



Stifter | Swissaid | HEKS | Helvetas | Fastenopfer | Caritas | Brot für alle
Fondateurs | Swissaid | Eper | Helvetas | Action de Carême | Caritas | Pain pour le prochain
Fondatori | Swissaid | Aces | Helvetas | Sacrificio Quaresimale | Caritas | Pane per tutti
Founders | Swissaid | Swiss Interchurch Aid | Helvetas | Swiss Catholic Lenten Fund | Caritas | Bread for All

Zurich, le 25 mai 2016

Résultat de l'exercice 2015 de la Fondation Max Havelaar (Suisse)

Les Suisses ont acheté pour plus de 500 millions de francs de produits Fairtrade

Les produits issus du commerce équitable ne sont assurément plus un phénomène de niche. Avec une consommation de 62 francs par personne en 2015, c'est une large frange de la population helvétique qui a régulièrement opté pour des produits équitables. Ceci renforce les familles de petits producteurs et les travailleurs d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie. Car en modifiant les pratiques commerciales mondiales, la Fondation Max Havelaar contribue activement à atteindre les objectifs de développement durable de l'ONU.

L'année passée, les consommatrices et les consommateurs suisses ont acheté pour 520 millions de francs de produits portant le Label Fairtrade Max Havelaar (+11,4 % par rapport à 2014). Ces chiffres mettent en évidence la place de l'équité et de la durabilité dans les habitudes de consommation. De même, les acteurs du commerce, de la restauration et des communes qui sont de plus en plus nombreux à miser sur la durabilité contribuent fortement à cette réussite en proposant davantage de produits équitables dans leurs rayons, en les intégrant à leur carte et en leur donnant la priorité dans leur politique d'approvisionnement.

Une évolution positive des jus de fruits et des fruits exotiques

Si la banane et les fleurs continuent à enregistrer le chiffre d'affaires Fairtrade le plus élevé en Suisse, les produits composés voient eux aussi leurs ventes augmenter. De même, le cacao/chocolat poursuit sa progression. Cette croissance s'explique en grande partie par le Programme cacao Fairtrade qui porte sur le cacao à titre de matière première. En outre, on compte un nombre grandissant de jus de fruits et de fruits exotiques avec le Label Fairtrade, notamment grâce à la conversion de marques renommées dans le commerce de détail. Les ananas Fairtrade remportent désormais 43 % de part de marché tandis que plus d'un jus de fruit sur quatre porte le Label Fairtrade. Enfin, plus d'une banane sur deux achetée est équitable (53 %).

La consommation par personne progresse de 57 à 62 francs

Cette évolution positive se reflète logiquement dans la consommation annuelle par personne : en 2015, cette dernière est passée de 57 à 62 francs, et ce en dépit d'une conjoncture difficile voire en recul. La Suisse continue donc à jouer un rôle pionnier et à envoyer des signaux encourageants au niveau international.

Renforcer les producteurs pour un développement durable

En soutenant les producteurs et en promouvant le commerce équitable, Fairtrade propose des possibilités d'action concrète et contribue à atteindre les objectifs de développement durable de l'ONU. Car dans les pays en développement et émergents, un grand nombre de personnes continuent à être touchées par la pauvreté et à être confrontées à des défis majeurs tels que le changement climatique, le travail des enfants ou encore l'inégalité des droits entre hommes et femmes. « Pour obtenir des changements durables, il faut que les petites productrices et les travailleurs aient un accès équitable au marché mondial, mais aussi qu'ils

soient impliqués directement dans les projets et les programmes mis en œuvre et choisissent leurs propres voies vers le développement, déclare Nadja Lang, directrice générale de la Fondation Max Havelaar. Pour elle, afin de fonctionner, Fairtrade doit pouvoir compter, outre sur l'appui des coopératives de petits producteurs et des travailleurs dans les pays du Sud, sur la participation de l'industrie, du commerce, de la politique ainsi que des consommatrices et des consommateurs.

Informations complémentaires et version intégrale du Rapport annuel et rapport d'impact 2015 sur le nouveau site internet :

www.maxhavelaar.ch/rapportannuel

www.maxhavelaar.ch/imagesdepresse

Pour toute question ou demande d'information complémentaire, veuillez contacter notre service de presse :

- Florie Marion (F), tél. 044 278 99 21, e-mail : f.marion@maxhavelaar.ch
- Elie Peter, tél. 044 278 99 23, e-mail : e.peter@maxhavelaar.ch
- Katrin Dorfschmid, tél. 044 278 99 17, e-mail : k.dorfschmid@maxhavelaar.ch