



Photo : Sean Hawkey

# 25 ANS AVEC SON TEMPS

**RAPPORT ANNUEL ET RAPPORT D'IMPACT 2017**

FONDATION MAX HAVELAAR (SUISSE)  
FAIRTRADE ÖSTERREICH  
TRANSFAIR E.V. DEUTSCHLAND



FAIRTRADE



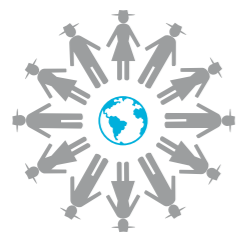
# SOMMAIRE

- P. 3 ÉDITORIAL : DU CHEMIN PARCOURU ET À PARCOURIR
- P. 4 UNE OFFRE ÉLARGIE AU PROFIT DE TOUS
- P. 6 QUESTIONS À DARÍO SOTO ABRIL DE FAIRTRADE INTERNATIONAL : « CHACUN D'ENTRE NOUS PEUT CHANGER LES CHOSES »
- P. 8 L'UNIVERS FAIRTRADE
- P. 10 GROS PLAN SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE – QUE FAIT FAIRTRADE ?
- P. 12 INTERVIEW DE RÜDIGER MEYER DE FLOCERT : LES STANDARDS DOIVENT ÊTRE FLEXIBLES
- P. 13 CARTE BLANCHE : LE COMMERCE ÉQUITABLE PLUTÔT QUE L'AUMÔNE
- P. 14 REPORTAGE D'UNE FERME FLORICOLE : « FAIRTRADE FAIT ÉNORMÉMENT POUR NOUS »



## DU CHEMIN PARCOURU ET À PARCOURIR

EN DÉPIT DES VICTOIRES REMPORTÉES DURANT LES 25 DERNIÈRES ANNÉES, L'ENGAGEMENT DE FAIRTRADE POUR UN COMMERCE MONDIAL ÉQUITABLE CONSERVE SON ACTUALITÉ EN SUISSE, EN ALLEMAGNE ET EN AUTRICHE.



**LE SYSTÈME FAIRTRADE REGROUPE 1.66 MILLION DE PAYSANS ET DE TRAVAILLEUSES À TRAVERS LE MONDE.**



**GRÂCE AUX FORMATIONS, FAIRTRADE ATTEINT EN ASIE 80 % DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS CERTIFIÉES.**



**ON COMPTE 1411 ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS FAIRTRADE DANS 73 PAYS.**



**GRÂCE AU PREMIER PROJET FAIRTRADE CARBON CREDIT, PLUS DE 10 000 FOURNEAUX ONT ÉTÉ FINANCÉS AU LESOTHO.**



**LES RÉSEAUX DE PRODUCTEURS FAIRTRADE DÉTIENNENT 50 % DES VOIX POUR TOUTES LES GRANDES DÉCISIONS.**



**150 MILLIONS D'EUROS SONT VERSÉS À TITRE DE PRIME CHAQUE ANNÉE AUX ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS.**

Fairtrade a commencé avec une poignée de gens désireux d'exprimer leur solidarité avec les habitants de l'hémisphère sud. Depuis, Fairtrade est devenu un véritable mouvement qui symbolise plaisir équitable et bonne conscience. Depuis plus de 25 ans, la Fondation Max Havelaar (Suisse), Fairtrade Allemagne et Fairtrade Autriche (qui fête son anniversaire cette année) s'engagent en faveur d'une agriculture durable, du commerce équitable et de meilleurs débouchés pour les productrices et les producteurs du Sud. Cependant, Fairtrade fait face à de grands défis que nous abordons dans le cadre d'un dialogue permanent avec nos partenaires et l'ensemble des parties prenantes.

Nous citerons, par exemple, le changement climatique, les droits des enfants et des travailleurs, l'égalité entre les sexes et le renforcement des familles paysannes. Cinq groupes de travail composés de collègues de Fairtrade International, des organisations Fairtrade nationales du Nord et des réseaux de producteurs du Sud se consacrent à des objectifs ambitieux qui nécessitent des liens forts entre les parties prenantes. Dans l'espace germanophone, nous approfondissons également l'interaction entre nos trois pays, comme le montre ce deuxième rapport rédigé en commun.

Depuis 25 ans, notre travail poursuit le même but : offrir des débouchés équitables sur le marché international aux familles de petits producteurs du Sud ainsi que des salaires rémunérateurs aux employés afin de leur permettre d'améliorer leurs conditions de vie par leurs propres moyens. C'est pourquoi Fairtrade continue à élargir son système de labels. Cette année, presque tous les ingrédients issus du commerce équitable peuvent bénéficier d'un label dédié. Le développement de notre système de labellisation permet d'ouvrir de nouveaux canaux de vente aux conditions

Fairtrade pour les productrices et les producteurs et d'étendre l'éventail de matières premières équitables pour les entreprises de transformation. Enfin, il garantit davantage de transparence et de choix aux consommatrices et aux consommateurs.

Fairtrade affiche une croissance importante dans l'espace germanophone et dans le monde. Toutefois, un revenu sûr et une vie autonome n'ont toujours rien d'évident pour les habitants de l'hémisphère sud. L'adaptation aux effets du changement climatique ainsi que la génération d'un revenu suffisant et réglementé sont les principaux défis auxquels le système Fairtrade devra répondre au cours des années à venir. Toutefois, nous ne pourrions les surmonter qu'à titre de mouvement mondial, aux côtés de l'ensemble des parties prenantes, à savoir les productrices et les producteurs d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine ; les acteurs économiques, commerciaux et politiques ; et vous tous, qui nous soutenez. Tous ensemble, nous pouvons assumer notre responsabilité et faire du développement durable une réelle évidence.

Comme le dit si bien le proverbe anglais : teamwork makes the dream work.

Nous vous remercions vivement pour l'engagement qui fait de vous, chères lectrices et chers lecteurs, des membres de l'équipe mondiale Fairtrade.

**Andreas Jiménez,**

Directeur de la Fondation Max Havelaar (Suisse)

**Hartwig Kirner,**

Directeur de Fairtrade Autriche

**Dieter Overath,**

Président du conseil d'administration de Fairtrade Allemagne





LES FEMMES DE LA COOPÉRATIVE IVOIRIENNE SCAANIA TRAVAILLENT LES FÈVES DE CACAO.

Photo : Fairtrade / Sean Hawkey



L'AUGMENTATION DES VENTES DES FLEURS CERTIFIÉES SIGNIFIE POUR LES EMPLOYÉS DE HAYA GORASSA AU KENYA PLUS D'INVESTISSEMENT POUR LEUR FUTUR.

Photo : Fairtrade / Remo Nageggi

## UNE OFFRE ÉLARGIE AU PROFIT DE TOUS

LA LABELLISATION DES MATIÈRES PREMIÈRES FAIRTRADE DONNE PLUS DE CHOIX ET DE TRANSPARENCE. DE LA CONSOMMATION À LA PRODUCTION, TOUT LE MONDE PROFITE DAVANTAGE DU COMMERCE ÉQUITABLE.

Prenons l'exemple des roses : pour les acheter en qualité Fairtrade, il fallait opter pour une rose unique, ou pour un bouquet uniflore. Mais quid des bouquets composés tant appréciés des consommateurs ? Jusqu'ici, les directives Fairtrade n'autorisaient pas la confection de bouquets mêlant fleurs Fairtrade et fleurs conventionnelles. Une restriction regrettable pour les consommateurs, mais aussi pour les employés des fermes floricoles qui ne pouvaient pas exploiter leur potentiel commercial.

Le nouveau modèle de Fairtrade permet désormais de mettre en avant un « ingrédient » particulier, c'est-à-dire des matières premières isolées. Dans un bouquet composé, il sera possible de mélanger des roses Fairtrade avec des fleurs régionales non certifiées.

Le cacao et le sucre bénéficient déjà de cette possibilité d'identifier des ingrédients ou des matières premières isolées. Un chocolat peut donc contenir du cacao Fairtrade et du sucre produit localement. Et cela marche ! Les ventes de chocolat Fairtrade, et partant, les volumes de cacao vendus par les petits producteurs Fairtrade ont affiché une croissance à trois chiffres au cours des dernières années. À l'avenir, cette possibilité sera étendue à presque tous les ingrédients Fairtrade (à l'exception du café et des bananes). On trouvera ainsi du riz Fairtrade dans des plats composés, du thé Fairtrade dans du thé glacé, des noix de cajou dans des mélanges...

### Une transparence accrue

Les consommatrices et les consommateurs vont-ils avoir encore plus de mal à s'y retrouver dans la jungle des labels ? Pas du tout. Le nombre de labels Fairtrade reste le même et les consommateurs bénéficient d'une transparence accrue. Le label FSI

### LES LABELS FAIRTRADE EN UN COUP D'ŒIL



Le **label Produit Fairtrade** correspond à des produits issus de l'agriculture et du commerce équitables (évent. des produits composés, p. ex. le chocolat ou la glace). Chaque ingrédient pour lequel il existe des standards Fairtrade doit être Fairtrade. La flèche signale les informations imprimées au verso de l'emballage. Il y est précisé s'il s'agit d'un produit composé ou avec bilan de masse\*.



Le **label modèle d'Approvisionnement d'un Ingrédient Fairtrade (FSI)** correspond à une matière première issue de l'agriculture et du commerce équitables. Seul l'ingrédient mentionné est certifié Fairtrade dans le produit en question.



Les **Programmes Fairtrade pour le cacao, le sucre et le coton** s'appuient sur des ingrédients individuels cultivés de façon équitable. Ce label sera remplacé sous peu.



Le **label Textiles Fairtrade** certifie le renforcement des ouvriers et des ouvrières ainsi que l'amélioration des salaires et des conditions de travail tout au long de la filière textile.

(modèle d'Approvisionnement d'Ingrédient Fairtrade) remplace le label Programme. Il sera blanc afin de se différencier du label classique sur fond noir. Il comportera toujours la mention de l'ingrédient ou de la matière première. Sur un bouquet de fleurs par exemple, le label Fairtrade blanc avec la mention « Roses » sur l'emballage signifie que seules les roses proviennent du commerce



Le **label Or Fairtrade** apposé sur un produit garantit que l'or est issu d'un mode d'extraction et de commercialisation équitables.



Le **label Coton Fairtrade** certifie le coton issu de l'agriculture et du commerce équitables. Sa traçabilité est garantie à toutes les étapes de la production. Il n'est pas transformé en même temps que du coton conventionnel.



Gold Standard's expertise in climate security and sustainable development and Fairtrade's strength in producer empowerment, together support vulnerable rural communities in their fight against climate change.



La **mention Standard Climat Fairtrade** correspond à des projets de protection du climat qui permettent de négocier les réductions d'émission de CO<sub>2</sub> sous forme de certificats. Ces transactions peuvent concerner l'ensemble de l'entreprise ou la fabrication de certains produits.

Pour en savoir plus sur les labels, consultez nos sites web.

\* La traçabilité indirecte est autorisée pour le sucre, le cacao, le thé et les jus de fruits. Ces produits peuvent être négociés suivant les standards Fairtrade avec bilan de masse. Dans ce cas, il est possible de mélanger des produits équitables avec des produits conventionnels.

équitable. Par ailleurs, les consommatrices et les consommateurs bénéficient de davantage de choix. Les fabricants, les distributeurs et les détaillants ont eux aussi davantage de possibilités de s'engager en faveur de Fairtrade. La transparence est d'autant plus accrue que des informations complémentaires seront disponibles au verso de l'emballage, signalées par la flèche ornant le label. Il y sera indiqué s'il s'agit d'un produit composé ou avec bilan de masse. Prenons l'exemple du jus d'orange. Lors de sa fabrication, il est permis de mélanger des fruits Fairtrade avec des fruits conventionnels en raison du faible volume d'oranges cultivées aux conditions Fairtrade. Bien entendu, la quantité de jus labellisé correspond au volume total d'oranges Fairtrade transformées.

### Les standards Fairtrade demeurent rigoureux

Ce modèle se traduit par une augmentation des ventes pour les familles paysannes, par davantage de choix et de transparence pour les consommatrices et les consommateurs – et par plus de possibilités de s'engager en faveur de l'équitable pour les entreprises partenaires. Pour le reste, rien ne change : les produits labellisés demeurent soumis aux mêmes standards Fairtrade concernant les méthodes de culture, les droits des travailleurs, la transformation et le commerce. Car la fiabilité et la crédibilité sans faille de Fairtrade sont ses atouts.

Acheter des produits parmi cet assortiment élargi, c'est s'assurer que davantage de petits producteurs et d'ouvriers vont bénéficier des conditions privilégiées de Fairtrade.

« DANS LE CHOCOLAT IL EXISTE LE POTENTIEL DE POUVOIR CHANGER DURABLEMENT LES CHOSES. À CONDITION QUE TOUT LE MONDE S'IMPLIQUE À RENDRE LE COMMERCE ÉQUITABLE. »

Anne-Marie Yao, responsable du Programme Cacao en Afrique de l'Ouest de Fairtrade Africa







Photo : Fairtrade / Javier Luna

« PLUS DE GENS PARTICIPENT, PLUS IL SERA DIFFICILE POUR LES ENTREPRISES ET LES GOUVERNEMENTS D'IGNORER LE SUJET. »  
 Darío Soto Abril,  
 directeur de Fairtrade International

## « CHACUN D'ENTRE NOUS PEUT CHANGER LES CHOSES »

DEMANDE À FAIRTRADE ! NOUS AVONS REÇU DE NOMBREUSES QUESTIONS INTÉRESSANTES SUITE À CETTE INVITATION PUBLIÉE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX. DARIÓ SOTO ABRIL, DIRECTEUR DE FAIRTRADE INTERNATIONAL, Y A RÉPONDU.

### Fairtrade est-il bio ? (Stephanie H., Allemagne)

Fairtrade promeut activement l'agriculture bio, mais celle-ci ne conditionne pas l'obtention de notre Label. Néanmoins, Fairtrade impose de multiples contraintes environnementales : gestion réfléchie de l'eau, interdiction des OGM, interdiction ou usage réduit des produits chimiques, prévention de l'érosion des sols ou encore réduction du CO<sub>2</sub>. Par ailleurs, Fairtrade forme les producteurs sur les méthodes agricoles durables.

### Pourquoi trouve-t-on des produits certifiés Fairtrade dont la majorité des ingrédients ne sont pas Fairtrade ? (Benjamin K., Allemagne)

Les standards Fairtrade ne s'appliquent qu'à certaines matières premières. Il n'est donc pas possible de certifier tous les ingrédients. Par exemple, il n'existe pas de label Fairtrade pour le lait, les œufs, le pain ou les céréales en général. Dans un produit composé comme de la crème glacée, certains ingrédients sont disponibles en qualité Fairtrade (sucre, cacao, etc.) et d'autres non (lait...). Il serait injuste, vis-à-vis des organisations de producteurs du Sud, d'interdire l'utilisation de sucre et de cacao issus du commerce équitable pour la fabrication de la crème glacée. Notre solution : tout ce qui existe en qualité Fairtrade doit être Fairtrade. En outre, le produit doit comporter au moins 20 % d'ingrédients issus du commerce équitable.

Par ailleurs, les fabricants peuvent désormais mentionner un ingrédient Fairtrade unique sur l'emballage. Cette mesure permet à un plus grand nombre de productrices et de producteurs de bénéficier du commerce équitable. Ce faisant, nous attachons une très grande importance à la transparence : les fabricants

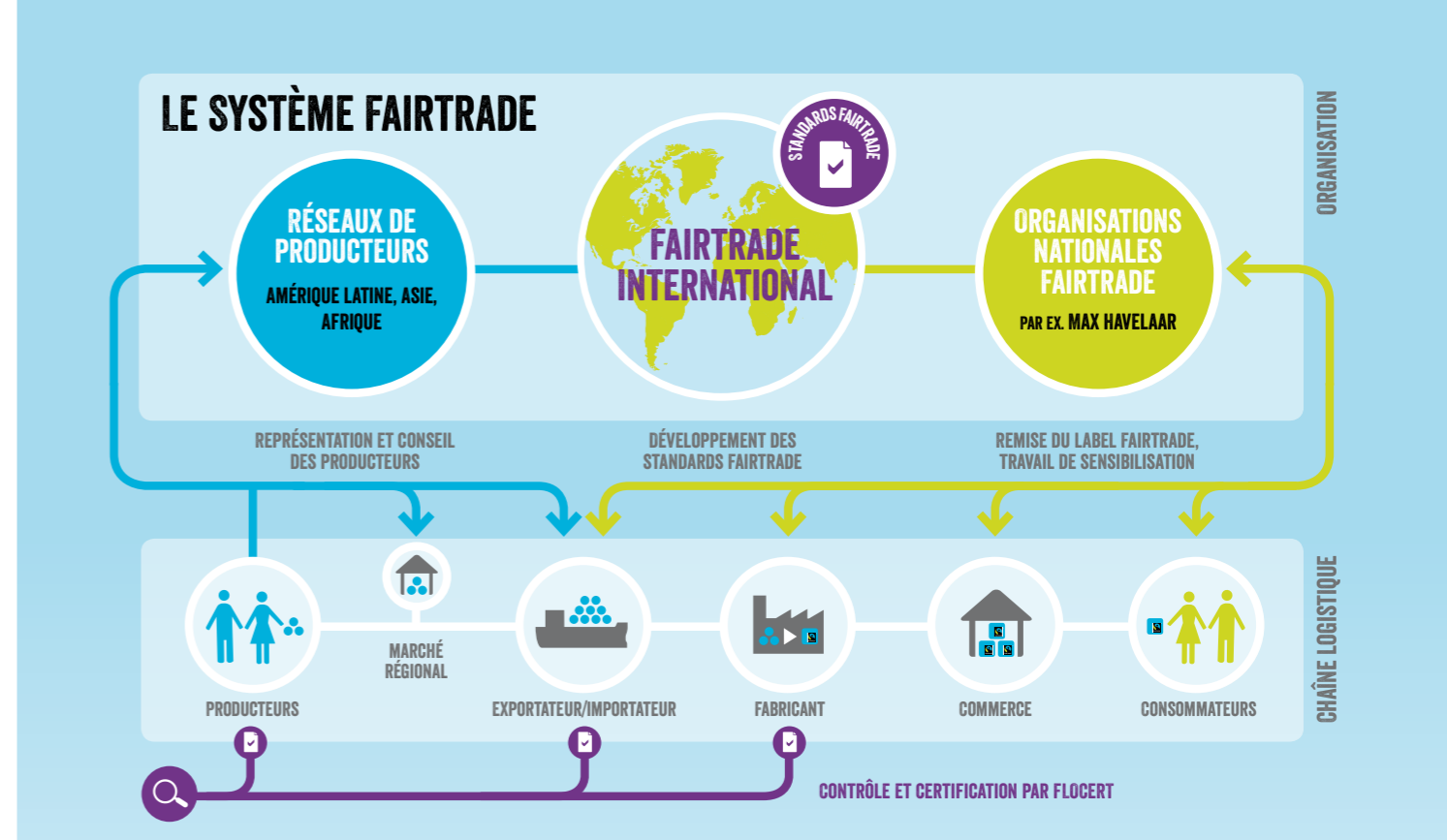
doivent indiquer sur chaque produit ce qui est Fairtrade et ce qui ne l'est pas. Les consommatrices et les consommateurs savent donc précisément ce qu'ils achètent.

### Peut-on vraiment, à l'échelle du consommateur, changer quelque chose au commerce international ? (Patrick P., Suisse)

Chacun d'entre nous peut changer les choses ! Au supermarché, je décide de ce que j'achète. Si je ne trouve pas de produits Fairtrade, je peux demander à la direction de la filiale pourquoi ils ne vendent pas, par exemple, de fleurs ou de café issus du commerce équitable. Je peux aussi m'organiser avec mon entourage. Je peux parler de Fairtrade avec mes amis, mes connaissances et bien entendu ma famille. Il est important que le mouvement s'amplifie et que d'autres personnes adhèrent au commerce équitable. Plus de gens participeront, plus les entreprises et les gouvernements auront du mal à ignorer le sujet.

### Combien coûte le label Fairtrade ? Par exemple, combien les paysans doivent-ils payer pour certifier leur cacao ? (Emily E., Allemagne)

Fairtrade ne certifie pas les familles de petits producteurs. Pour participer au système Fairtrade, les paysans doivent d'abord se regrouper au sein de coopératives gérées démocratiquement. Les membres de la coopérative assument ensemble les coûts de certification qui dépendent, entre autres, de la taille de l'organisation et du nombre de produits à certifier. Prenons l'exemple d'une coopérative d'une centaine de membres. La première année, elle paie un peu plus de 3000 euros afin de



couvrir les frais de la procédure de certification et un premier audit complet. Mais par la suite, la cotisation est sensiblement moins élevée. En contrepartie, la coopérative obtient un prix minimum et une prime Fairtrade pour les volumes qu'elle vend aux conditions Fairtrade.

### Que prévoit de faire Fairtrade afin de convaincre d'autres négociants, organisations de producteurs et entreprises au niveau international ? (Joel W., Allemagne)

Fairtrade est un système ouvert. Plus de familles paysannes et d'employés participent en Afrique, en Asie et en Amérique latine, mieux c'est. Par ailleurs, nous veillons à la réussite de nos membres au sein du système Fairtrade. En particulier, nous souhaitons nous assurer qu'ils soient en mesure de livrer les quantités convenues et qu'ils aient suffisamment de débouchés à l'international afin de pouvoir vendre leurs matières premières aux conditions Fairtrade. En outre, nous entendons proposer des prestations de qualité aux organisations de producteurs. Celles-ci doivent donc avoir un plan commercial qui fonctionne et pouvoir tenir leur engagement.

### Comment se fait-il que Fairtrade certifie des entreprises pourtant connues pour leurs pratiques inéquitables ? (Michael B., Allemagne)

Fairtrade ne certifie pas des entreprises, mais des produits. De nombreux producteurs ne peuvent vendre qu'une petite partie de leurs récoltes aux conditions Fairtrade, car la demande est insuffisante. Chaque entreprise qui utilise des produits Fairtrade soutient donc directement les familles paysannes et leurs employés.

### Fairtrade a-t-il suffisamment agi pour faire changer les mentalités par rapport au commerce équitable ? (Ruth J., Suisse)

Fairtrade a été très actif au cours des dernières décennies. D'une part, pour changer les mentalités concernant le commerce équitable dans les pays du Nord et promouvoir la compréhension pour les producteurs de l'hémisphère sud. D'autre part, pour que

les familles paysannes comprennent que le fait de se regrouper au sein d'une coopérative leur donne davantage de poids. En avons-nous pour autant fait suffisamment ? Probablement pas. Fairtrade ne peut jamais en faire assez pour les familles paysannes du Sud. Nous nous attachons à améliorer les prestations proposées aux organisations de producteurs. On peut toujours mieux faire. Nous y travaillons.

### Où voyez-vous Fairtrade dans 20 ans ? (Herthi, Allemagne)

Notre vision, c'est que partout dans le monde, les familles de petits producteurs et tous les employés des plantations gagnent suffisamment pour bien vivre et pas seulement survivre. Je serai très heureux si nous y parvenons. Car Fairtrade aura apporté durablement la preuve de son utilité.

« JE SUIS FIER D'ÊTRE PARTIE INTÉGRANTE DE FAIRTRADE. NOTRE RIZ EST UN DES MEILLEURS DE CETTE RÉGION ET NOUS CONTINUONS À MISER SUR LA QUALITÉ. »



Bahadur Singh Bajwal,  
 producteur de riz et  
 président de la Fondation  
 Fair Farming Ramnagar en Inde





# L'UNIVERS FAIRTRADE

## LES PRINCIPAUX PRODUITS FAIRTRADE ET LEURS PAYS DE PRODUCTION POUR LA SUISSE, L'ALLEMAGNE ET L'AUTRICHE

-  Organisation Fairtrade nationale
-  Pays de production Fairtrade
-  Pays de production Fairtrade et organisation de marketing Fairtrade



### FAIRTRADE INTERNATIONAL

En 1997, plusieurs labels se regroupent afin de coordonner leurs activités auprès des organisations de producteurs. Cette initiative aboutit à la création de Fairtrade International, une association d'utilité publique siégeant à Bonn. Fairtrade International est l'organisation faîtière de toutes les initiatives Fairtrade. Chargée d'élaborer les standards Fairtrade, elle représente à la fois les producteurs et le commerce au sein de ses comités.



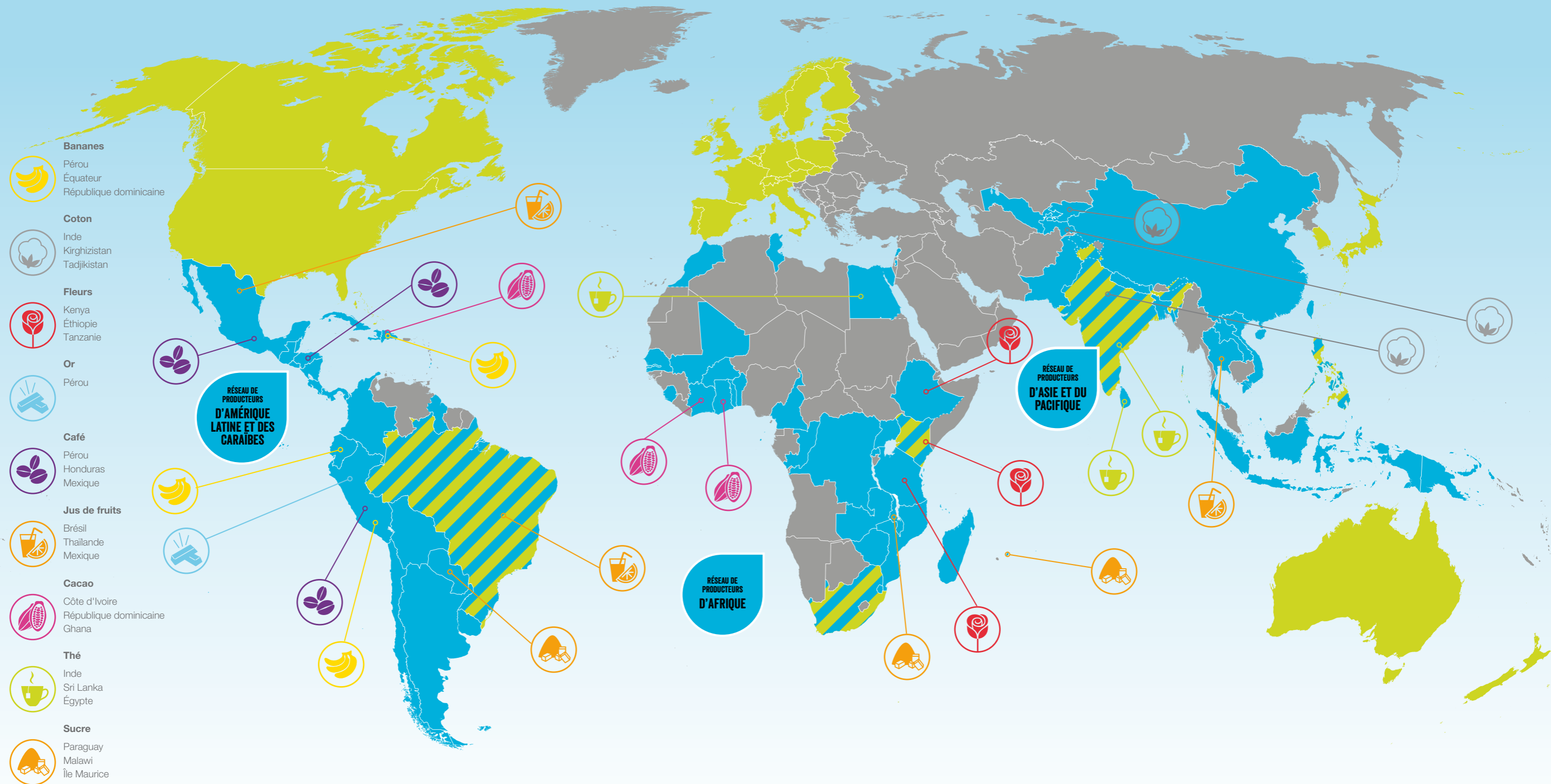
Avec

**50 % DES VOIX,**

les représentants des familles paysannes, des ouvrières et des ouvriers siègent à parité au sein des principaux organes décisionnaires et comités internationaux de Fairtrade International.

### ORGANISATIONS FAIRTRADE NATIONALES

Les organisations Fairtrade nationales telles que Fairtrade Allemagne, Fairtrade Autriche et Max Havelaar (Suisse) sont responsables de l'attribution du label Fairtrade dans les pays de consommation. Ils créent des débouchés pour les produits Fairtrade et sensibilisent l'opinion au commerce équitable.







DANS LE CADRE DE LA CONFÉRENCE SUR LE CLIMAT COP 23 À BONN, FAIRTRADE DESCEND DANS LA RUE POUR DES OBJECTIFS CONTRAIGNANTS.

Photo : Fairtrade / Jakub Kajszewski

## CHANGEMENT CLIMATIQUE – QUE FAIT FAIRTRADE ?

FAIRTRADE MET EN ŒUVRE DE MULTIPLES MESURES POUR AIDER LES FAMILLES PAYSANNES À CONTRER LES EFFETS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE.

Cela fait bien des années que le changement climatique est devenu une réalité tangible pour les 1,6 million de producteurs Fairtrade dans les pays en développement. Désormais, la saison des pluies survient plus tard ou pas du tout. Les maladies parasitaires et végétales, p. ex. la rouille du caféier, se multiplient et la productivité des plantes diminue. Les pertes partielles ou complètes dues au changement climatique menacent l'existence de nombreuses familles de petits producteurs. Lorsque leurs situations géographique et financière le leur permettent, elles déplacent leurs plantations à une altitude plus élevée. Pour ce faire, elles défrichent souvent de nouvelles zones, ce qui renforce la destruction des ressources naturelles et le changement climatique. Par ailleurs, l'évolution du climat pousse de nombreux paysans à quitter leur région pour la ville ou une autre région, voire à émigrer dans un pays de l'hémisphère nord.

Les paysannes et cultivateurs des pays du sud ont impérativement besoin d'un soutien technique et financier pour s'adapter à ces nouvelles conditions climatiques. En outre, il faut développer des méthodes agricoles durables qui produisent moins d'émissions et qui préservent les ressources naturelles. Le système Fairtrade propose différents modules pour contribuer à relever ces défis.

### Au-delà des standards

Les standards Fairtrade comprennent de nombreux critères de développement en matière de climat et de gestion de l'environnement. Ces points font l'objet de vérifications régulières. Car protection de l'environnement et lutte contre le changement climatique vont de pair : la diminution de la consommation d'eau,

la forte restriction de l'usage d'engrais et de pesticides (dont la fabrication est très gourmande en énergie et nuisible pour le climat) ainsi que la promotion de l'agriculture biologique ne sont que quelques exemples parmi d'autres de cette interaction.

En outre, Fairtrade a mis en place un programme pour le climat qui s'appuie notamment sur des formations dispensées par les réseaux de producteurs Fairtrade, mais aussi sur des projets pilotes concrets et des mesures de transition locales. Ce programme poursuit trois objectifs :

### 1. Aider à l'adaptation au changement climatique

Les conseillers locaux des trois réseaux de producteurs (Afrique, Asie et Amérique latine) organisent des formations continues afin d'aider les familles paysannes à identifier les effets du changement climatique ainsi qu'à élaborer et à appliquer des stratégies d'adaptation. Par ailleurs, ils proposent des formations sur les méthodes agricoles durables, créent des parcelles de démonstration pour renforcer la bio-

### Cinq priorités

Le changement climatique, qui figure parmi les objectifs de développement durable de l'ONU, est l'une des cinq priorités que s'est fixées Fairtrade. Par ailleurs, Fairtrade s'engage activement en faveur des droits des enfants et des travailleurs, de l'égalité hommes-femmes et du renforcement des agricultrices et paysans.



ZEDDY ROTICH, CAFÉICULTRICE FAIRTRADE DU KENYA, PRODUIT DU BIOGAZ POUR SA GAZINIÈRE.

Photo : Fairtrade / David Macharia

diversité ou mènent des actions de reforestation avec le soutien financier d'entreprises et d'ONG locales et internationales.

### 2. Réduire les émissions de gaz à effet de serre tout au long de la filière

Les gains d'efficacité et les énergies renouvelables sont des outils essentiels pour réduire les émissions polluantes. De nombreuses mesures ont fait leurs preuves auprès des producteurs des pays en développement : p. ex. des fours à haut rendement qui nécessitent moins de bois et dégagent ainsi moins de CO<sub>2</sub>, des unités photovoltaïques ou au biogaz pour la cuisine, l'éclairage ou l'eau chaude.

Le standard Fairtrade Climat permet de financer des projets de protection du climat visant à réduire les émissions dans le Sud. Ces réductions peuvent être négociées sous la forme de certificats (Fairtrade Carbon Credits). Les entreprises souhaitant participer à ce commerce d'émissions doivent commencer par réduire au maximum leur propre bilan carbone. Elles ont alors la possibilité de compenser les émissions inévitables par l'achat de certificats climatiques Fairtrade. Ce système permet ainsi de réduire les émissions dans les pays du Nord et du Sud.

### 3. Cibler l'activité de lobbying

Dans l'hémisphère nord, les différentes organisations Fairtrade (p. ex. Fairtrade Allemagne, Fairtrade Autriche ou la Fondation Max Havelaar (Suisse)) mobilisent la société civile et les acteurs politiques afin de faire entendre la voix des petits producteurs qui sont touchés par le changement climatique. Cet engagement conjoint se concrétise notamment lors des conférences climatiques de l'ONU que Fairtrade met à profit pour attirer, aux côtés des paysannes et des agriculteurs, l'attention sur la situation de ces derniers. En outre, les organisations Fairtrade nationales aident les producteurs à trouver des aides financières pour les projets d'adaptation au changement climatique ou à collaborer avec des initiatives de la société civile telles que l'Alliance pour le climat en Allemagne.

### Prochaines étapes

Le changement climatique pose des défis de taille aux productrices et aux producteurs Fairtrade. En 2015, Fairtrade International a formé un groupe de travail (*Climate Change Working Group*) chargé d'élaborer et de mettre en œuvre le Standard Fairtrade Climat. À l'avenir, ce groupe de travail se consacrera à la progression du Programme Fairtrade Climat.

De même, les réseaux de producteurs prennent des mesures complémentaires afin d'aider les familles paysannes à s'adapter au changement climatique. Fairtrade Afrique prévoit ainsi la mise en place d'une Climate Change Academy qui mènera des recherches et des formations ciblées.

Une chose est claire : l'ampleur des mesures nécessaires pour lutter contre le changement climatique est immense. Elle dépasse de loin les capacités d'un seul système tel que Fairtrade. Il est nécessaire que les citoyennes et citoyens, les responsables politiques, économiques, et de la société civile assument conjointement leurs responsabilités dans la lutte contre le changement climatique.

« NOUS ESSAYONS DE FAIRE FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE. GRÂCE À FAIRTRADE, NOUS OBTENONS DES FORMATIONS ET NOUS METTONS EN PLACE DES INSTALLATIONS DE BIOGAZ. »

Zeddy Rotich, caféicultrice au sein du projet « Women in Coffee » au Kenya





« FAIRTRADE EST UN STANDARD ET UN SYSTÈME DE DÉVELOPPEMENT. »  
Rüdiger Meyer,  
directeur de FloCERT.

## LES STANDARDS DOIVENT ÊTRE FLEXIBLES

EN 2017, FAIRTRADE A DÉLIVRÉ 718 CERTIFICATIONS ET PRONONCÉ 220 SUSPENSIONS AINSI QUE 77 DÉCERTIFICATIONS. RÜDIGER MEYER, DIRECTEUR DE FLOCERT, EXPOSE LES OBJECTIFS ET LES MÉTHODES DE SA SOCIÉTÉ.

### Pourquoi l'organisme de certification FloCERT procède-t-il à la fois à des audits programmés et à des audits surprise ?

Les audits programmés sont nécessaires dans la mesure où ils permettent à nos clients de se préparer. Nous examinons leurs livres de comptabilité et leurs bons de livraison. Généralement, nous devons nous entretenir avec l'un des responsables afin de comprendre précisément ce qu'il s'est passé chez eux. Les audits surprise ont une autre fonction, tout aussi essentielle : de temps à autre, des employés ou des syndicats nous signalent le non-respect de certains standards. Dans ce cas, nous envoyons nos auditeurs sur place de façon imprévue.

### Est-il courant qu'une organisation de producteurs doive améliorer un point particulier ?

Sur un total de 4000 organisations certifiées, nous enregistrons près de 17000 écarts par an dans le monde. Ces écarts doivent être corrigés très rapidement. Si l'organisation n'y parvient pas, elle est suspendue. Concrètement, cela signifie que nous interrompons le commerce avec cette organisation jusqu'à correction de l'écart. Les 17000 écarts constatés l'année dernière ont entraîné 220 suspensions. Il en a résulté 77 décertifications. Ce sont pour ainsi dire les différents échelons de sanction. Cependant, le commerce équitable a pour objectif de favoriser le développement des organisations, pas de les décertifier. Il s'agit vraiment de la dernière extrémité.

### Et quand une organisation remplit les standards : tout est parfait ?

La perfection est l'objectif recherché. Mais cela ne se fait pas du jour au lendemain. Fairtrade est un standard et un système de développement. Notre but, c'est d'aider les organisations de producteurs à poursuivre leur développement. C'est pourquoi nous travaillons aussi avec des organisations dont le niveau de développement n'est pas aussi performant que nous le souhaiterions.

### Tous les standards Fairtrade ne doivent donc pas forcément être remplis dès le départ ?

C'est l'atout et l'innovation du système Fairtrade : nous travaillons sur la base d'un standard de développement qui se divise en plusieurs parties. Il y a les standards de base qui doivent impérativement être appliqués : l'interdiction du travail abusif des enfants, de l'esclavage, etc. Sur ce point, la tolérance est nulle. Toute violation entraîne la décertification. Par ailleurs, il existe un certain nombre de standards de développement qui doivent être remplis au cours des trois à six ans suivant la certification. Ils sont conçus de telle façon que les organisations de producteurs peuvent choisir leur propre voie. Le standard prescrit un objectif de développement que chaque organisation est libre d'atteindre comme elle l'entend. Pour nous, il est important que les organisations atteignent les différents critères au bout de trois à six ans suivant la certification.

Vous trouverez la vidéo de l'interview sur <http://bit.ly/flocertinterview>

« LE COMMERCE EST UN MOTEUR ESSENTIEL AFIN DE LUTTER CONTRE LA PAUVRETÉ. »  
Marika de Peña,  
présidente du Réseau de Producteurs d'Amérique Latine CLAC

## LE COMMERCE ÉQUITABLE PLUTÔT QUE L'AUMÔNE

QUE DOIVENT FAIRE LES PAYS DU NORD POUR QUE LE COMMERCE ÉQUITABLE FONCTIONNE ? MARIKE DE PEÑA, PRÉSIDENTE DU CLAC (RÉSEAU DE PRODUCTEURS D'AMÉRIQUE LATINE), EXPLIQUE SES ATTENTES.

« Le commerce équitable a été initié à la fois par et pour les familles paysannes et les employés des plantations du Sud. La vente de produits Fairtrade contribue au développement et au bien-être de centaines de milliers de familles. Le commerce équitable repose sur les principes de justice, de solidarité, de démocratie, de transparence, de participation et de responsabilité. Son succès s'appuie sur des relations commerciales durables ainsi que des rémunérations justes et une prime Fairtrade qui permettent d'investir dans les infrastructures et de répondre aux besoins essentiels des familles et des communautés. Je suis convaincue que les populations du Sud peuvent se libérer de la pauvreté grâce à leur travail – à condition d'obtenir des débouchés équitables. À mon sens, le commerce est un facteur essentiel de la lutte contre la pauvreté. Mais seulement s'il remplit les trois critères du développement durable, en étant social, écologique et rentable.

La réussite passée et à venir de Fairtrade dépend d'entreprises qui s'engagent à verser un prix juste aux productrices et aux producteurs. Cette rémunération couvre les coûts d'une production durable et assure une vie digne aux familles paysannes et aux employés des plantations.

Je souhaite que chaque décision, chaque action des pays du Nord ayant un impact sur l'hémisphère sud repose sur les principes du commerce équitable. Il faut que ces décisions soient prises de façon démocratique, participative et transparente. Ce faisant, il convient de s'interroger : cette décision sert-elle les petits producteurs et les employés du Sud ? Ou, au contraire, menace-t-elle la poursuite des progrès accomplis par Fairtrade au cours des dernières décennies ?

J'attends des pays du Nord qu'ils continuent à promouvoir le commerce plutôt que la charité. Le commerce ne doit pas reposer sur l'exploitation des plus faibles. Tous les acteurs de la filière doivent assumer la même responsabilité et les mêmes risques.

J'attends des pays du Nord qu'ils ne se laissent pas séduire par des théories prônant une approche purement matérialiste et une croissance économique rapide et sans scrupule. Dans les pays du Sud, nous avons conscience des difficultés à promouvoir et à aménager ce marché qui n'est pas encore un marché de masse. Mais les principes et les valeurs du commerce équitable nous rendront plus forts au cours des années à venir. Notre monde doit réapprendre et retourner à ses origines. Notre monde a besoin d'un commerce qui soit bénéfique aux êtres humains et à notre terre nourricière. »

« GRÂCE AU PASSAGE À LA CULTURE BIOLOGIQUE, LE CAFÉ DE NOTRE COOPÉRATIVE ATTEINT UNE EXCELLENTE QUALITÉ. L'ASSOCIATION QUALITÉ ET FAIRTRADE CONSTITUE LA CLEF DU SUCCÈS. »

Gregorio Méndez Moreno,  
membre de la coopérative de café bio et Fairtrade Nich Klum au Mexique







ESTHER NYAMBURA JUMA CONTRÔLE QUOTIDIENNEMENT LES FLEURS FRAÎCHEMENT COUPÉES.

Photo : Nicolas Martin



EN TANT QUE COLLABORATRICE DE LA FERME FLORICOLE FAIRTRADE CERTIFIÉE, ESTHER NYAMBURA REÇOIT DE L'ARGENT POUR PAYER LES FRAIS DE SCOLARITÉ DE SES ENFANTS.

Photo : Fairtrade / Tobias Thiele

## « FAIRTRADE FAIT ÉNORMÉMENT POUR NOUS »

UN EXEMPLE DE BONNE PRATIQUE : LES CONDITIONS DE TRAVAIL DANS CETTE FERME FLORICOLE FAIRTRADE KENYANE FONT FIGURE DE RÉFÉRENCE POUR LES EMPLOYÉS DE TOUTE LA RÉGION.

Il ne manque plus que quelques gestes avant que les roses soient expédiées en Europe. Son bloc-notes à la main, Esther Nyambura Juma vérifie la quantité de roses qui est déposée dans la chambre froide avant acheminement. Une fois le contrôle effectué, la jeune femme de 29 ans saisit les données dans un ordinateur. Son poste de « recorder », qui consiste à consigner les sorties de marchandises, elle le doit à son ambition naturelle. Et à la formation qu'elle a pu suivre grâce à Fairtrade.

En 2012, Esther Nyambura lit une offre d'emploi de Bigot Flowers, une ferme floricole située près du lac Naivasha. Elle postule avec succès pour le poste de trieuse. Elle commence alors à classer les fleurs selon leur type et leur qualité. La région compte de nombreuses fermes floricoles. Bigot Flowers fait partie des sites certifiés Fairtrade. Esther ne connaissait pas Fairtrade au moment de poser sa candidature. Mais ses collègues ont eu tôt fait de lui expliquer. «Elles m'ont dit que Fairtrade faisait beaucoup pour améliorer notre situation par rapport aux autres fermes floricoles.» Elle s'en rend compte en signant son contrat de travail. «Nous pouvons compenser les heures supplémentaires effectuées. On nous fournit des vêtements de protection de qualité. Ici, il y a une clinique et la prime Fairtrade sert à payer les droits de scolarité de nos enfants.»

En 2014, elle a la possibilité de suivre une formation en informatique d'une année financée par la prime Fairtrade. Une fois sa formation terminée, elle postule pour le poste de recorder qu'elle occupe actuellement. Esther Nyambura raconte son ascension professionnelle avec fierté.

Son parcours n'aura pourtant pas été facile. Troisième d'une fratrie de cinq enfants, elle grandit au sein d'une famille modeste

à Nakuru, à quelque 70 km de Naivasha. Ses parents cultivent du maïs et des haricots. La région est agricole, mais les récoltes suffisent à peine à survivre. Esther Nyambura est la seule de sa famille à avoir fréquenté une école secondaire. Consciente de ce privilège, elle a toujours voulu en tirer le meilleur parti.

### Une sécurité pour les jeunes mères

Le fait de travailler dans une ferme certifiée Fairtrade fait une grande différence pour cette mère qui élève seule ses deux enfants. «Une de mes amies travaille à côté, dans une ferme non certifiée. Les ouvrières sont accablées par le travail, leurs heures supplémentaires ne sont pas payées et les produits chimiques ne sont pas utilisés correctement.» En particulier, Esther est choquée par la façon dont on y traite les femmes. «Les femmes enceintes ne sont plus payées dès qu'elles ne peuvent plus travailler. Après l'accouchement, elles doivent travailler gratuitement pendant deux mois pour récupérer leur emploi.» La direction est constituée uniquement d'hommes.

Esther explique que chez Bigot Flowers, les femmes bénéficient des mêmes chances. «Ici, les hommes ne sont pas avantagés. Seules les qualifications comptent.»

Pour une grande ferme floricole comme Bigot Flowers qui emploie un millier de personnes, obtenir la certification Fairtrade demande de changer beaucoup de choses par rapport à la législation. Aucune ferme ne demande la certification sans être convaincue de l'idée de l'empowerment.

Grâce à Fairtrade, près de 75 % des employés sont désormais syndiqués. Les employés décident eux-mêmes de l'utilisation de la prime Fairtrade – sans que la direction intervienne. La moitié

des primes sert à financer des bourses. Tous les employés reçoivent une aide financière pour payer les droits de scolarité de leurs enfants. Si le gouvernement kenyan tient sa promesse de diminuer le montant des frais de scolarité dès cette année, il restera davantage d'argent pour aider les employés à financer les études de leurs enfants.

Plusieurs fermes floricoles certifiées Fairtrade se sont regroupées afin de financer un grand projet dans la région de Naivasha. C'est ainsi qu'elles ont pu construire la maternité de Naivasha il y a cinq ans. Depuis, 14 000 bébés y ont vu le jour. Il s'agit d'un progrès significatif pour la région. Plus de la moitié des employés du secteur floricole sont des femmes. Leur accès aux soins de santé s'est énormément amélioré.

En outre, la ferme Bigot Flowers a mis en place un programme de bienfaisance pour les personnes séropositives. Neble Aliudra, une collègue d'Esther Nyambura, est l'une des rares personnes à évoquer ouvertement la maladie. «J'ai eu deux enfants depuis que je participe au programme. Tous les deux sont en bonne santé.» Aliudra bénéficie de repas spéciaux et d'un suivi médical ainsi que de formations sur les effets de la séropositivité. «Fairtrade nous soutient. J'en suis très reconnaissante. J'espère que d'autres personnes suivront mon exemple en parlant ouvertement de leur séropositivité.» La plupart des séropositifs n'osent pas parler par peur des préjugés. Aliudra sait que beaucoup de gens la trouvent courageuse. Elle espère que son approche du VIH deviendra la norme.

### Fairtrade met les autres fermes sous pression

Pour Esther Nyambura, une chose est claire : beaucoup de gens veulent travailler ici parce que les fermes Fairtrade offrent une sécurité à leur personnel. «Mais les salaires doivent augmenter», constate-t-elle. Les salaires de départ sont bas, même si grâce à Fairtrade, ils sont supérieurs à ceux des autres fermes. Au-delà de l'aspect financier, Fairtrade se traduit par des progrès considérables qui mettent les autres fermes sous pression, si bien que les conditions de travail s'améliorent dans toute la région. Cette évolution positive se poursuivra tant que les fleurs Fairtrade

seront demandées sur le marché et que les consommateurs et les consommatrices veilleront au label Fairtrade. Esther Nyambura a des projets bien définis pour l'avenir. «J'aimerais fonder une organisation caritative. Il est tellement important que les enfants des employés puissent aller à l'école. J'aimerais aider encore plus de gens à scolariser leurs enfants.»

« GRÂCE À FAIRTRADE, NOUS RECEVONS DES CONSEILS SANTÉ ET RÉGULIÈREMENT DES REPAS SPÉCIAUX POUR LES PERSONNES AFFECTÉES PAR LE VIH. »

Neble Aliudra, travailleuse dans la ferme floricole Bigot Flowers au Kenya



LES ROSES ÉTAIENT LE PREMIER PRODUIT NON-FOOD DU COMMERCE ÉQUITABLE VENDU EN ALLEMAGNE, EN AUTRICHE ET EN SUISSE.



7.58 MILLIONS D'EUROS DE PRIMES ONT ÉTÉ VERSÉS EN 2016 AUX TRAVAILLEURS DES FERMES FLORICOLES DE PAR LE MONDE

54 000 TRAVAILLEUSES ET TRAVAILLEURS SONT ACTIFS DANS LES FERMES FLORICOLES



99%

DES FLEURS FAIRTRADE QUI SONT VENDUES DE PAR LE MONDE PROVIENNENT D'AFRIQUE DE L'EST





Photo : Fairtrade / Wolf Sondermann



Photo : Fairtrade Autriche / Dominik Schallauer

#### Impressum :

Éditeurs : Fondation Max Havelaar (Suisse)  
 FAIRTRADE Österreich  
 TransFair e.V. Deutschland

Rédaction : Peter Ehrenberger,  
 Patricio Frei,  
 Melanie Leucht,  
 Tobias Thiele

Traduction : ZIELTEXT AG

Mise en page : Dreimalig Werbeagentur, Cologne

Impression : climatiquement neutre par Thiekötter, Münster

Publication : mai 2018

#### Photo de couverture :

Doris Marchen de la coopérative bananière APPBOSA au Pérou

#### Crédits photos :

p. 3 :  
 Photos des producteurs Fairtrade : Sean Hawkey  
 Portraits des CEO, de gauche à droite : Peter Tuma, Gaëtan Bally, Jakub Kaliszewski

#### Portraits en bas à droite :

p. 5 : Peter Tuma  
 p. 7 : David Macharia  
 p. 11 : Thomas Meyer  
 p. 13 : Dominik Schallauer  
 p. 15 : Tobias Thiele

#### Directeurs de publication :

Elie Peter (Fondation Max Havelaar Suisse)  
 Claudia Brück (TransFair e.V. Deutschland)  
 Veronika Polster (FAIRTRADE Österreich)

#### Un réseau international

La Fondation Max Havelaar (Suisse), Fairtrade Autriche (FAIRTRADE Österreich) et Fairtrade Allemagne (TransFair e.V. Deutschland) sont membres de la fédération Fairtrade International e.V. qui réunit les organisations Fairtrade de 24 pays ainsi que les trois réseaux de producteurs continentaux. Fairtrade International a la mission d'élaborer les standards Fairtrade internationaux.  
[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

#### Certification et contrôle

L'ensemble des acteurs impliqués tout au long de la chaîne d'approvisionnement sont contrôlés régulièrement par Flocert GmbH. La société Flocert s'appuie sur un système de certification indépendant et uniforme à l'échelle mondiale, conformément à la norme ISO 17065 (DIN EN 45011).  
[www.flocert.net](http://www.flocert.net)



**FAIRTRADE**  
 ÖSTERREICH

#### FAIRTRADE Österreich

Ungargasse 64-66, Stiege 1, Top 209  
 A - 1030 Vienne  
 +43 1 533 09 56  
[office@fairtrade.at](mailto:office@fairtrade.at)  
[www.fairtrade.at](http://www.fairtrade.at)  
[facebook.com/fairtrade.oesterreich](https://facebook.com/fairtrade.oesterreich)  
[twitter.com/FAIRTRADE\\_AT](https://twitter.com/FAIRTRADE_AT)  
 ZVR 881545394



**FAIRTRADE**  
 MAX HAVELAAR

#### Fondation Max Havelaar (Suisse)

Limmatstrasse 107  
 CH - 8005 Zurich  
 +41 44 278 99 00  
[info@maxhavelaar.ch](mailto:info@maxhavelaar.ch)  
[www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)  
[facebook.com/fairtrademaxhavelaar](https://facebook.com/fairtrademaxhavelaar)  
[twitter.com/maxhavelaarch](https://twitter.com/maxhavelaarch)  
[instagram.com/fairtradech](https://instagram.com/fairtradech)



**FAIRTRADE**  
 DEUTSCHLAND

#### TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels in der Einen Welt e.V.

Remigiusstraße 21  
 D - 50937 Cologne  
 +49 221 94 20 40 - 0  
[info@fairtrade-deutschland.de](mailto:info@fairtrade-deutschland.de)  
[www.fairtrade-deutschland.de](http://www.fairtrade-deutschland.de)  
[facebook.com/fairtrade.deutschland](https://facebook.com/fairtrade.deutschland)  
[twitter.com/Fairtrade\\_DE](https://twitter.com/Fairtrade_DE)  
[instagram.com/fairtradede](https://instagram.com/fairtradede)  
 Registre des associations de Cologne :  
 VR 16551



climatiquement neutre  
 powered by ClimatePartner<sup>®</sup>  
 Impression | ID 10711-1702-1002





UN PETIT  
GESTE

UN MAX  
D'EFFETS

# RAPPORT ANNUEL 2017

FONDATION MAX HAVELAAR (SUISSE)



FAIRTRADE  
MAX HAVELAAR





LE MOMENT FORT DE L'ANNÉE ANNIVERSAIRE : LA CONFÉRENCE DES PARTENAIRES.

## L'ENGAGEMENT DES SUISSSES PORTE SES FRUITS

LES 25 ANS DE LA FONDATION ONT ÉTÉ L'OCCASION IDÉALE POUR SENSIBILISER UN LARGE PUBLIC AFIN DE PERMETTRE AUX PRODUCTEURS DU SUD DE VENDRE DAVANTAGE DE MARCHANDISES FAIRTRADE.

L'objectif de Fairtrade Max Havelaar, c'est de faire du commerce équitable une évidence en Suisse. Si 25 ans après la naissance de la Fondation Max Havelaar, il nous reste du chemin à faire, les progrès sont toutefois considérables !

### PÉDALER POUR L'ÉQUITÉ

Nous avons organisé une foule d'activités à l'occasion des 25 ans de la Fondation. À Lausanne, Bienne, Uster et Genève par exemple, nous avons placé des stations d'empowerment interactives dans le cadre de courses populaires. À la fois amusantes et pédagogiques, ces animations proposaient aux adultes et aux enfants de pédaler afin de transporter un produit Fairtrade, représenté sous la forme d'une boule, d'une famille de petits producteurs du Sud au rayon d'un supermarché helvétique. Par ce biais, Max Havelaar a sensibilisé plus de 200 000 personnes à l'importance du commerce équitable. De même, le concours anniversaire mettant en jeu des prix offerts par nos partenaires Fairtrade a remporté un énorme succès sur notre site et les médias sociaux. Par ailleurs, Max Havelaar a mené une grande campagne d'affichage dans les trains, les bus et les tramways des grandes villes suisses.

### UNE FORTE NOTORIÉTÉ ET UNE GRANDE CONFIANCE

Les 25 ans de Max Havelaar ont suscité un fort écho médiatique : nombre de grands médias ont évoqué l'histoire de la Fondation Max Havelaar et la croissance de Fairtrade, notamment les journaux télévisés suisses romands et alémaniques. Ces mesures actives de communication ont eu un impact publicitaire équivalent à plus d'un million de francs.

Ces grands moyens mis en place par la Fondation portent leurs fruits : Max Havelaar bénéficie d'un accueil très positif au sein de la population helvétique, avec une notoriété de 89%, une confiance de 88% et une fidélité des acheteurs de 82% (étude Globescan de 2017).

La conférence des partenaires, dont la première édition avait eu lieu en 2015, a marqué un moment important de cette année anniversaire. 130 grands partenaires des sphères économiques et politiques ainsi que de la société civile se sont réunis au domaine Köniz, près de Berne. À cette occasion, nous avons analysé les facteurs de réussite du passé, les défis actuels et les opportunités à venir pour le commerce équitable.

### CINQ FAIR TRADE TOWNS

Les villes et les communes portent une grande responsabilité en matière de commerce équitable, à la fois à titre d'exemples à suivre, mais aussi concrètement au niveau de leur approvisionnement. Max Havelaar soutient activement l'initiative Fair Trade Town lancée par l'organisation faitière Swiss Fair Trade. Les villes de Glarus Nord et de Zweisimmen, qui ont obtenu le statut en 2016, ont été rejointes par Berne et Frutigen en 2017 et par Carouge (première ville de Suisse romande) début 2018. L'initiative Fair Trade Town, qui remporte un franc succès dans le monde, prend donc ses marques en Suisse.



## LA CONSOMMATION PAR TÊTE PASSE À 83 FRANCS

DES CENTAINES DE PARTENAIRES ONT CONTRIBUÉ À FAIRE PROGRESSER DE 11.6% LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES PRODUITS FAIRTRADE. AU TOTAL, 10.5 MILLIONS DE DOLLARS DE PRIMES ONT ÉTÉ REVERSÉS AUX PRODUCTEURS.

En 2017, les consommatrices et les consommateurs suisses ont dépensé 701 millions de francs en produits Fairtrade. Ce sont 11.6% de plus qu'en 2016. La consommation par tête est passée à 83 francs. Les productrices et les producteurs Fairtrade d'Amérique latine, d'Afrique et d'Asie ont ainsi perçu près de 10.5 millions de dollars de primes Fairtrade en sus d'un prix juste. En Suisse, on trouve 2800 produits labellisés Fairtrade chez les détaillants, les restaurateurs, les fleuristes, les orfèvres et d'autres partenaires. Cet engagement se traduit par l'excellent résultat du commerce de détail (+12% de chiffre d'affaire grâce à la vente de produits Fairtrade par rapport à 2016).

Les détaillants et leurs marques de distributeur sont de loin les premiers fournisseurs de produits Fairtrade. Néanmoins, les références équitables des fabricants d'articles de marque ont enregistré une croissance exceptionnelle de 21%.

### LE PROGRAMME MATIÈRES PREMIÈRES

Le programme de matières premières Fairtrade, notamment pour le cacao, joue un rôle majeur dans la progression des ventes et du nombre de références. Représentant d'ores et déjà 10% du chiffre d'affaires total, il a permis d'accroître les ventes de 88%. Cette percée résulte principalement de la commercialisation de nouveaux chocolats et de l'élargissement de l'offre dans de nouvelles catégories de produits composés (biscuits, pâtisseries, boissons lactées). De même, l'offre de boissons Fairtrade, en particulier de jus de fruits et de thés glacés, progresse fortement. Grâce à l'engagement des détaillants et des fabricants de marques, la part de marché des jus de fruits est passée à 30% en 2017. Presque un litre de jus de fruits sur trois est donc équitable.

De même, le café Fairtrade suit une évolution positive. Sa hausse de 14% résulte de la vente de nouvelles capsules de café ainsi que du renforcement de la restauration commerciale et du secteur des plats cuisinés.

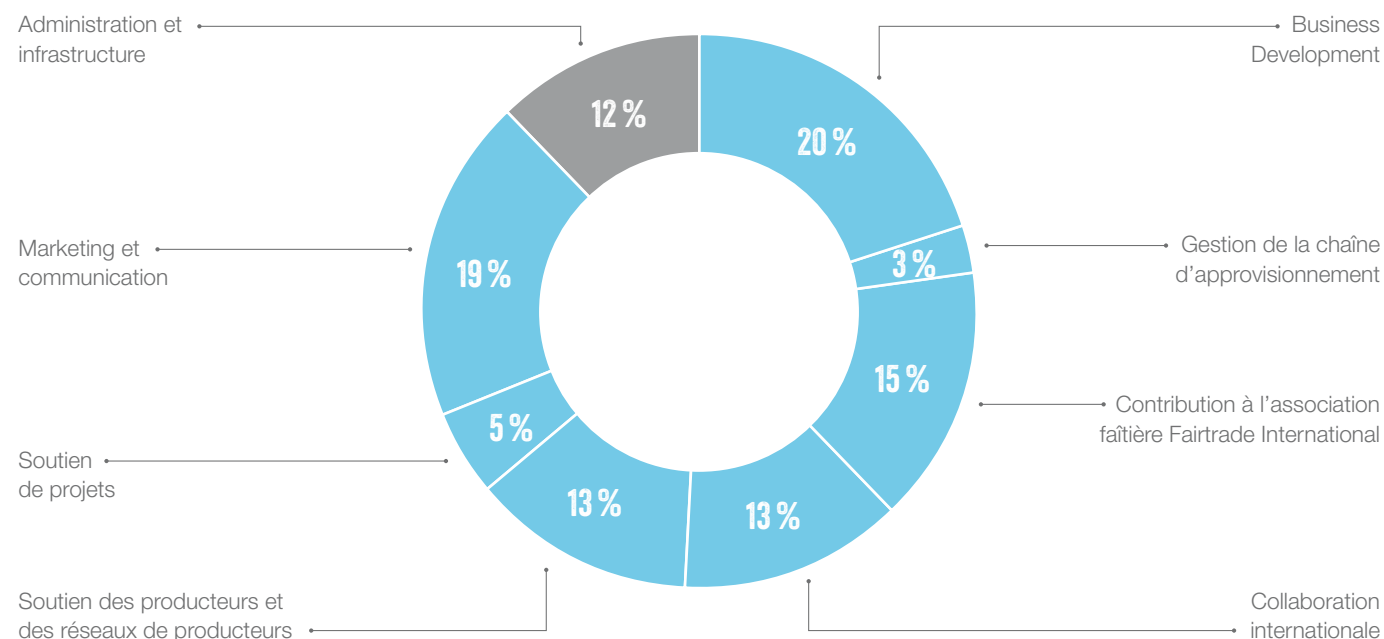
En revanche, les ventes de roses stagnent dans le commerce de détail. Les fleuristes, qui sont encore peu nombreux à s'engager en faveur de Fairtrade, représentent un potentiel de croissance. En 2017, le thé et le coton ont reculé suite au retrait de certaines références chez les détaillants. Les ventes de quinoa reculent légèrement, avec une part de marché très élevée de 95%.

### LA PERCÉE DES FRUITS ET DES PRODUITS LAITIERS

Les fruits exotiques issus du commerce équitable (mangue, avocat...) enregistrent une évolution positive. Les détaillants continuent à élargir leur offre de fruits certifiés Fairtrade. Les bananes atteignent un résultat record : le chiffre d'affaires et les ventes ont progressé, avec une part de marché élevé de 54%. Par ailleurs, la Suisse bénéficie d'une offre croissante de produits laitiers issus du commerce équitable. Les yogourts certifiés Fairtrade ont déjà une part de marché de 10%.



## RÉPARTITION DES DÉPENSES EN 2017



Total: 7.6 millions de francs

88% pour les buts de la Fondation 12% pour l'administration

# COMPTES ANNUELS ET RAPPORT FINANCIER 2017

EN 2017, LA FONDATION MAX HAVELAAR (SUISSE) A DE NOUVEAU ENREGISTRÉ UNE CROISSANCE SIGNIFICATIVE. PLUS DE MOYENS ONT PU ÊTRE ALLOUÉS À DES PROJETS DANS DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT.

Les revenus de licence montrent une évolution réjouissante. Ils sont passés à 7.8 millions de francs (+4.4%). Nos partenaires bénéficient en cas de chiffre d'affaire en hausse de redevances dégressives. Ainsi, la Fondation Max Havelaar offre des incitations positives à la performance et permet aux partenaires de bénéficier d'économies d'échelle.

Les autres produits ont baissé d'environ 90 000 francs pour s'établir à 314 000 francs. Comme l'année passée, ce poste comprend des réimputations au système international, couvrant les coûts de prestations. Cette baisse est due à l'expiration d'un mandat clé pour un personnel qui avait été temporairement rattaché à la Fondation Max Havelaar au cours de l'année précédente.

Cela a eu également un impact sur les charges de personnel, qui ont été réduites de 203 000 francs pour s'établir à 3.6 millions de francs. Par ailleurs, les coûts d'acquisition de personnel ont nettement baissé par rapport à l'année précédente.

Les autres charges d'exploitation ont augmenté de quelque 10% par rapport à l'année précédente pour s'établir à près de 4.0 millions de francs. Il y a principalement deux raisons à cela :

- Dans la coopération internationale, les dépenses ont augmenté de 453 000 francs : en 2016, les cotisations obligatoires au système Fairtrade international et dépendant des revenus ont été réduites de 200 000 francs en raison d'un effet ponctuel (dissolution d'une provision trop élevée). En 2017, Max Havelaar a augmenté de deux tiers la promotion directe de projets de nos producteurs et productrices dans les pays en développement en octroyant 384 000 francs. À

l'origine, encore plus de moyens étaient prévus à cette fin mais ceux-ci n'ont pas pu être complètement utilisés en 2017.

- Les charges d'administration ont augmenté de 88 000 francs. Une partie de cette augmentation est due aux dépenses encourues pour deux projets informatiques (56 000 francs de plus qu'en 2016). En outre, Max Havelaar a également bénéficié, en coopération avec d'autres organisations Fairtrade, de services pour le développement du marché du coton et des fleurs et de même que pour l'approbation de produits (pour un total de 48 000 francs).

En revanche tel qu'il était prévu, les dépenses de communication et marketing, avec 678 000 francs, ont significativement baissé. Fairtrade Max Havelaar avait délibérément optimisé les besoins de financement au niveau du temps et du contenu afin de dégager des budgets pour la collaboration internationale.

Le résultat ordinaire de 514 000 francs est légèrement au-dessus de celui de l'année précédente et nettement au-dessus du zéro budgété.

Ce résultat permet à Fairtrade Max Havelaar d'augmenter de 417 000 francs la capital d'organisation destiné à la poursuite de projets dans les pays en développement dans les domaines du café (267 000 francs), de l'or (100 000 francs) et du cacao (50 000 francs). Comme prévu, Max Havelaar a retiré 172 000 francs du fonds constitué l'année précédente pour l'allouer à un projet sur le café.

Le résultat annuel de 270 000 francs renforce les réserves de la Fondation Max Havelaar et garantit le développement positif futur.

## BILAN

Actifs CHF	Annexe <sup>1</sup>	31.12.2017	31.12.2016
<b>Actifs circulants</b>			
Liquidités	4.1	4 868 294	3 844 758
Créances résultant de livraisons et prestations	4.2	1 830 144	2 104 132
Autres créances à court terme		90 190	90 181
Actif de régularisation	4.3	97 221	510 088
		<b>6 885 849</b>	<b>6 549 159</b>
<b>Immobilisations</b>			
Immobilisations corporelles	4.4	168 377	261 302
		<b>168 377</b>	<b>261 302</b>
<b>Total actifs</b>		<b>7 054 226</b>	<b>6 810 461</b>
<b>Passifs CHF</b>			
<b>Fonds étrangers à court terme</b>			
Dettes résultant de livraisons et prestations	5.1	416 222	421 817
Autres dettes à court terme	5.2	214 745	230 337
Provisions à court terme	5.3	132 230	243 045
Passif de régularisation	5.4	211 519	350 330
		<b>974 716</b>	<b>1 245 529</b>
<b>Fonds étrangers à long terme</b>			
Fonds de dons liés		2 751	2 168
		<b>2 751</b>	<b>2 168</b>
<b>Fonds étrangers</b>		<b>977 467</b>	<b>1 247 697</b>
<b>Capital de l'organisation</b>			
Capital de fondation versé	6	190 002	190 002
Fonds mobilisé pour le développement de la catégorie café		422 352	327 833
Fonds mobilisé pour le développement de l'innovation et du business		80 000	80 000
Fonds mobilisé pour le développement de la catégorie or		100 000	-
Fonds mobilisé pour Alliance for Action		50 000	-
Capital libre généré		4 964 930	4 831 772
Résultat annuel		269 475	133 157
		<b>6 076 759</b>	<b>5 562 764</b>
<b>Total passifs</b>		<b>7 054 226</b>	<b>6 810 461</b>

### PRÉSENTATION DES COMPTES SELON LES 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 jugés corrects. 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.

## COMPTE D'EXPLOITATION

	Annexe <sup>1</sup>	2017	2016
Produit des licences tierces		7 815 892	7 487 784
<b>Produits résultant de livraisons et prestations</b>			
		<b>7 815 892</b>	<b>7 487 784</b>
Produits des dons affectés		583	333
<b>Produit des dons</b>			
		<b>583</b>	<b>333</b>
Autre produit d'exploitation		314 063	404 538
Pertes résultant de créances		(7 363)	(1 685)
<b>Total produit d'exploitation</b>			
		<b>8 123 175</b>	<b>7 890 970</b>
Charges de personnel		(3 579 045)	(3 782 479)
Charges d'administration		(689 349)	(601 533)
Collaboration internationale		(2 539 047)	(2 085 630)
Charges de marketing et communication		(677 711)	(849 173)
Amortissements sur immobilisations	4.4	(97 805)	(102 009)
Autres charges d'exploitation		-	-
<b>Charges d'exploitation</b>			
		<b>(7 582 957)</b>	<b>(7 420 824)</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>			
		<b>540 218</b>	<b>470 146</b>
<b>Produits financiers</b>			
		24 775	51 672
<b>Charges financières</b>			
		(50 417)	(33 920)
<b>Résultat financier</b>			
		<b>7</b>	<b>(25 642)</b>
<b>Résultat des fonds étrangers</b>			
		-	24 888
Dépôts en fonds étrangers		(583)	(333)
<b>Résultat des fonds liés</b>			
		<b>(583)</b>	<b>24 555</b>
<b>Résultat ordinaire</b>			
		<b>513 993</b>	<b>512 453</b>
<b>Revenu extraordinaire</b>			
		-	34 502
<b>Dépenses extraordinaires</b>			
		-	(5 965)
<b>Résultat extraordinaire</b>			
		<b>-</b>	<b>28 537</b>
<b>Résultat avant variation du capital de l'organisation</b>			
		<b>513 993</b>	<b>540 990</b>
Affectations aux fonds mobilisés		(416 613)	(407 833)
Prélèvement sur les fonds mobilisés		172 095	-
<b>Résultat des fonds/capital de l'organisation</b>			
		<b>(244 518)</b>	<b>(407 833)</b>
<b>Résultat annuel</b>			
		<b>269 475</b>	<b>133 157</b>





CULTIVATEURS D'ORANGES AU TRAVAIL DE LA COOPÉRATIVE COOPERSANTA AU BRÉSIL.

Photo : Mauricio Pessel



RÉCOLTE DE CACAO DANS LA COOPÉRATIVE ECOJAD EN CÔTE D'IVOIRE.

Photo : Eric St-Pierre

## DÉVELOPPEMENT DANS LA PRODUCTION

VOICI UNE BRÈVE ANALYSE DES DÉFIS À RELEVER ET DES PROGRÈS RÉALISÉS DANS LA FABRICATION DES SIX PRINCIPAUX PRODUITS FAIRTRADE.



### BANANES

2017 : **36 739 tonnes +2%**

Le secteur bananier reste soumis à une énorme pression sur les prix qui se répercute sur le plan social et écologique, notamment pour les familles de petits producteurs et les ouvriers des plantations. Largement répandu, le recours à des pesticides dangereux a des effets sérieux sur l'environnement et la santé des employés ainsi que des riverains. Fairtrade, qui interdit depuis longtemps les pesticides les plus dangereux, a étendu sa liste de substances interdites en 2017. Cette dernière est entrée en vigueur en janvier 2018 au terme d'une période transitoire. Les standards Fairtrade misent sur une culture respectueuse de l'environnement et sur des règles exigeantes de sécurité au travail. En outre, Fairtrade promeut l'agriculture biologique par le biais d'une prime spécifique.



### FLEURS

2017 : **70 MILLIONS d'unités -2%**

En 2017, le secteur floricole, qui emploie une importante main-d'œuvre, a été dominé par la question salariale. Les standards Fairtrade imposent une progression claire afin d'atteindre un niveau de rémunération suffisant pour vivre. La forte pression sur les prix qui s'exerce sur les fermes floricoles demeure toutefois un obstacle. Les standards révisés en 2017 prévoient un salaire minimum de 1.90 dollar par jour et entrent en vigueur en avril 2018. Ce salaire minimum joue un rôle décisif dans les pays ayant fixé un

salaire minimum inférieur ou pas de salaire minimum du tout. Par ailleurs, Fairtrade a introduit des règles plus strictes en matière de harcèlement sexuel, d'égalité entre les sexes et de bonne gestion de l'eau. Fairtrade Africa a créé une équipe de six personnes afin d'aider les fermes floricoles d'Afrique de l'Est à appliquer ces directives.



### JUS DE FRUITS

2017 : **29 MILLIONS de litres +8%**

La consommation de jus de fruits diminue dans le monde entier. En revanche, le chiffre d'affaires des jus de fruits Fairtrade progresse ! La question du développement durable joue donc un rôle croissant pour les jus de fruits. Néanmoins, le fait que la production des oranges soit dominée par trois grandes multinationales pose de gros problèmes aux familles de petits producteurs. Contrairement aux grandes exploitations, elles ne sont pas en mesure de diminuer leurs coûts de production. Grâce à Fairtrade, elles obtiennent un prix plus élevé et plus stable ainsi qu'une prime Fairtrade.



### CAFÉ

2017 : **6 451 tonnes de café vert +7%**

L'année passée, le cours mondial de l'arabica est descendu en deçà du prix minimum Fairtrade. Ce filet de sécurité qui procure un revenu plus stable et une sécurité de planification essentielle

aux productrices et aux producteurs joue donc un rôle crucial. Le changement climatique, qui a causé des pertes de récolte importantes, constitue un autre problème. Grâce à la prime Fairtrade, les coopératives caféières peuvent investir dans divers projets visant à parer aux effets du changement climatique, à améliorer la qualité et la productivité ou encore à renforcer les structures. En moyenne, les petits producteurs de café Fairtrade ne vendent que 30% de leur production aux conditions Fairtrade. Néanmoins, les ventes de café équitable continuent à progresser en Suisse, en particulier dans la restauration commerciale.



### CACAO

2017 : **4 056 tonnes +31%**

En 2017, le cours mondial du cacao a dépassé le prix minimum Fairtrade – un fait inédit depuis plusieurs années. Le prix minimum joue donc un rôle important dans le secteur cacaoyer qui est très touché par la pauvreté. La prime Fairtrade versée en supplément permet d'investir dans des méthodes de culture durables et des projets communautaires. Une équipe composée de 13 employés de Fairtrade Africa forme les organisations de petits producteurs de cacao afin de professionnaliser la gestion des coopératives, d'améliorer les prestations fournies à leurs membres ainsi que d'augmenter la qualité et la productivité des cultures. La Fondation Max Havelaar (Suisse) soutient les petits producteurs de cacao ghanéens dans le cadre du programme multipartite *Alliance for Action*. La vente locale de produits vivriers permet à ces derniers de diversifier et d'améliorer leurs revenus.



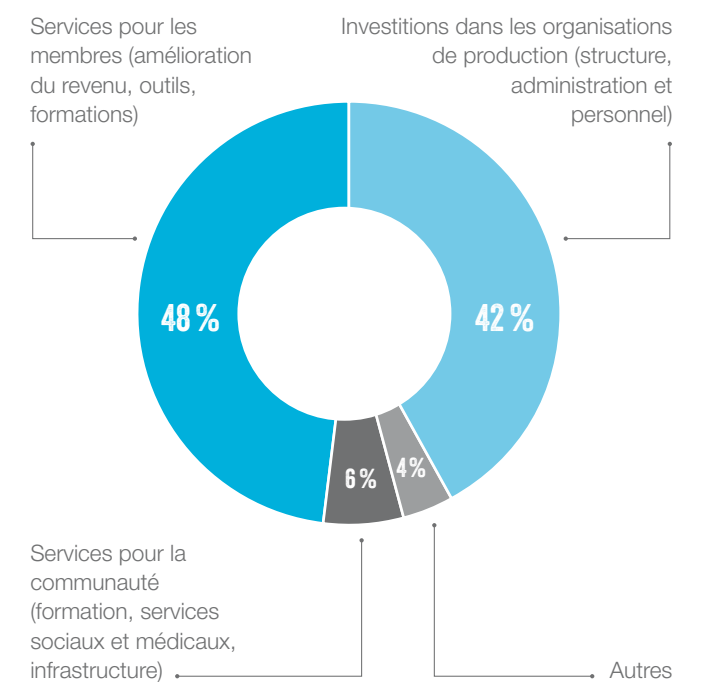
### SUCRE DE CANNE

2017 : **7 089 tonnes +9%**

Le sucre est l'une des principales marchandises au niveau mondial, le sucre de canne représentant 80% des transactions. Pourtant, les familles de petits producteurs de canne à sucre vivent

et travaillent de façon précaire dans les pays en développement et émergents. Organisées de façon démocratique, les coopératives sucrières Fairtrade présentent plusieurs avantages : une plus grande force de négociation, un accès facilité à des financements et un enseignement mutuel. Les organisations Fairtrade de Belize accomplissent ainsi un travail exemplaire en matière de prévention du travail forcé et du travail des enfants. Au Costa Rica, les organisations investissent dans la protection de l'environnement. Ces mesures ont permis de réduire la consommation d'eau de 70%.

### UTILISATION DE LA PRIME FAIRTRADE PAR LES COOPÉRATIVES DE PETITS PRODUCTEURS :





# MARCHÉ ET MATIÈRES PREMIÈRES EN 2017

## VOLUMES DE VENTE DES MATIÈRES PREMIÈRES PRINCIPALES



BANANES<sup>1</sup>

36 739 tonnes

+2 % par rapp. 2016



FLEURS

70 006 643 unités

-2 % par rapp. 2016



JUS DE FRUITS<sup>1</sup>

29 482 347 litres

+8 % par rapp. 2016



CAFÉ<sup>1</sup>

6 451 tonnes

+7 % par rapp. 2016



CACAO<sup>1</sup>

4 056 tonnes

+31 % par rapp. 2016



SUCRE DE CANNE<sup>1</sup>

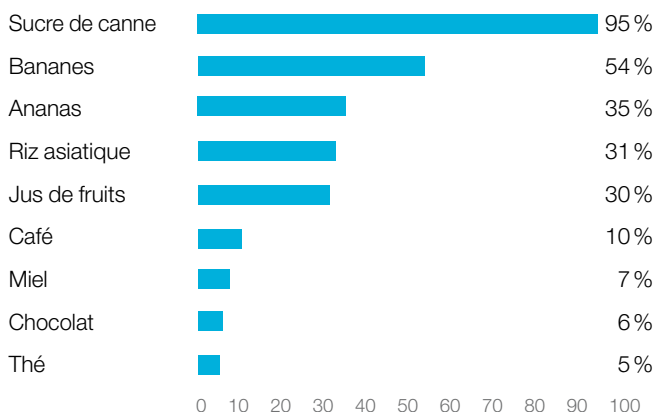
7 089 tonnes

+9 % par rapp. 2016

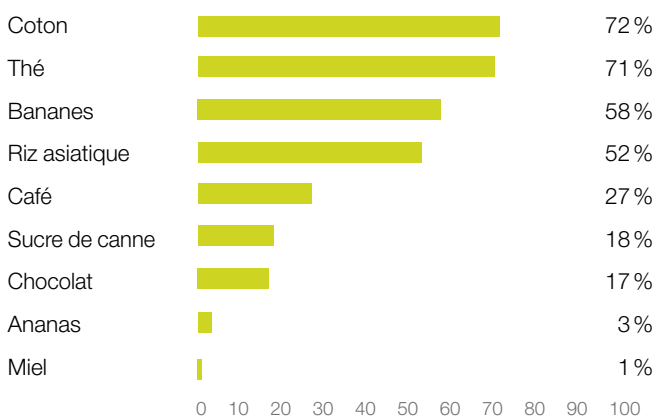
## CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATÉGORIE DE PRODUIT

Produit	Chiffre d'affaires (CHF) par rapp. 2016	Changement
Bananes	110 126 018	0.7 %
Sucreries	97 105 097	16.4 %
- Chocolat	86 622 108	15.4 %
- Biscuits et divers	10 482 988	25.5 %
Boissons	90 638 406	8.3 %
- Jus de fruits	73 732 732	7.1 %
- Boissons sucrées y c. thé froid	16 654 674	14.0 %
- Boissons alcoolisées	251 001	-7.1 %
Café	68 395 293	13.5 %
Fleurs et plantes	68 125 773	-1.7 %
Fruits exotiques	66 547 085	16.3 %
- Ananas	7 187 196	-9.2 %
- Autres fruits exotiques frais <sup>2</sup>	33 522 304	20.3 %
- Produits de commodité/conserves	25 837 585	20.5 %
Produits laitiers	53 015 457	6.5 %
- Yogourts	36 928 604	6.5 %
- Produits laitiers composés	9 578 187	12.8 %
- Autres	6 508 666	-1.4 %
Glaces	42 704 231	13.4 %
Pâtisseries	35 152 767	95.6 %
Fruits secs/noix	22 851 475	59.5 %
Riz	11 538 000	10.5 %
Sucre de canne	7 363 815	5.2 %
Quinoa	5 755 535	-5.8 %
Épices	4 427 192	29.7 %
Pâte à tartiner	4 261 638	-2.1 %
- Miel	3 917 630	-0.1 %
- Reste	344 008	-20.7 %
Produits composés <sup>3</sup>	3 255 704	49.8 %
Produits en coton	3 132 367	-27.9 %
Thé	2 986 805	-13.4 %
Or (or fin)	2 789 711	-12.5 %
Ballons de sport	331 612	6.7 %
<b>Total</b>	<b>700 503 980</b>	<b>11.6 %</b>

## PART DE MARCHÉ<sup>4</sup>



## PART DE BIO<sup>5</sup>



<sup>1</sup> La matière première est également utilisée dans les produits composés

<sup>2</sup> Entre autres : avocats, noix de coco, limettes, mangues, oranges

<sup>3</sup> N'est pas comparable avec les données de l'année précédente car de nombreux produits sont listés séparément

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

<sup>5</sup> La part de bio repose sur les quantités vendues



FAIRTRADE  
MAX HAVELAAR