



LE CHANGEMENT PAR LE COMMERCE

RAPPORT ANNUEL ET RAPPORT D'IMPACT 2015

FONDATION MAX HAVELAAR (SUISSE)



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

SOMMAIRE

FAIRTRADE A UN DOUBLE IMPACT	3
CHANGER DES VIES EN CHANGEANT LE COMMERCE	4
FAIRTRADE ET LES OBJECTIFS DE L'ONU EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE	5
FAIRTRADE CRÉE DES LIENS D'ÉGALITÉ	6
FLEURS FAIRTRADE : POUR LES HOMMES ET L'ENVIRONNEMENT	8
L'HORIZON S'ÉCLAIRCIT	9
ATTEINDRE PLUS ENSEMBLE, AU SUD	10
ATTEINDRE PLUS ENSEMBLE, AU NORD	11
UN FORT ENGAGEMENT DES DÉTAILLANTS ET DES RESTAURATEURS	12
ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DES MATIÈRES PREMIÈRES EN 2015	13
COMPTES ANNUELS ET RAPPORT 2015	14

NOTRE VISION

UN MONDE DANS LEQUEL TOUS LES PETITS PRODUCTEURS ET TRAVAILLEURS ONT DES MOYENS DE SUBSISTANCE STABLES ET DURABLES, LIBÈRENT LEUR POTENTIEL ET DÉCIDENT DE LEUR AVENIR.

NOTRE MISSION

RAPPROCHER LES PRODUCTEURS ET LES CONSOMMATEURS, PROMOUVOIR DES CONDITIONS COMMERCIALES PLUS ÉQUITABLES ET AIDER LES PRODUCTEURS À LUTTER CONTRE LA PAUVRETÉ, À RENFORCER LEUR POSITION ET À PRENDRE LEUR DESTIN EN MAIN.



FAIRTRADE A UN DOUBLE IMPACT

L'année dernière, le chiffre d'affaires des produits Fairtrade a dépassé pour la première fois la barre des 500 millions de francs en Suisse. Un succès qui renforce les petites productrices et les travailleurs en Afrique, Amérique latine et Asie. Lors de la création, en 1992, de la Fondation Max Havelaar (avec pour unique produit le café), même les plus optimistes auraient jugé ces chiffres irréalistes. Max Havelaar a, depuis, fait évoluer les produits du commerce équitable d'un marché de niche à un marché de masse et atteint son objectif. Aujourd'hui, de larges franges de la population helvétique achètent régulièrement des produits équitables. C'est loin d'être le cas partout : avec une consommation annuelle de 62 francs par personne, la Suisse joue toujours un rôle de pionnier.

Fairtrade doit ce succès aux consommateurs qui achètent de plus en plus de produits équitables et soutiennent ainsi les personnes derrière ces produits. Le commerce, la restauration et les communes qui misent toujours plus sur le développement durable ne sont pas en reste : ils exposent plus de produits équitables sur leurs rayons, les mettent sur leurs cartes et en font la norme de leur approvisionnement. Sans ces circuits de vente, les produits Fairtrade n'auraient jamais atteint le niveau de diffusion qu'ils ont aujourd'hui (voir en page 11).

Fairtrade a donc un double impact – dans les pays du Sud et ici, auprès des consommateurs, des entreprises et des communes. Fidèles à notre vision, nous contribuons ainsi à l'autonomie des petits producteurs et des ouvriers du Sud. Néanmoins, la tâche qui reste à accomplir est immense, comme en attestent les ambitieux objectifs de développement durable de l'ONU. Fairtrade se veut un acteur majeur de ce développement, car le soutien aux producteurs et la promotion de pratiques commerciales équitables sont des facteurs clés pour réaliser ces objectifs (voir en page 4–5).

Le chiffre d'affaires de 500 millions de francs généré par les produits Fairtrade est un succès qui montre clairement l'importance de la durabilité dans l'approvisionnement et la consommation. Cependant, l'essentiel pour nous est toute l'expérience engrangée pour arriver à ce résultat. Ainsi seulement, nous relèverons les grands défis qui continuent à se poser. Les besoins des consommateurs changent, comme ceux de l'industrie. Les productrices et les producteurs font, eux aussi, face à de nouveaux enjeux. Fairtrade doit affronter ces évolutions et défendre ses conceptions. Il faut avoir le courage d'emprunter de nouvelles voies et de s'affranchir de la démarche éprouvée de certification et d'attribution de label. Ce qui compte, ce sont l'effet obtenu et le soutien nécessaire sur place. Ces défis, nous sommes prêts à les surmonter demain avec dynamisme, avec les acteurs de l'économie, de la politique et de la société civile.

H.-P. Fricker

Hans-Peter Fricker, Président

N. Lang

Nadja Lang, Directrice générale



CHANGER DES VIES EN CHANGEANT LE COMMERCE

LE PREMIER DES 17 OBJECTIFS DES NATIONS UNIES EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE EST D'ÉLIMINER LA PAUVRETÉ SOUS TOUTES SES FORMES ET PARTOUT DANS LE MONDE. FAIRTRADE Y CONTRIBUE SIGNIFICATIVEMENT EN RENFORÇANT LA SITUATION DES PRODUCTEURS ET EN MODIFIANT LES PRATIQUES DU COMMERCE MONDIAL.

La communauté mondiale est confrontée à des enjeux majeurs : tous les ans, le changement climatique entraîne la disparition de 12 millions d'hectares de terres fertiles. Depuis les années 1970, le nombre de femmes vivant sous le seuil de pauvreté a augmenté de 50 %, alors qu'elles produisent 60 à 80 % des denrées alimentaires dans le monde. De plus, près de 170 millions de filles et de garçons sont victimes de l'exploitation des enfants dans le monde, principalement dans le secteur agricole.

Ces différents enjeux sont intrinsèquement liés. Pour en finir avec la pauvreté, il est indispensable d'aborder le problème des inégalités, notamment en promouvant l'égalité des droits entre hommes et femmes. De même, les actions de lutte contre le travail des enfants et le travail forcé doivent s'attaquer aux racines du problème.

DÉCIDER DU DÉVELOPPEMENT

Les filières mondiales de nos biens de consommation ont un lien direct ou indirect avec tous ces enjeux. C'est là qu'intervient Fairtrade : intitulée Changing Trade, Changing Lives (Changer le commerce, changer des vies), la stratégie internationale de Fairtrade pour la période 2016–2020 entend contribuer à trouver des solutions aux défis mondiaux en favorisant le commerce équitable.

En un mot, il s'agit de faire des personnes concernées des acteurs impliqués. Fairtrade est convaincu que les petites productrices et les travailleurs doivent être partie prenante des projets et des programmes et décider de leur développement pour obtenir des changements durables. Fairtrade les encourage à prendre leur destin en main au travers de programmes thématiques et d'un accompagnement accru des producteurs sur place.

PLUS QUE LA CERTIFICATION ET LA LABELLISATION

Pour approfondir l'action de Fairtrade, il convient de créer de nouveaux débouchés et d'ancrer les valeurs de l'autonomie et du partenariat dans le commerce. Outre les démarches éprouvées de certification et de labellisation de produits, d'autres instruments seront nécessaires pour donner une plus grande place aux valeurs d'autonomisation et d'équité dans les relations commerciales.

Les acteurs politiques, économiques et sociaux doivent agir ensemble pour une nécessaire transformation sociale et économique dans le monde. Fairtrade peut contribuer activement à la réalisation des objectifs de développement durable de l'ONU en partageant son vaste savoir-faire : avec ses partenaires, Fairtrade propose des actions concrètes sur le terrain comme sur les marchés.

FAIRTRADE ET LES OBJECTIFS DE L'ONU EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD) ONT ÉTÉ ADOPTÉS EN SEPTEMBRE 2015 LORS DU SOMMET SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU À NEW YORK. FAIRTRADE PEUT FOURNIR UNE CONTRIBUTION ESSENTIELLE À LA RÉALISATION DE CERTAINS DE CES 17 OBJECTIFS, NOTAMMENT DE CEUX ÉTROITEMENT LIÉS AU COMMERCE.



1 Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde.



2 Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.



5 Parvenir à l'égalité entre les sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.



8 Promouvoir une croissance économique soutenue, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.



12 Établir des modes de consommation et de production durables.



13 Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.



16 Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques, l'accès de tous à la justice et des institutions efficaces.



17 Renforcer les moyens du partenariat mondial pour le développement durable et le revitaliser.

Quels sont les secteurs où Fairtrade fait vraiment la différence et contribue utilement au développement des objectifs de l'ONU ?

RENFORCEMENT DES PETITS PRODUCTEURS

Au sein de Fairtrade, les petits producteurs se regroupent en organisations démocratiques et améliorent notablement leur pouvoir de négociation sur le marché mondial. Fairtrade permet aux organisations certifiées de trouver de nouveaux marchés et leur facilite l'accès aux crédits. Conseils et formations contribuent à l'optimisation des méthodes de culture. Les prix minimums et les primes assurent aussi des revenus stables et permettent d'investir dans la productivité, la qualité et des projets sociaux.

PROTECTION DES ENFANTS ET DES ADOLESCENTS

Les standards Fairtrade interdisent le travail des enfants. Qui plus est, Fairtrade s'engage à différents niveaux afin de combattre le travail des enfants et ses causes. Les ateliers et les formations continues font partie de l'arsenal d'information. Enfants et adolescents eux-mêmes y sont activement intégrés.

ÉGALITÉ DES DROITS ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Les femmes bénéficient d'une bonne représentation dans les organisations certifiées Fairtrade. Leur participation accrue au processus de décision contribue grandement à l'égalité des sexes. Dans les plantations, l'égalité des chances est la règle pour les travailleuses. Leur participation aux comités est fortement encouragée par Fairtrade.

DES DROITS ACCRUS POUR LES TRAVAILLEUSES ET LES TRAVAILLEURS

Fairtrade crée de meilleures conditions de travail qui, outre les droits fondamentaux, comprennent des contrats de travail permanents et des règles de temps de travail claires. La liberté de réunion et syndicale s'applique. Les coopérations et les projets soutenus par Fairtrade garantissent qu'au-delà du minimum légal, les salaires se rapprochent de conditions convenables.

LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Fairtrade lutte contre les effets du changement climatique en apportant une aide technique et financière et dispense des formations sur la gestion du changement climatique, p. ex. sur la diversification des cultures.

En savoir plus sur les ODD à l'adresse www.maxhavelaar.ch/rapportannuel

« LE COMMERCE EST UN PUISSANT LEVIER POUR AMÉLIORER LA VIE DES HOMMES. »

JOAKIM REITER
Secrétaire général adjoint de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED)



FAIRTRADE CRÉE DES LIENS D'ÉGALITÉ

FAIRTRADE EST UN SYSTÈME INTERNATIONAL QUI RENFORCE LES PRODUCTEURS ET ENCOURAGE DES PRATIQUES COMMERCIALES ÉQUITABLES. LE GRAPHIQUE CI-DESSOUS DONNE UN APERÇU DES DIFFÉRENTS LIENS ET ACTEURS.

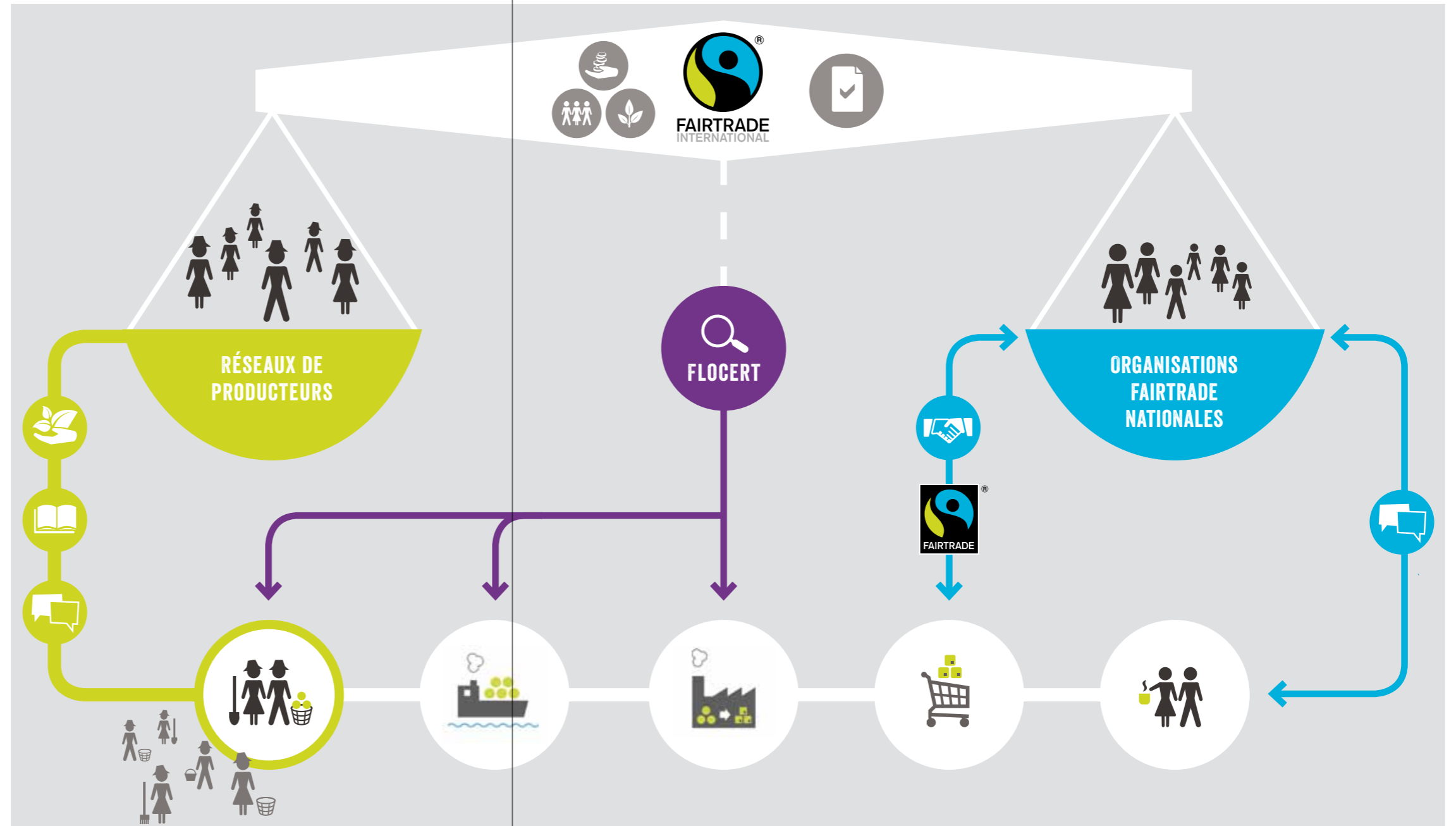
L'association faîtière Fairtrade International est responsable de l'orientation stratégique de Fairtrade et de l'élaboration des standards. Elle est financée par trois réseaux de producteurs sur trois continents (Afrique, Amérique latine, Asie) et 25 organisations Fairtrade nationales. Les producteurs qui détiennent 50% des voix sont représentés dans les plus hauts organes et comités de décision (Assemblée générale). Ils participent activement au mouvement Fairtrade.

Les réseaux de producteurs représentent les voix de près de 1,6 million de petits paysans et productrices en Afrique, Amérique latine et Asie et sont aussi responsables directement sur le terrain du soutien et des conseils.

L'UNION FAIT LA FORCE

Chez Fairtrade, les petits agriculteurs sont regroupés en coopératives afin de renforcer leur position sur le marché. Les travailleuses et les travailleurs s'organisent eux aussi au sein de comités. Les standards Fairtrade incluent non seulement des exigences en matière d'organisation et de culture, mais également des attentes claires à l'égard du commerce. Les acteurs impliqués tout au long de la chaîne de production sont régulièrement contrôlés par l'organisme de certification indépendant FLOCERT GmbH (norme d'accréditation ISO 17065).

Les organisations Fairtrade nationales telles que la Fondation Max Havelaar en Suisse décernent ensuite le label Fairtrade aux produits issus de cultures durables et du commerce équitable. En partenariat avec des acteurs économiques, la Fondation œuvre à diffuser largement les produits Fairtrade et à encourager les consommateurs à acheter équitable. Le dialogue avec les consommateurs, la société civile et les hommes politiques contribue aussi à ce que le commerce équitable s'impose toujours plus comme une évidence.



FAIRTRADE MAX HAVELAAR « VIVEMENT RECOMMANDÉ »

Le nouveau guide des labels alimentaires 2015 proposé par WWF, Helvetas, la FRC et Pusch décerne la mention « Vivement recommandé » au label Fairtrade. Max Havelaar s'impose dans la catégorie « Produits des pays en développement : aspects sociaux et équitables ». Le guide a évalué 31 labels de durabilité pour denrées alimentaires. Parmi les critères essentiels figurent l'écologie, les aspects sociaux et les relations commerciales équitables.

En savoir plus sur le guide : www.labelinfo.ch

« FAIRTRADE, CE SONT PLUS QUE DES STANDARDS. IL S'AGIT DE DONNER DU POIDS AUX PRODUCTEURS, DE RENFORCER LA CODÉCISION ET LE SOUTIEN EN ÉCHANGÉANT DIRECTEMENT AVEC EUX SUR LE TERRAIN. »

RAKESH SUPKAR
Directeur opérationnel du réseau de producteurs Fairtrade pour l'Asie et le Pacifique (NAPP)





FLEURS FAIRTRADE : POUR LES HOMMES ET L'ENVIRONNEMENT

IL Y A 15 ANS, LA FONDATION MAX HAVELAAR FAISAIT ŒUVRE DE PRÉCURSEUR ET LANÇAIT EN SUISSE LES FLEURS CERTIFIÉES FAIRTRADE. AUJOURD'HUI, PRÈS DE 50 000 EMPLOYÉS EN RETIRENT LES BÉNÉFICES DANS DES FERMES FLORICOLES CERTIFIÉES.

Au début des années 1990, plusieurs organisations ont alerté sur les conditions souvent précaires au sein des fermes floricoles dans les pays en développement et émergents. La Fondation Max Havelaar a alors décidé de s'engager, avec ses partenaires, pour de meilleures conditions de travail et une protection sanitaire et environnementale globale.

L'évolution est très nette ! Dans les fermes certifiées Fairtrade, la floriculture est désormais régie par des standards sociaux et écologiques clairement définis, incluant la réglementation des conditions de travail et une protection sanitaire étendue. La prime Fairtrade a aussi un impact fort : elle permet aux employés de réaliser leurs projets au bénéfice de toute la communauté, comme la scolarisation des enfants et l'amélioration de l'approvisionnement en eau, des projets importants au Kenya, en Tanzanie, Éthiopie, Ouganda, Zimbabwe, Équateur et Salvador, pays où sont cultivées les fleurs Fairtrade.

UN CLIMAT PARFAIT POUR LES CULTURES

Des études ont démontré qu'une rose cultivée au Kenya produit moins de CO₂ qu'une rose cultivée toute l'année dans une serre européenne, sous la lumière et la chaleur artificielles. Fairtrade est respectueuse de l'environnement sur le terrain aussi : les fermes certifiées sur les rives du lac Naivasha, au

Kenya, n'utilisent pas l'eau du lac, mais principalement l'eau de pluie pour arroser les roses.

AMÉLIORATION PROGRESSIVE DES SALAIRES

Les fermes certifiées Fairtrade doivent verser le salaire minimum légal à leurs employés. Toutefois, dans de nombreux pays, celui-ci est insuffisant pour assurer des conditions d'existence décentes. C'est pourquoi Fairtrade International évalue le niveau de salaire décent selon les régions et exige que les plantations procèdent à des augmentations progressives.



QUI SE CACHE DERRIÈRE MON PRODUIT FAIRTRADE ?

Fleurs, bananes ou café, derrière chaque produit, on trouve des hommes et des femmes. Grâce au code Fairtrade, découvrez les familles de petits producteurs et de travailleurs soutenus par Fairtrade. La fiche en ligne renseigne sur la coopérative ou la ferme, notamment sur les projets réalisés avec la prime Fairtrade.

L'HORIZON S'ÉCLAIRCIT

GRÂCE À FAIRTRADE, EVAGERINE WAMUYU (KENYA) BÉNÉFICIE D'UN EMPLOI SÛR ET D'UN DROIT DE CODÉCISION DANS LA FERME FLORICOLE QUI L'EMPLOIE. ET ELLE PEUT FINANCER LA FORMATION D'ENSEIGNANT DE SON FILS.

En général, Evagerine Wamuyu ne se départit pas si facilement de son calme. Jour après jour, elle travaille, concentrée, à l'une des tables de la halle et compose des bouquets de roses. Mais aujourd'hui, cette travailleuse de 53 ans est nerveuse. « Mon fils vient de passer ses examens, nous attendons les résultats », explique-t-elle. Jamais elle n'aurait pensé que son fils puisse aller à l'école secondaire. « Je ne pouvais pas payer les frais scolaires. »

Après une longue période de chômage, elle a retrouvé du travail à la Simbi Roses Farm il y a six ans. Depuis, l'horizon de cette femme, qui élève seule ses enfants, s'est éclairci. Avec un salaire de quelque 130 euros, elle gagne plus de trois fois

le revenu minimum des employés agricoles. « Nous avons considérablement amélioré notre ordinaire à la maison. » Grâce à un crédit à taux très réduit, elle a même pu s'acheter un réchaud à gaz. « Avant, je devais cuisiner au kérosène. Cela sentait mauvais et coûtait cher. » Evagerine bénéficie également de soins de santé gratuits à la ferme.

Mais la plus grande joie d'Evagerine Wamuyu, c'est la carrière de son fils. « Il veut devenir professeur. » La ferme a financé un tiers des frais de scolarisation qui s'élèvent à plus de 180 euros par an. Un crédit octroyé par le fonds Fairtrade permet à Evagerine Wamuyu de régler les deux autres tiers. Ainsi, grâce au commerce équitable, l'horizon s'éclaircit.

50 000
PERSONNES TRAVAILLENT DANS DES
FERMES FLORICOLES
CERTIFIÉES
FAIRTRADE

**2015 PLUS DE
700 MIO.**
DE FLEURS VENDUES
AUX CONDITIONS
FAIRTRADE
DANS LE MONDE

« FAIRTRADE VEILLE À
CE QUE NOUS AYONS ACCÈS À
DES FORMATIONS CONTINUES
ET EXERCIONS NOS DROITS COMME
EMPLOYÉS. »

GLADYS BENÍTEZ
travailleuse à la ferme horticole
d'Agrocoex, en Équateur



ATTEINDRE PLUS ENSEMBLE, AU SUD

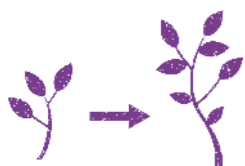
FAIRTRADE RENFORCE DURABLEMENT LES PRODUCTEURS EN AMÉLIORANT L'ORGANISATION, LE COMMERCE ET LES PRATIQUES DE CULTURE. NÉANMOINS, EN DÉPIT D'UNE HAUSSE DES VENTES À DES CONDITIONS FAIRTRADE ET DE L'AUGMENTATION DE LA PRIME DE 15 %, DE NOMBREUSES ENTREPRISES CERTIFIÉES NE PEUVENT VENDRE QU'UNE PARTIE DE LEUR RÉCOLTE À DES CONDITIONS ACCEPTABLES.

Près de 1,6 million de petites productrices et de travailleurs font partie du système Fairtrade dans le monde. Pour eux et leurs familles, le commerce équitable est, à divers titres, essentiel pour améliorer durablement leur avenir.



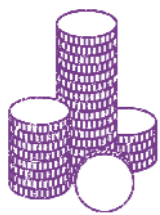
AUTODÉTERMINATION ET RESPONSABILITÉ

Les producteurs Fairtrade sont organisés suivant des principes démocratiques et forment un interlocuteur unique sur le marché, renforçant ainsi leur statut de négociateur. Ils sont très scrupuleux sur la qualité des produits et investissent dans le développement de leur communauté.



DES STANDARDS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX LARGES

Fairtrade définit des règles claires en matière de protection des ressources naturelles et de la santé ainsi que des conditions de travail équitables. Ces règles incluent aussi une gestion durable des ressources en eau, l'interdiction de pesticides dangereux, l'égalité entre hommes et femmes et l'interdiction de l'exploitation des enfants.



PRIX MINIMUM FAIRTRADE

Des débouchés économiques à des conditions équitables et des partenariats commerciaux durables garantissent une planification fiable. Ce prix minimum protège également les producteurs des fluctuations à la baisse et couvre les coûts d'une production sociale et écologique durable.



PRIME FAIRTRADE

Les organisations de petits producteurs bénéficient d'une prime Fairtrade qui s'ajoute au prix de vente de leurs matières premières et produits. Celle-ci permet des investissements bénéficiant à toute la communauté, comme l'amélioration des méthodes de culture et de la qualité ou des projets de formation, de santé et de protection de l'environnement. Les petits producteurs et les travailleuses décident eux-mêmes, démocratiquement, des projets qui seront réalisés grâce à la prime.

Durant l'exercice 2013–2014, près de 144 millions de dollars US ont, en douze mois, été versés à des organisations de petits producteurs et des plantations, soit 15 % de plus que l'année précédente. En 2015, la vente, en Suisse, de produits Fairtrade a généré près de 8,6 millions de dollars US de prime (+23 % par rapport à 2014).

Dans l'ensemble, les coopératives ont axé leurs investissements sur l'amélioration de la productivité ou de la qualité (31 %). Dans les plantations, les travailleuses et les travailleurs ont consacré 26 % de la prime Fairtrade à des projets de formation.

Plus d'infos sur l'affectation de la prime Fairtrade et autres chiffres clés sur les organisations de producteurs certifiées : www.maxhavelaar.ch/rapportannuel



ATTEINDRE PLUS ENSEMBLE, AU NORD

FAIRTRADE NE SE LIMITE PAS À L'AGRICULTURE DURABLE. COMMERCE, POLITIQUE ET CONSOMMATION SONT ESSENTIELS À SON FONCTIONNEMENT.

L'objectif de Fairtrade Max Havelaar est de généraliser le commerce équitable en Suisse. Dans un programme de partenariat, la Fondation a, en 2015, débattu avec ses partenaires économiques, politiques et sociaux des chances, enjeux et limites de Fairtrade et élaboré des scénarios d'action (voir photo).

« THE POWER OF YOU »

Pour poursuivre le travail de sensibilisation de l'opinion publique, la campagne « Power of You », lancée en 2014, a été prolongée l'année dernière par des affiches et des activations en ligne. Les études de marché révèlent que ces messages ont un impact sur une large frange de la population : Fairtrade Max Havelaar jouit d'une très forte notoriété (88 %). La confiance (85 %) et la fidélité (82 %) des acheteurs reflètent également son ancrage positif dans la population suisse (GlobeScan 2015).

« DITES OUI » AVEC DES ALLIANCES DEUX FOIS PLUS ÉTINCELANTES

Les consommateurs peuvent remplir leur panier avec Fairtrade, mais aussi porter de l'or Fairtrade à l'annulaire. Pour de nombreux couples, célébrer un mariage équitable est important : sous la devise « Oui à la vie, oui à l'or Fairtrade », Max Havelaar encourage les époux à sceller leur amour par des alliances en or Fairtrade.

CUISINE ET DÉGUSTATION AVEC FAIRTRADE

En 2015 toujours, de nombreux restaurateurs enregistrés ont débordé de créativité pour illustrer les grands thèmes « Fair-

trade Break » et « Cuisinons équitable ». Créative, la communauté Facebook de Fairtrade Max Havelaar l'a été aussi et a trouvé le titre du livret de recettes, « Le goût de l'équitable ».

COUP D'ENVOI DE LA CAMPAGNE « FAIR TRADE TOWN »

Les villes et les communes ont, à double titre, un rôle capital dans la promotion du commerce équitable : les marchés publics impliquent des volumes importants et, par ailleurs, les pouvoirs publics doivent être exemplaires à l'égard des citoyens. La Fondation Max Havelaar soutient la campagne « Fair Trade Town » financée par Swiss Fair Trade, qui battait son plein en 2015 en vue des premières distinctions (distinction de Glarus Nord en février 2016).

« PREMIÈRE FAIR TRADE TOWN, GLARUS NORD VEUT FAIRE FIGURE DE MODÈLE. POUR QUE LE COMMERCE ÉQUITABLE DEVIENNE UNE ÉVIDENCE EN SUISSE. »

MARTIN LAUPPER
Président de Glarus Nord





UN FORT ENGAGEMENT DES DÉTAILLANTS ET DES RESTAURATEURS

LES PRODUITS DU COMMERCE ÉQUITABLE VONT DEVENIR UNE ÉVIDENCE. EN 2015, FAIRTRADE MAX HAVELAAR A FAIT UNE AVANCÉE SIGNIFICATIVE VERS CET OBJECTIF.

L'année 2015 a révélé que Fairtrade répond aux besoins croissants des clients. Les consommateurs suisses ont acquis pour plus de 500 millions de francs de produits Fairtrade (+11,4 % par rapport à 2014), soit environ 62 francs par personne, dans un marché difficile et en partie en baisse.

Les partenaires de Fairtrade Max Havelaar ont contribué de manière décisive à ce bon résultat. Le commerce d'égal à égal est un critère d'achat majeur pour un nombre croissant de détaillants, fabricants d'articles de marque et restaurateurs. Le chiffre d'affaires réalisé grâce aux produits Fairtrade a augmenté de 11 % dans le commerce de détail et de 13,7 % dans la restauration.

DU JUS D'ORANGE AUX LINGOTS D'OR

Grâce aux conversions de marques connues de jus de fruits et de fruits exotiques à Fairtrade, les organisations de producteurs certifiées vendent une plus grande part de leurs récoltes à des conditions avantageuses. Les agrumes, mais surtout les ananas labellisés progressent sur le marché helvétique. Ces derniers représentent une part de marché importante (43%) tandis que plus du quart des jus de fruits a été certifié Fairtrade. Introduit en Suisse en 2014, le label pour l'or Fairtrade présente une nouveauté : depuis l'automne dernier, il est possible, en plus de bijoux, d'acheter également de petits lingots en or certifié.

TOUJOURS PLUS DE BANANES FAIRTRADE

En Suisse, plus d'une banane sur deux provient du commerce équitable (53%). Avec 32 776 tonnes vendues, 2015 a été, en quantité, une année record pour ce fruit tropical plein d'énergie. Premier produit certifié Fairtrade, le café connaît une évolution tout aussi positive. Les capsules de café Fairtrade se multiplient. On trouve aussi toujours plus de café Fairtrade dans la consommation hors domicile, notamment dans les gares. Différents produits composés comme les produits laitiers et les boissons rafraîchissantes ont atteint des taux de croissance élevés, dans le commerce de détail comme dans la restauration. Dans le secteur du cacao, le programme d'approvisionnement Fairtrade, qui porte sur la matière première clé d'un produit, participe de façon décisive à la croissance du marché et permet aux cultivateurs certifiés de réaliser des ventes Fairtrade plus élevées.

ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DES MATIÈRES PREMIÈRES EN 2015

LA CONSOMMATION DURABLE GAGNE DU TERRAIN. LES CHIFFRES DE VENTES DES PRODUITS FAIRTRADE ET LES PARTS DE MARCHÉ ET DE BIO REFLÈTENT NETTEMENT LE PHÉNOMÈNE. UNE ÉVOLUTION RÉJOUISSANTE POUR LES STRUCTURES CERTIFIÉES EN AFRIQUE, AMÉRIQUE LATINE ET ASIE. LEUR PRIORITÉ EST DE POUVOIR VENDRE DAVANTAGE DE LEURS MATIÈRES PREMIÈRES AUX CONDITIONS FAIRTRADE.

EXEMPLES DE VOLUMES DE VENTES



BANANES
32 776 tonnes
+4% par rapp. 2014



FLEURS
78 000 037 unités
-1% par rapp. 2014



CAFÉ BRUT
5 242 tonnes
+72% par rapp. 2014



CACAO¹
2 249 tonnes
+15% par rapp. 2014



SUCRE DE CANNE¹
3 872 tonnes
+24% par rapp. 2014



COTON
275 tonnes
+49% par rapp. 2014

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATÉGORIE DE PRODUIT

Produit	Chiffre d'affaires	Changement par rapp. 2013
Bananes	102 468 000	2.3%
Produits composés ²	79 639 000	23.9%
Fleurs	74 600 000	-2.0%
Jus de fruits	63 589 000	28.6%
Cacao	52 567 000	25.1%
Café brut	50 154 000	2.7%
Autres fruits exotiques ³	19 942 000	44.4%
Fruits prêts à consommer	15 809 000	15.2%
Riz / Quinoa	15 757 000	17.8%
Fruits secs / Noix	11 320 000	15.2%
Ananas	8 297 000	71.1%
Produits en coton	8 212 000	-35.3%
Épices	5 684 000	2.2%
Miel	4 185 000	-3.0%
Sucre de canne	3 678 000	-4.9%
Thé	3 294 000	-4.4%
Or	566 000	1 314.0%
Ballons de sport	387 000	-49.2%
Vin	213 000	nouveau
Plantes	30 000	-66.4%
Total	520 392 000	11.4%

¹ Contient également du cacao et du sucre dans les produits composés

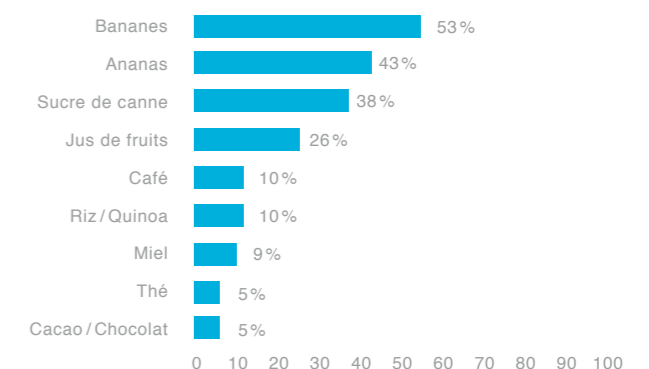
² P. ex. produits laitiers comme les desserts, les glaces ou les yogourts et boissons rafraîchissantes comme les limonades

³ P. ex. mangues, avocats, fruits de la passion, oranges, limettes, noix de coco, physalis, papayes

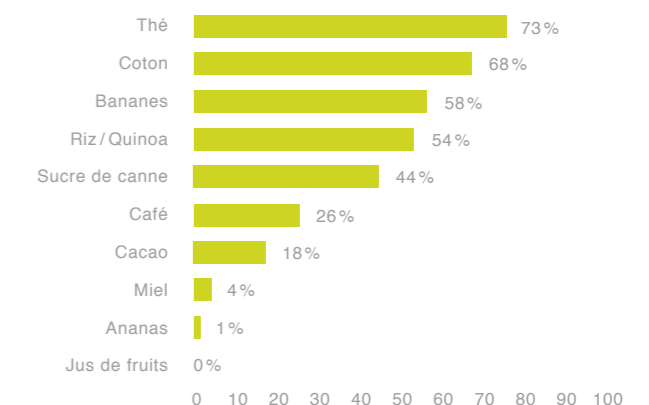
⁴ Part de marché estimée du commerce de détail, basée sur les quantités vendues. Source : AC Nielsen

⁵ La part de bio repose sur les quantités vendues.

Part de marché⁴



Part de bio⁵



« IL NE S'AGIT PAS UNIQUEMENT DE LA QUALITÉ DES MATIÈRES PREMIÈRES, MAIS DES HOMMES ET DES FEMMES QUI SONT DERRIÈRE. C'EST POURQUOI LES RELATIONS PERSONNELLES AVEC LES AGRICULTEURS SUR PLACE SONT TRÈS IMPORTANTES. »

OTMAR HOFER
Directeur de Bischofszell produits alimentaires SA



COMPTES ANNUELS ET RAPPORT 2015

GRÂCE AUX BONS RÉSULTATS OBTENUS EN 2015, LA FONDATION MAX HAVELAAR A NOTABLEMENT ACCRU SA CONTRIBUTION AU SYSTÈME INTERNATIONAL FAIRTRADE ET INVESTI DANS DES PROJETS SPÉCIFIQUES AUX PRODUITS.

La Fondation Max Havelaar a affiché un résultat très satisfaisant pour l'exercice 2015. Les revenus de licence ont progressé de 11,3% par rapport à 2014 pour atteindre près de 8 millions de francs. Ce résultat s'explique par une nette progression du chiffre d'affaires, soumis à licence, de nos partenaires commerciaux. Comme en 2014, bananes et fleurs restent les produits phares. Les jus de fruits, le café et les produits composés ont également joué un rôle clé dans la hausse des revenus de licence.

Grâce à ces bons résultats, la Fondation Max Havelaar a notablement accru sa contribution au système international Fairtrade. Les dépenses de « Coopération internationale » ont progressé de 48,8%, passant à 2,6 millions de francs. Des contributions supplémentaires pour l'or, le café et le cacao Fairtrade ont été accordées en plus des contributions des membres selon le revenu.

Les charges de personnel s'élèvent à 3,5 millions de francs, soit une progression de 11,9%. Elles incluent des coûts de l'ordre de 116000 francs (33000 francs en 2014) pris en charge par le réseau international Fairtrade, mais aussi des charges exceptionnelles de doubles emplois lors de passations de poste

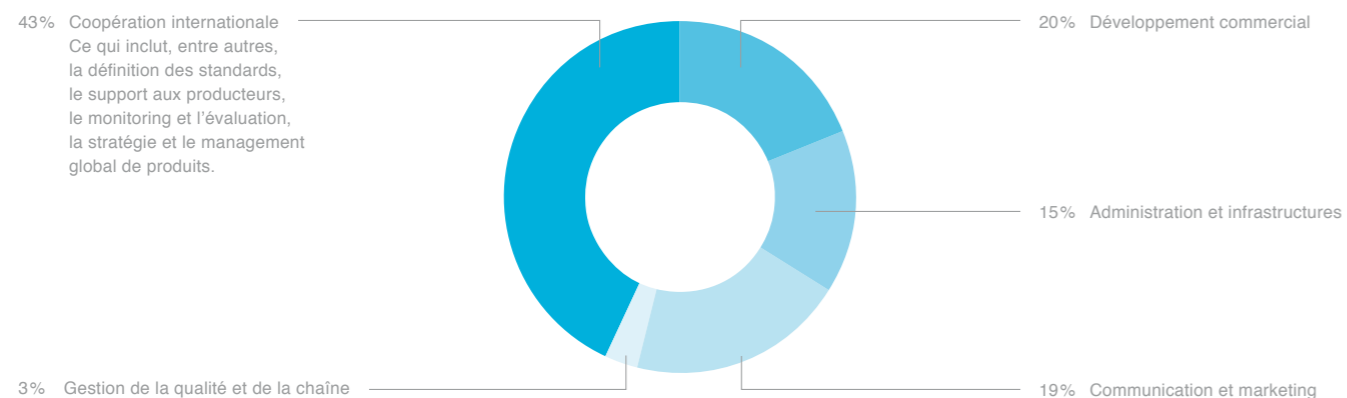
(p. ex. lors de congés maternité) et des dépenses supplémentaires ponctuelles dans le cadre du déménagement.

Les frais d'administration ont diminué de 8,1 % par rapport à 2014. Ce chiffre s'explique par une gestion des charges rigoureuse et le regroupement des deux sites de Bâle et Zurich dès avril 2015.

Les frais de marketing et de communication sont en hausse de 9,5%. La Fondation Max Havelaar a perçu des aides de ses partenaires couvrant une partie de ces frais. Les revenus en découlant figurent au poste « Autre produit d'exploitation ». Les amortissements sur immobilisations corporelles ont augmenté comme prévu, principalement du fait du regroupement des bureaux. Le résultat financier reflète avant tout, pour les charges comme pour les produits, la suppression du cours minimal du franc suisse en janvier 2015.

Malgré la forte hausse des dépenses pour la coopération internationale, le résultat annuel présente un solde positif de 553000 francs, qui consolide les réserves de la Fondation Max Havelaar et garantit la bonne marche des affaires.

RÉPARTITION DES CHARGES PAR DÉPARTEMENT 2015



PRÉSENTATION DES COMPTES SELON LES SWISS GAAP RPC

La présentation des comptes de la Fondation Max Havelaar est conforme aux recommandations relatives à la présentation des comptes (Swiss GAAP RPC).

Les présents comptes annuels ont été intégralement vérifiés dans le cadre d'un contrôle ordinaire exécuté par PricewaterhouseCoopers (Bâle), qui les a certifiés sans réserve. Ils fournissent une image du patrimoine, de la situation financière et des résultats conforme aux recommandations Swiss GAAP RPC et satisfont à la loi suisse, à l'acte de fondation et aux règlements.

BILAN

Actifs CHF	Annexe ¹	31.12.15	31.12.14
Actifs circulants			
Liquidités	4.1	3 961 666	4 206 230
Créances résultant de livraisons/prestations	4.2	1 769 953	1 492 038
Autres créances envers des tiers		90 543	90 801
Actif de régularisation	4.3	31 404	54 503
		5 853 566	5 843 572

Actifs immobilisés			
Immobilisations corporelles	4.4	351 227	94 910
		351 227	94 910
Total actifs		6 204 793	5 938 482

Passifs CHF	Annexe	31.12.15	31.12.14
Fonds étrangers à court terme			
Dettes résultant de livraisons / prestations	5.1	274 817	518 363
Autres dettes	5.2	155 744	190 864
Provisions	5.3	297 226	219 181
Passif de régularisation	5.4	428 508	515 219
		1 156 295	1 443 627

Fonds liés			
Fonds de dons		26 723	26 389
		26 723	26 389
Fonds étrangers		1 183 018	1 470 017

Capital de l'organisation			
Capital de fondation versé	6	190 002	190 002
Capital libre généré		4 278 464	3 509 351
Résultat annuel		553 309	769 112
		5 021 775	4 468 465

Total passifs		6 204 793	5 938 482
----------------------	--	------------------	------------------

COMPTE D'EXPLOITATION

	Annexe ¹	2015	2014
Produits			
Produits des licences tierces		7 968 029	7 160 332
Produits résultant de livraisons/prestations		7 968 029	7 160 332
Produits des dons			
Produits des dons affectés		333	643
Produits des dons		333	643
Autre produit d'exploitation			
Autre produit d'exploitation		321 797	90 484
Pertes résultant de créances		71 943	78 938
Total produit d'exploitation		8 362 102	7 330 397

Charges			
Charges de personnel		(3 542 430)	(3 165 918)
Charges d'administration		(669 500)	(728 828)
Coopération internationale		(2 636 041)	(1 771 737)
Charges de marketing et communication		(831 943)	(759 485)
Amortissements sur immobilisations	4.4	(184 180)	(121 055)
Autres charges d'exploitation		-	(6 563)
Charges d'exploitation		(7 864 094)	(6 553 586)

Résultat d'exploitation		498 008	776 811
--------------------------------	--	----------------	----------------

Résultat financier			
Produits financiers		187 229	19 130
Charges financières		(131 595)	(26 186)
Résultat financier		7	(7 056)

Résultat des fonds liés			
Dépôts en fonds étrangers		(333)	(643)
Résultat des fonds liés		(333)	(643)

Résultat ordinaire		553 309	769 112
---------------------------	--	----------------	----------------

Résultat de l'exercice			
Charges exceptionnelles		-	-
Résultat de l'exercice		-	-

RÉSULTAT DE L'EXERCICE		553 309	769 112
-------------------------------	--	----------------	----------------

Affectation au capital libre généré		(553 309)	(769 112)
Prélèvement sur le capital libre généré		-	-

¹ Le rapport d'expertise complet, les comptes annuels, le rapport de performance ainsi que toutes les annexes peuvent être consultés sur www.maxhavelaar.ch/rapportannuel.

LA FONDATION MAX HAVELAAR (SUISSE)

Fondée en 1992 par six associations caritatives suisses, la Fondation Max Havelaar (Suisse) est une organisation non gouvernementale. En Suisse, elle délivre le Label Fairtrade à des produits issus du commerce équitable et fabriqués suivant des méthodes durables. À titre de membre Fairtrade International, la Fondation Max Havelaar améliore, par le biais du commerce équitable, les conditions de vie des petits producteurs et des travailleuses des plantations dans les pays en développement et émergents. Toutefois, elle ne fait pas elle-même de commerce. La Fondation Max Havelaar a pour principales missions de créer des débouchés pour les produits Fairtrade ainsi que d'informer et de sensibiliser la population suisse au thème du commerce équitable.

DIRECTION DE LA FONDATION (AU 31.12.2015)

Nadja Lang, directrice générale

Elie Peter, directeur Communication et marketing, directeur général adjoint

Karin Altherr, directrice commerciale

Fabian Waldmeier, directeur Coopération internationale

Andreas Brühle, directeur Finances et services

CONSEIL DE FONDATION (AU 31.12.2015)

Hans-Peter Fricker (président)

Melchior Lengsfeld, Helvetas Swiss Intercooperation (vice-président)

Miges Baumann, Pain pour le prochain

Geert van Dok, Caritas Suisse

Jürg Rückert

Esther Oettli

Matthias Dörnenburg, Action de Carême

Monika Uhlmann, Swissaid

ORGANISATIONS FONDATRICES



CARITAS

Schweiz
Suisse
Italia



HELVETAS

Swiss Intercooperation



**HEKS
EPER**



SWISSAID



**FAIRTRADE
MAX HAVELAAR**

Fondation Max Havelaar (Suisse) | Limmatstrasse 107 | 8005 Zurich
T +41 44 278 99 00 | F +41 44 567 89 59 | info@maxhavelaar.ch | www.maxhavelaar.ch