

A photograph of a man in a dark shirt harvesting a mango from a tree. He is using a machete to cut the fruit. The scene is set in a lush green environment with sunlight filtering through the leaves. The man is looking upwards at the mango he is about to harvest.

DOSSIER DE PRESSE

17^{ÈME} QUINZAINÉ DU COMMERCE ÉQUITABLE

DU 13 AU 27 MAI 2017

CONTACTS PRESSE

Agence ETYCOM | Aelya Noiret | a.noiret@etycom.fr | 06 52 03 13 47

Max Havelaar France | Valeria RODRIGUEZ | v.rodriguez@maxhavelaarfrance.org | 06 07 37 74 81



SOMMAIRE



DONNONS LES MOYENS AUX FRANÇAIS DE CONSOMMER DAVANTAGE D'ÉQUITABLE	2
LE MARCHÉ DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN FRANCE	4
LE VILLAGE DE L'ÉQUITABLE	6
L'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE	7
LE COMMERCE ÉQUITABLE EN BREF	9



DONNONS LES MOYENS AUX FRANÇAIS DE CONSOMMER DAVANTAGE D'ÉQUITABLE



A l'occasion de la 17^{ème} Quinzaine du Commerce Équitable, les acteurs de commerce équitable se mobilisent. Un sondage OpinionWay pour Max Havelaar France révèle que 77% des Français aimeraient être assurés que les aliments et les boissons qu'ils consomment ne sont pas produits dans des conditions d'exploitation. Pourtant, seuls 35% d'entre eux se demandent « qui les produit » au moment de faire leurs courses. Ils sont également 79% à ne pas se sentir suffisamment informés sur la rémunération et les conditions de travail des producteurs. Aujourd'hui, les acteurs de commerce équitable, réunis au sein de Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE) interpellent les pouvoirs publics, mais aussi les entreprises pour qu'ils accompagnent davantage les changements des modes de consommation des Français.

OUI LE COMMERCE ÉQUITABLE EST L'AFFAIRE DE TOUS !

Les Français veulent consommer responsable, ils adhèrent aux valeurs du commerce équitable et voient même dans ce mode de consommation un acte citoyen (79% selon OpinionWay) et un mode de consommation à privilégier pour l'avenir de la planète (78%). Cependant ils sont seulement 26% à penser à la rémunération des producteurs en faisant leurs courses. Conscients des enjeux, mais pas toujours de l'impact de leur consommation, que faut-il pour que la consommation responsable et plus précisément, celle de produits équitables, devienne un engagement et un réflexe ? Pour que les enjeux clés de la production s'inscrivent pleinement dans le quotidien des Français ?

L'acte d'achat reste encore aujourd'hui centré sur des notions personnelles de bien-être et de plaisir, souvent parce que les marques en font l'information majeure pour valoriser leurs produits. Alors que les Français sont aujourd'hui prêts à payer un produit plus cher pour un produit qui garantit des conditions de travail et une rémunération juste pour les producteurs (68%), qu'attendent les industriels et les distributeurs pour mieux informer les consommateurs sur l'importance d'une meilleure rémunération des producteurs ? Certaines marques engagées l'ont bien compris et utilisent cet engagement d'un meilleur partage de la valeur comme un levier de différenciation sur leur marché. Quand une offre de produits vertueuse et la sensibilisation des consommateurs sont au rendez-vous, tout le monde est gagnant !

« Le sort des producteurs agricoles d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie peut paraître éloigné de nos préoccupations quotidiennes, mais des produits tels que le café, le thé ou le chocolat font partie de notre consommation de tous les jours. Ces produits sont le fruit du travail de petits producteurs. Or ¼ des personnes qui souffrent de la faim dans le monde sont des paysans ou des travailleurs agricoles dans les pays en développement. Choisir des produits issus du commerce équitable, notamment labellisés Fairtrade/Max Havelaar, contribue à changer cette situation. C'est en prenant conscience du fait que derrière chaque produit qu'ils achètent il y a un producteur, que les Français pourront changer leurs habitudes (petit à petit et à leur rythme). » explique Emilie Sarrazin-Biteye, Présidente de Max Havelaar France.



dont seulement 22g équitables ! 

DONNONS LES MOYENS AUX FRANÇAIS DE CONSOMMER DAVANTAGE D'ÉQUITABLE



SOUTENIR ET ACCOMPAGNER LA CONSOMMATION DE PRODUITS ÉQUITABLES

Parce que nous sommes convaincus que seule une mobilisation de l'ensemble des acteurs peut favoriser un réel « changement d'échelle » de la consommation responsable et que le citoyen a besoin d'être accompagné dans ses choix de consommation où qu'il soit (au bureau, au supermarché, dans son café, à l'école...). Il est temps que les pouvoirs publics mais aussi les entreprises s'engagent pour une meilleure accessibilité de l'offre équitable. La consommation responsable doit pouvoir s'adresser à tous, et dépasser le cercle des initiés et des convaincus.

VERS UN 2^{ÈME} PLAN NATIONAL EN FAVEUR DU COMMERCE ÉQUITABLE

En ce moment d'engagement, la Plate-Forme pour le Commerce Equitable souhaite la mise en place de mesures concrètes, telles que l'intégration des produits équitables dans les cantines scolaires ou encore, une politique d'éducation à la consommation durable et équitable dès l'école primaire.

Julie Stoll, Déléguée Générale de la PFCE, se réjouit que **80%** des Français considèrent que les enjeux du commerce équitable concernent autant les producteurs français que ceux des pays en développement. « *L'équité dans les relations commerciales doit devenir un sujet majeur pour le nouveau gouvernement. Le commerce équitable est un outil formidable pour garantir des conditions de vie décentes aux producteurs dans le respect de l'environnement. Nous demandons la mise en place d'un 2^{ème} plan national en faveur du commerce équitable, pour accompagner le changement d'échelle de la consommation équitable et soutenir l'engagement des entreprises qui se mobilisent* ».

« *L'étude révèle que **79%** des Français ne se sentent pas suffisamment informés. L'ensemble des membres du secteur, les prescripteurs, ainsi que les médias nous devons tous nous mobiliser davantage pour rétablir le lien entre producteurs et consommateurs. Pour faire de la consommation équitable une habitude accessible à toutes et tous, ne faudrait-il pas favoriser la rencontre des produits, que ce soit par une meilleure convergence entre l'offre et les besoins des consom'acteurs? Ou bien par la multiplication des lieux de consommation? Qui dit convergence, dit davantage d'engagement de la part des entreprises ! La balle est donc dans le camp de chacun d'entre nous, consommateurs, distributeurs, marques, producteurs : il est temps de réagir ensemble et d'agir chacun à notre niveau pour plus d'équité dans notre société !* » poursuit **Emilie Sarrazin-Biteye**.

DES ENTREPRISES ENGAGÉES DANS LA GÉNÉRALISATION D'UNE OFFRE DURABLE ET ÉQUITABLE

En complément de ces mesures politiques, Max Havelaar France rappelle que les entreprises ont un rôle fondamental à jouer pour soutenir le passage à l'acte vers une consommation plus durable ; bien que les entreprises aient déjà fait de réels progrès dans ce domaine. Elles occupent une place prépondérante au cœur de la consommation et sont capables d'actionner des leviers de changements puissants. Elles peuvent s'engager, par exemple, à proposer une gamme plus large de produits équitables, mais également à intégrer l'équitable dans leur politique d'achat interne. Les distributeurs, de leur côté, peuvent améliorer davantage la visibilité en rayon pour informer, accompagner et sensibiliser le plus grand nombre.

UNE MOBILISATION CITOYENNE POUR TRANSFORMER LES MODES DE CONSOMMATION

61% des Français déclarent vouloir consommer plus équitable. Les acteurs du secteur se mobilisent pendant cette 17^{ème} Quinzaine du Commerce Equitable pour accompagner tous ceux qui veulent aller plus loin. Plus de 600 événements organisés par les milliers de bénévoles du secteur, partout en France, sont autant d'occasions de découvrir le commerce équitable, ses produits et ses avantages pour les producteurs et pour l'environnement.

LE MARCHÉ DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN FRANCE

Le secteur du commerce équitable dans l'Hexagone affiche une croissance importante en 2016. Ainsi, le chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar en France atteint 535 millions d'euros, soit +20% par rapport à 2015. Près de 220 entreprises font confiance au label Fairtrade/Max Havelaar, dont une majorité de TPE/PME.

Dans l'alimentaire, qui représente 95% du chiffre d'affaires, une des croissances les plus importantes porte sur la banane (+33%), qui devient ainsi incontournable sur le marché, notamment grâce à l'engagement toujours aussi important de Carrefour, Auchan, Intermarché et Biocoop, entre autres. Avec 14% de parts de marché, ce fruit se place désormais en 2^{ème} position après le café, au sein du marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar.

Le café, produit phare du commerce équitable, représente 58% de parts de marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar, avec une progression de 22% en 2016. Cette croissance est due aux ventes en grande distribution où des acteurs historiques comme Malongo sont en développement permanent, et à la progression de la consommation hors domicile, notamment chez Starbucks.

En suivant la même tendance qu'en 2015, les desserts et glaces sont en forte croissance (+46%), grâce à la bonne santé de la marque emblématique de glaces Ben & Jerry's.

Les chocolats, biscuits et confiseries se trouvent à la troisième place avec 10% de parts de marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar. La croissance dans cette catégorie de produits est portée notamment par les tablettes de la marque Alter Eco et les produits de Chevaliers d'Argouges, mais aussi par une bonne progression en magasin bio et chez le chocolatier Alex Olivier.

€ 535

**MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES
DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR
EN FRANCE EN 2016, SOIT**

+ 20% PAR RAPPORT À 2015



219

ENTREPRISES EN FRANCE



VENDENT DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE MAX HAVELAAR

PLUS DE 3 400 PRODUITS

LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN FRANCE

DONT 75% BIO



7,98€ DÉPENSÉS EN MOYENNE

PAR HABITANT EN FRANCE

(+1,36 € PAR RAPPORT À 2016)



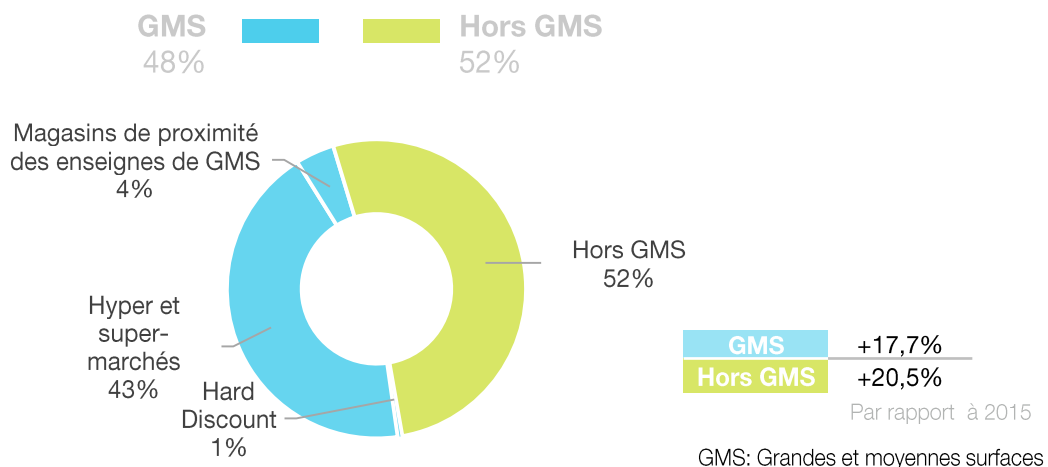
LA ROSE ÉQUITABLE SE FAIT UNE PLACE

En dehors de l'alimentaire, 2016 marque un tournant dans le marché de la rose labellisée Fairtrade/Max Havelaar dont les ventes ont été multipliées par trois. Avec une croissance de +121% et 22,7 millions de tiges vendues en 2016, la rose équitable commence se faire une place dans le secteur de la fleur. Les engagements majeurs d'Aquarelle.com et de Système U, début 2016, ont permis à la rose équitable de percer dans le marché de la fleur, vu qu'ils représentent environ 68% des volumes des ventes totales de roses équitables sur le marché français.

LE MARCHÉ DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN FRANCE

Le commerce équitable est présent dans tous les circuits de distribution : grandes et moyennes surfaces, magasins bio, boutiques spécialisées, cafés, hôtels, restaurants, distribution automatique, etc. Quel que soit le lieu de distribution des produits labellisés, la présence du label Fairtrade/Max Havelaar apporte la même garantie.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRE DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/ MAX HAVELAAR PAR RÉSEAU DE DISTRIBUTION EN FRANCE EN 2016 :



€ 117

MILLIONS DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT



VERSÉS AUX ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS EN 2016 AUTOUR DU MONDE

ENVIRON € 6,6

MILLIONS DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT



VERSÉS EN 2016 GRÂCE AUX VENTES EN FRANCE

1,66 MILLIONS DE PRODUCTEURS & TRAVAILLEURS BÉNÉFICIENT DU COMMERCE ÉQUITABLE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR DANS LE MONDE

ILS SONT REGROUPÉS AU SEIN DE 1 240 ORGANISATIONS ESSENTIELLEMENT DES COOPÉRATIVES, RÉPARTIES DANS 75 PAYS

LE VILLAGE DE L'ÉQUITABLE



Le Village de l'Équitable de Max Havelaar France s'installe sous le préau la Grande Halle de la Villette le weekend du 20 et 21 mai 2017. Une invitation à découvrir le commerce équitable en famille, à travers un parcours d'animation ludo-pédagogiques.

Fort du succès de la première édition du «Village de l'Équitable» qui avait rassemblé plus de 3 000 visiteurs l'année dernière, l'association Max Havelaar France fait de nouveau une halte à la Villette, à la rencontre de tous ceux qui veulent donner du sens à leur consommation.

A travers différentes activités ludo-pédagogiques, les participants peuvent s'engager en faveur du commerce équitable et repartir avec leur « passeport pour l'équitable ». Des rencontres et des moments d'échange avec des producteurs sont également mis en place, au cours desquels les participants peuvent poser des questions.

Tout au long de la traversée du village, les participants sont accompagnés par des membres de l'association Max Havelaar France et ses partenaires.

« RENCONTRES AVEC DES PRODUCTEURS »

TOUS LES JOURS 11H30 / 14H30/ 16H / 17H

Au cœur du Village de l'Équitable, Max Havelaar France invite les participants à rencontrer des producteurs de coton et de café pour un moment d'échange et de convivialité. L'occasion pour les producteurs de partager leurs expériences et de répondre aux questions des visiteurs.

- Karim Traoré, représentant de l'Union nationale des producteurs de coton du Burkina (UNPCB) et depuis juin 2016, président de l'Association des producteurs de coton africains (APROCA).
- Cyprien Ugirumurera producteur de café de la coopérative Kopakaki au Rwanda.

[Pour plus d'informations, rendez-vous sur l'évènement Facebook](#)

LE VILLAGE DE L'ÉQUITABLE DU 20 AU 21 MAI 2017 ENTRÉE GRATUITE

AU PROGRAMME :

- Des ateliers découvertes ludiques pour mieux comprendre les engagements et l'impact du commerce équitable: jeu quizz, « La roue de l'équitable », etc.
- Des animations pour les enfants.
- Un bar et terrasse.
- Un espace animations & dégustations de produits équitables.

LES NOUVEAUTÉS :

- Des rencontres-conférences avec des producteurs.
- Des stands pour comprendre la production et les enjeux de la production de coton, cacao et café et des animations dédiées.
- Un stand photo.

Les participants pourront s'engager en faveur du commerce équitable et remplir leur « passeport » au fil des ateliers, ce qui leur permettra de repartir avec des produits équitables.

Partenaires



L'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE



Le label Fairtrade/Max Havelaar s'engage au quotidien en faveur d'un commerce équitable permettant aux producteurs d'Afrique, d'Amérique latine et d Sud d'améliorer, avec le fruit de leur travail, leurs conditions de vie, ainsi que celles de leur communauté. Pour s'assurer de l'efficacité de son action, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar mène régulièrement des études d'impact sur le terrain. Voici quelques exemples qui illustrent les effets de cette forme alternative de commerce.



BANANE : RÉPUBLIQUE DOMINICAINE & COLOMBIE

Pouvoir de négociation collective

L'organisation des travailleurs et le renforcement des syndicats est un des objectifs du commerce équitable au sein des plantations. Une étude menée dans de plantations de bananes certifiées Fairtrade/Max Havelaar et non certifiées dans plusieurs pays, souligne la contribution positive de la certification quant à la représentation des travailleurs. Les comités de travailleurs connaissent un franc succès, notamment en République dominicaine. Les travailleurs leur font confiance et se sentent ainsi mieux écoutés par les superviseurs. En Colombie, des niveaux de confiance plus élevés dans les syndicats ont été constatés dans les plantations portant la certification Fairtrade/Max Havelaar.

COTON : MALI, BURKINA FASO, SÉNÉGAL

Une agriculture durable pour protéger la terre

Des consultants indépendants d'Aidenvironment aux Pays-Bas ont recueilli des informations émanant des organisations de producteurs de coton au Mali, au Burkina Faso et au Sénégal pour mesurer l'impact du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar dans le secteur. Dans les coopératives de producteurs certifiées Fairtrade/Max Havelaar, les producteurs reçoivent de nombreuses formations en faveur d'une culture durable, respectueuse de leurs terres. Ainsi, 35% des organisations certifiées développent une agriculture biologique et 24% travaillent à une meilleure gestion de l'eau afin de limiter le gaspillage.



L'IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE



CAFÉ : MEXIQUE, PÉROU, TANZANIE & INDONÉSIE

De meilleurs prix pour de meilleures rémunérations :

L'Université de Greenwich a réalisé une analyse approfondie de l'impact du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar dans des organisations de producteurs de café dans quatre pays.

L'étude montre que les producteurs ont pu vendre leur café à des prix plus élevés dans le circuit Fairtrade/Max Havelaar, qu'en dehors de ce circuit. Un résultat non négligeable, d'autant plus que les ventes de café aux conditions du commerce équitable représentent 30% en Tanzanie et jusqu'à 80% au Pérou, en Indonésie ou encore au Mexique.

En 2013, lorsque les prix du café se sont effondrés, les producteurs des organisations certifiées Fairtrade/Max Havelaar dans trois de ces pays ont reçu des prix entre 8% et 26% plus élevés dans le circuit du commerce équitable, prouvant l'efficacité du prix minimum garanti comme filet de sécurité.



FLEURS : KENYA

En faveur de la santé des femmes

Dans la région du lac Navaisha, au Kenya, il existe de nombreuses fermes horticoles. Les comités de travailleurs de 7 fermes horticoles certifiées Fairtrade/Max Havelaar ont décidé de mettre en commun la prime de développement pour co-financer la construction d'une maternité. Les travailleurs ont participé ainsi à hauteur de 43 % à ce projet, en partenariat avec la fondation américaine « Les Amis de Navaisha ». La clinique a ouvert ses portes en 2013 et depuis 600 bébés y naissent chaque année. Les comités de travailleurs continuent de participer aux coûts de fonctionnement de base de la maternité. Plus de 60% des travailleurs des fermes horticoles sont des femmes, cette maternité leur offrant un service de proximité devenu indispensable au quotidien.



LE COMMERCE ÉQUITABLE EN BREF



L'ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE

Max Havelaar France, association de solidarité internationale née en 1992, fait partie du mouvement international de commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar. Elle a pour mission de gérer et de promouvoir le label Fairtrade/Max Havelaar en France, et de sensibiliser l'opinion publique française au commerce équitable, afin de soutenir les producteurs et leurs communautés.

LE LABEL FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

Le label Fairtrade/Max Havelaar est un label international qui repose sur des critères économiques, organisationnels, sociaux et environnementaux, contrôlés annuellement par FLOCERT, organisme indépendant de certification.

CRITÈRES ÉCONOMIQUES

Les produits sont achetés aux producteurs à un prix minimum garanti stable qui couvre les coûts de production durable, quel que soit le cours du marché. Une prime de développement est versée aux organisations de producteurs et de travailleurs pour être investie dans le développement de leur activité ou dans des projets sociaux qui bénéficient à toute la communauté. Les acheteurs s'engagent dans une relation durable avec les producteurs et doivent proposer le préfinancement des commandes.

CRITÈRES SOCIAUX

Au sein des organisations de producteurs ou des plantations, le respect des droits fondamentaux du travail doit être assuré. Il est également obligatoire de mettre en place des normes sanitaires et de sécurité strictes. La non-discrimination et la liberté d'association doivent être assurées. Le travail des enfants est interdit.

CRITÈRES DE PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

L'utilisation de plusieurs substances chimiques est interdite, ainsi que le recours aux OGM. Les intrants naturels sont privilégiés. Une gestion durable des ressources naturelles et le respect des écosystèmes font partie des critères à respecter afin de réduire l'impact de l'agriculture sur l'environnement. La production biologique est encouragée par une prime supplémentaire pour les produits issus de l'agriculture biologique.

AUTONOMIE ET PROGRÈS

Les organisations de producteurs ou de travailleurs sont gérées de façon transparente et démocratique. Elles gèrent elles-mêmes la prime de développement, dont l'utilisation est décidée collectivement et définissent leurs propres stratégies et plans d'action.



LE COMMERCE ÉQUITABLE EN BREF



LE MOUVEMENT INTERNATIONAL FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar est né en 1988 suite à un appel de producteurs de café mexicains : *« Recevoir chaque année vos dons pour construire une petite école afin que la pauvreté soit plus supportable, c'est bien. Mais le véritable soutien serait de recevoir un prix plus juste pour notre café »*.

Ce mouvement est aujourd'hui composé de 25 associations nationales, qui représentent le label dans les pays consommateurs, et des organisations de producteurs et de travailleurs rassemblées en trois réseaux continentaux : Afrique, Amérique latine, Asie.

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar travaille principalement avec des organisations de petits producteurs, mais soutient également les ouvriers agricoles de plantations à plus grande échelle. Il promeut un processus d'empowerment, à travers lequel producteurs et travailleurs se constituent en organisations ou coopératives pour faire valoir leurs droits et renforcer leur capacité de négociation.

L'ONG Fairtrade International, créée en 1997, est en charge de la définition des Standards (cahiers des charges) du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, de la gestion du label au niveau international et de la coordination des programmes de soutien aux producteurs. Fairtrade International promeut également plus de justice dans le commerce international.

Fairtrade International est cogérée à parité égale par les 25 associations nationales représentant le label dans les pays consommateurs, dont Max Havelaar France, et les trois réseaux de producteurs et travailleurs.

« L'HUMAIN EST AU CŒUR DU COMMERCE ÉQUITABLE FAIRTRADE MAX HAVELAAR ET C'EST CE QUE VOUS VOYEZ SUR LE LABEL. »

TEERAWAT PHANTUMAS, MEMBRE DE LA COOPÉRATIVE ORGANICE JASMINE RICE PRODUCER GROUP, THAÏLANDE.





CONTACTS PRESSE

Agence ETYCOM | Aelya Noiret | a.noiret@etycom.fr | 06 52 03 13 47
Max Havelaar France | Valeria RODRIGUEZ | v.rodriguez@maxhavelaarfrance.org | 06 07 37 74 81

