvrir le commerce équitable aux enfants à travers des histoires de producteurs, voilà le défi que relèvent Max Havelaar France et le magazine des 6 - 12 ans Récré Panam&Azur. A travers 5 numéros dédiés au com-

merce équitable, au miel, au cacao, au coton et aux bananes, les enfants sont sensibilisés de façon ludique sur les enjeux liés au respect des conditions de travail des producteurs, la stabilité des revenus, la préservation de l'envi-

ronnement et le renforcement des organisations.

Découvrez Récré Panam et Récré Azur sur : www.recreazur.fr



GeoFairTrade

Le projet GeoFairTrade a pour but de développer un outil d'auto-évaluation des coopératives du commerce équitable. Les partenaires du projet GeoFairTrade, dont Max Havelaar France, ont développé des indicateurs sociaux, économiques et environnementaux, qui permettent d'évaluer les performances des coopératives du commerce équitable et leurs évolutions. Les consommateurs pourront accéder à ces informations, identifier



les producteurs des produits qu'ils achètent. Cet outil permettra, une fois commercialisé, de favoriser les connections et les échanges directs entre consommateurs et producteurs. Il existe, en effet, une demande croissante de la part des consommateurs d'améliorer la transparence et d'accéder à une meilleure information.

Pour plus d'informations : www.geofairtrade.eu



Seventh Research Framework Programme (FP7)

Des partenariats pour plus de responsabilité

Max Havelaar France soutient...



Au delà du commerce équitable, Max Havelaar France est également un acteur engagé de la société civile et œuvre, par elle-même ou en soutenant des actions de ses partenaires, à faire éclore des initiatives sociales et durables. Ces actions contribuent à créer le modèle économique et social de demain. Voici quelques unes de ces actions qui participent à plus de sensibilisation, de qualité ou de responsabilité des acteurs économiques.

Transport Cohérence : un transport international en accord avec nos valeurs et nos engagements

Max Havelaar France soutient le projet de l'équipe de Transport Cohérence qui vise à créer, construire et à gérer une flotte de marine marchande internationale à voile. Première étape : la construction d'un navire de 42 pieds pouvant emmener à son bord 6 conteneurs de 20 pieds sur des transports transatlantiques et de cabotage sur les côtes françaises. Transport Cohé-

rence a fait le choix d'inscrire son projet dans l'économie sociale et solidaire et associe l'ensemble de ses parties prenantes dans sa gestion. Le soutien de Max Havelaar France ne porte pas sur les échanges financiers mais sur la mise en valeur d'un projet durable.

Pour plus d'informations : www.coherence.pro



Responsabilité sociale des entreprises : une économie consciente de ses impacts, pour le bien de tous

Avec l'école marseillaise Euromed Management et 9 entreprises partenaires, Max Havelaar France propose de définir les bases du « Management Responsable » afin de guider les managers de demain à impulser des stratégies durables pour eux, leurs collaborateurs et leurs entreprises.

Une Chaire d'enseignement supérieur et de recherche, attachée à Euromed et travaillant sur les achats responsables, permet à la SNCF, à l'Occitane et à Sodexo de modéliser et d'accé-

léner leurs changements de pratiques dans leurs Directions Achats.

Max Havelaar France a également soutenu les travaux du Forum Citoyen pour la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Le Forum s'est mobilisé afin que le Grenelle de l'Environnement soutienne une vision exigeante de l'obligation des grandes entreprises concernant leur reporting financier et social et pour qu'il s'applique plus largement à leurs filiales.

Max Havelaar France & la SCAE France, un partenariat historique et de qualité

La SCAE France est la branche française de la Specialty Coffee Association of Europe. Son action est dédiée à la promotion des cafés de spécialité. Son objectif est de promouvoir l'amélioration de la qualité du café à chaque étape de la filière afin d'atteindre l'excellence depuis la plante jusqu'à la tasse.

La SCAE France est l'organisatrice officielle des championnats de café du World Coffee Events. Elle organise notamment le championnat de France de

Cuptasting dont Max Havelaar France est partenaire historique afin de :

- Assurer la promotion des cafés issus du commerce équitable
- Promouvoir la dégustation des cafés de qualité
- Augmenter la crédibilité et la visibilité des dégustateurs de café
- Sensibiliser et éduquer les dégustateurs de café de tous âges

La SCAE regroupe en 2012 plus de 70 membres en France, tous des passionnés du café.



Crédits photos :
Juan Catalan, Tom Chance, Fairfel, Fédération Artisans du Monde, FLO, Kyle Freund, Didier Gentilhomme, Bruno Fert, François Guenet, Jeff Guiot, Juice Image/Corbis, Max Havelaar France, Simon Rawles, volff, Agence Wellcom.
En couverture : Irene Kijara - productrice de thé - Uganda - Simon Rawles
Maquette, création graphique : Philippe Jouanneau



L'association Max Havelaar France s'appuie sur une équipe de salariés présentant une grande richesse de profils et de compétences qui assurent pleinement les multiples fonctions de l'association. C'est une équipe jeune et à parité, avec des parcours personnels et professionnels variés, qui correspondent bien aux missions et aux valeurs que portent Max Havelaar France. L'équipe des salariés est renforcée au quotidien par des bénévoles qui se sont engagés à leurs côtés.



■ Pourquoi faut-il un commerce équitable ?

Aujourd'hui, parmi le milliard de personnes qui souffrent de la faim dans le monde, les trois quarts sont des paysans ou des ouvriers agricoles en Amérique latine, en Afrique et en Asie. Ils sont souvent confrontés à la nécessité de survivre au jour le jour face à une situation de domination qu'ils subissent de la part d'acteurs éco-

nomiques beaucoup plus puissants qu'eux. Isolés en bout de chaîne, ils n'ont que rarement les outils nécessaires pour vendre, transformer et exporter leurs produits. Ils manquent également d'informations quant aux prix sur les marchés. Ils ne peuvent donc pas envisager l'avenir sereinement ni sortir durablement de la pau-

vreté dans laquelle ils se trouvent.

C'est pourquoi ils doivent être en mesure de se regrouper pour s'organiser et être reconnus comme partenaires par les autorités politiques et les acteurs économiques.

■ Qui est Fairtrade / Max Havelaar ?

Fairtrade / Max Havelaar est une ONG internationale cogérée par des représentants des producteurs et par des associations de commerce équitable, présentes dans les pays du Nord.

L'initiative est née en 1988 suite à l'ap-

pel de producteurs de café mexicains : « Recevoir chaque année vos dons pour construire une petite école afin que la pauvreté soit plus supportable, c'est bien. Mais le véritable soutien serait de recevoir un prix plus juste pour notre café ». Fairtrade / Max Have-

laar répond à cet appel en offrant aux consommateurs le choix de produits équitables permettant à un maximum de producteurs de prendre leur avenir en main.

■ Qu'est-ce que le label Fairtrade / Max Havelaar ?

Le label Fairtrade / Max Havelaar garantit des conditions commerciales plus justes aux producteurs d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie, regroupés au sein de collectifs gérés démocratiquement. Le but est qu'ils deviennent de plus en plus autonomes face au marché.

Ce label est apposé sur tous les produits, dont les ingrédients sont issus des organisations de producteurs et achetés par des opérateurs qui suivent

le cahier des charges de production et de commercialisation. Ce cahier des charges repose sur des critères économiques, organisationnels, sociaux et environnementaux. Ils sont élaborés par Fairtrade / Max Havelaar et régulièrement contrôlés par un certificateur indépendant répondant à la norme ISO 65 (Flo Cert).

Lorsque vous voyez le label Fairtrade / Max Havelaar sur l'emballage d'un produit, vous pouvez être assuré que

les conditions de production et de commercialisation répondent réellement à notre cahier des charges et que, grâce à une juste rémunération de son activité, le producteur aura les moyens non seulement de vivre mieux, mais aussi de s'émanciper.

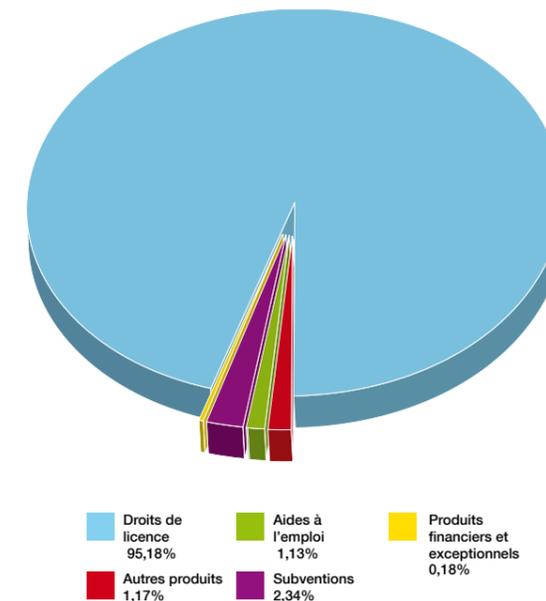
Faire le choix d'un produit labellisé Fairtrade / Max Havelaar, c'est donner du sens à ses achats et s'engager à être solidaires envers les producteurs.

L'exercice 2011, après celui délicat de 2010, a vu les comptes de l'association s'assainir et permettre à nouveau d'envisager plus sereinement l'avenir.

■ Les ressources

Malgré une légère baisse des redevances (-1,6% par rapport à 2010), s'expliquant par le tassement des ventes en grande distribution, alors que celles du hors domicile progressent fortement, les droits de licence, principale source de financement de l'association, ont été supérieurs aux prévisions budgétaires (+9,5% soit 4,125 millions d'€).

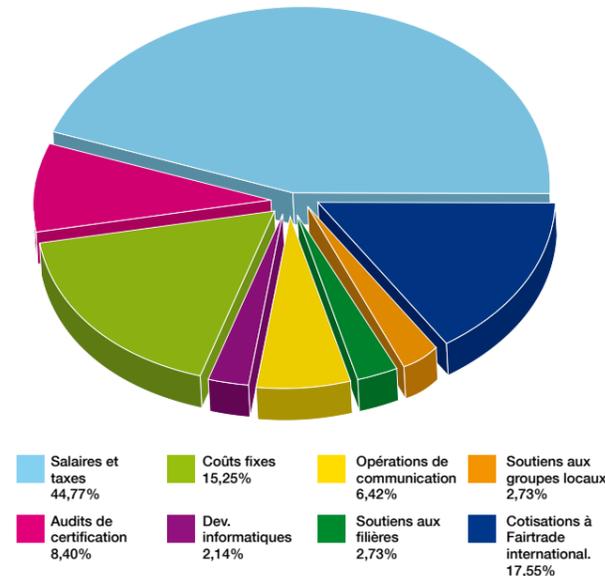
Répartition des ressources



■ Les dépenses

Face à l'urgence de rééquilibrer les comptes de l'association, les dépenses ont été scrupuleusement contrôlées en 2011 et ont finalement été conformes aux prévisions budgétaires et en recul de plus de 12% par rapport à 2010.

Répartition des dépenses



Au final, les comptes 2011 de l'association ont retrouvé un équilibre financier (dégageant même un résultat positif de 373 000€), certes encore fragile, du fait de l'absence presque totale de fonds propres (42 000€ à la fin de l'année). Sur le 1^{er} semestre 2012, tant les res-

sources que les dépenses de l'association suivent les prévisions budgétaires, grâce à un pilotage et un contrôle stricts et réguliers. La situation financière de l'association retrouvera sereine et pérenne à la condition d'accroître significativement ses ressources. Cela nous permettra de

retrouver un niveau de fonds propres raisonnable et de pouvoir accroître les dépenses de promotions du label et répondre ainsi aux attentes de nos marques et de nos consommateurs.

Bilan

ACTIF	2009	2010	2011
Immobilisations incorporelles	9 943	4 476	19 286
Immobilisations corporelles	64 940	54 177	40 116
Immobilisations financières :			
• Prêts	51 500	1 500	750
• Autres immobilisations financières	70 245	55 282	56 518
Total I	196 628	115 435	116 670
Stocks	34 066	24 272	20 130
Créances clients	1 129 961	808 359	900 521
Autres créances	152 062	295 954	669 251
Charges constatées d'avance	32 223	32 455	34 336
Disponibilités	342 928	664 609	697 521
Total II	1 691 240	1 825 649	2 321 759
TOTAL GENERAL (I + II)	1 887 868	1 941 085	2 438 429

PASSIF	2009	2010	2011
Fonds associatifs	111 658	10 658	168
Report à nouveau	19 274	67 676	- 331 238
Résultat de l'exercice	48 403	- 398 914	373 033
Total I	179 335	- 320 579	41 963
Provisions pour Risques et Charges	80 000	442 622	43 150
Total II	80 000	442 622	43 150
Emprunts et dettes financières	273 771	184 591	137 456
Dettes fournisseurs	629 851	781 995	984 009
Dettes fiscales et sociales	607 753	515 070	572 089
Autres dettes	26 347	106 129	67 765
Produits constatés d'avance	90 810	231 257	591 997
Total III	1 628 532	1 819 042	2 353 316
TOTAL GENERAL (I + II + III)	1 887 868	1 941 085	2 438 429

Compte de Résultats

PRODUITS	2009	2010	2011
Ventes et prestations	93 531	70 926	84 089
Production immobilisée			15 000
Subventions	378 298	251 192	101 716
Redevances	4 323 929	4 214 137	4 145 081
Cotisations	497	509	690
Produits financiers	8 101	2 715	4 227
Produits exceptionnels	51 216	7 794	3 291
Reprise de provisions	19 173	125 831	455 740
Total des Produits	4 874 745	4 673 104	4 809 834

CHARGES	2009	2010	2011
Contribution à FLO	1 069 664	1 134 906	1 150 665
Achats et services extérieurs	1 598 351	1 166 000	936 096
Impôts et taxes	105 103	80 425	91 956
Salaires et charges	1 860 627	2 005 912	1 953 496
Autres charges d'exploitation	42 429	39 712	135 530
Amortissements	60 903	66 899	52 362
Dépréciations d'actifs	31 576	122 274	86 823
Provisions pour risques	13 500	442 622	3 150
Charges financières	35 246	12 313	8 513
Charges exceptionnelles	8 577	955	18 212
Total des charges	4 825 976	5 072 018	4 436 803
Impôt	365		
Résultat de l'exercice	48 404	- 398 914	373 031

choisir c'est s'engager



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE

Association Max Havelaar France

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

www.maxhavelaarfrance.org



MIXTE
Papier issu de
sources responsables
FSC® C021720