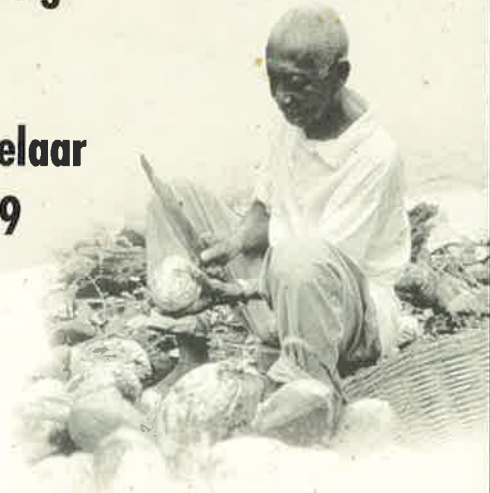


Max Havelaar



**Max Havelaar-Stiftung
Jahresbericht 1999**

**Fondation Max Havelaar
Rapport annuel 1999**



MAX HAVELAAR

Inhalt

KonsumentInnen sind unsere «AktionärInnen»	3
Jahresrückblick: exzellente Umsatzentwicklung	4
Guter Start für Orangensaft	6
Bananen legen 50 Prozent zu	8
Die Ausnahme: etwas schwächerer Tee	9
Weiter aufwärts mit Kakao und Zucker	10
Max Havelaar-Honig immer beliebter	11
Steter Zuwachs beim Kaffee	12
Jahresrechnung 1999 / Bericht der Kontrollstelle	14
Bilanz/Erfolgsrechnung	15
Allgemeines	18–22
Herkunft der Max Havelaar-Produkte	18
Vertrieb der Max Havelaar-Produkte	20
Auswahl und Kontrolle	22
Die Stiftung	23

Impressum

Text und Redaktion: Max Havelaar-Stiftung (Schweiz), Basel
 Übersetzung: Chantal Guggenbühl, Didier Deriaz
 Fotos: Didier Deriaz, Harald Gruber, Elisabeth Kästeli, Andreas Leisinger, Jean-Jacques Ruchti
 Schweizerisches Tropeninstitut Basel (Kakao Seite 21)
 José Staub/strat
 Gestaltung: Ritz & Häfliger, Atelier für Visuelle Gestaltung, Basel
 Belichtung: Bader Repro AG, Münchenstein
 Druck: Druckerei Rünzi, Schopfheim

Table des matières

Les consommateurs sont nos «actionnaires»	3
Regards sur l'année écoulée: le chiffre d'affaires grimpe	4
Bon départ pour le jus d'orange	6
Plus 50 pour-cent pour les bananes	8
L'exception: un thé plus faible	9
Le cacao et le sucre poursuivent leur ascension	10
Le miel Max Havelaar convainc de plus en plus	11
Hausse constante pour le café	12
Les comptes annuels 1999	16
Rapport de l'organe de contrôle	16
Bilan/Compte d'exploitation	17
Vue d'ensemble	18–22
Provenance des produits Max Havelaar	18
Distribution des produits Max Havelaar	20
Sélection et contrôle	22
La Fondation	23

Impressum

Texte et rédaction: Fondation Max Havelaar (Suisse), Bâle
 Traduction: Chantal Guggenbühl, Didier Deriaz
 Photos: Didier Deriaz, Harald Gruber, Institut Tropical Suisse, Bâle (cacao page 21), Elisabeth Kästeli, Andreas Leisinger, Jean-Jacques Ruchti, José Staub/strat
 Graphisme: Ritz & Häfliger, Atelier für Visuelle Gestaltung, Bâle
 Lithographie: Bader Repro SA, Münchenstein
 Impression: Imprimerie Rünzi, Schopfheim

KonsumentInnen sind unsere «AktionärInnen»

Immer mehr KonsumentInnen wählen bewusst Produkte mit dem Gütesiegel des fairen Handels. Dank ihnen konnte Max Havelaar 1999 ausserordentliche Umsätze verbuchen. Die bewusste Wahl der VerbraucherInnen in der Schweiz ist von unschätzbarem Wert für die ProduzentInnen in den Ländern des Südens, sie sind die direkt Begünstigten. Dieses Wachstum (CHF 62,2 Mio. Umsatz 1999 entsprechen 30 Prozent Zuwachs; Verkaufspreisbasis) erlaubt immer mehr Kleinbauern und Plantagenarbeiterinnen ihre Lebensbedingungen zu verbessern, soziale und ökologische Projekte umzusetzen.

Bei unseren Besuchen vor Ort fragen wir diese Menschen, welche hinter den Max Havelaar-zertifizierten Produkten stehen, immer wieder nach ihren Botschaften an die KonsumentInnen in der Schweiz. Immer wieder hören wir dieselben Antworten: «Sagt ihnen, sie sollen noch mehr von unseren Produkten kaufen, weil sie von guter Qualität sind, weil sie uns ermöglichen, unsere Lebensgrundlage zu verbessern, und weil sie für unsere Kinder eine bessere Zukunft bedeuten.»

Als KonsumentInnen können wir alle mit unserem täglichen Einkauf ganz direkt Einfluss auf eine gerechtere wirtschaftliche Entwicklung nehmen. Zehntausende von Menschen erhalten nicht nur einen fairen Preis für ihre Ware, sondern auch eine neue Perspektive für ihre Familien. Jedes gekaufte Max Havelaar-Produkt ist deshalb eine Investition in die Zukunft unseres Planeten.

Dank dem ausgezeichneten Abschluss wird Max Havelaar weiter in die Entwicklung neuer Produkte investieren können: Max Havelaar klärt zur Zeit Möglichkeiten der Reis-Belabellung ab. Weiter ermöglichen die guten Ergebnisse einen Ausbau unserer Qualitätskontrollen: Das Max Havelaar-Label wird auch in Zukunft für die korrekte Einhaltung der Fair-Trade-Kriterien und für ausgezeichnete Qualität bürgen.

Eine ganz wichtige Rolle in der Förderung des gerechten Handels mit den Menschen aus den Ländern des Südens spielen die Lizenznehmer in der Schweiz. Wir werden deshalb unsere Zusammenarbeit mit ihnen weiter intensivieren, Synergien nutzen und alles daran setzen, dass die von den KonsumentInnen gewünschten Max Havelaar-Produkte möglichst flächendeckend und zu jedem Zeitpunkt in den Verkaufskanälen verfügbar sind. Die KonsumentInnen haben die Wahl: Sie wollen in den fairen Handel investieren; sie sind unsere «AktionärInnen».

Paola Ghillani, Geschäftsleiterin Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Les consommateurs sont nos «actionnaires»

Grâce au choix conscient d'un nombre croissant de consommatrices et consommateurs pour le commerce équitable, les produits labellisés Max Havelaar ont atteint des ventes exceptionnelles en 1999. Ce choix conscient a une valeur inestimable pour les producteurs du Sud, car ce sont eux qui en profitent directement. Avec une croissance de 30 pour-cent par rapport à 1998, les ventes de produits labellisés Max Havelaar en 1999 vont permettre à beaucoup de producteurs et travailleurs de plantations d'améliorer le développement social et environnemental de leur communauté souvent située dans des régions défavorisées du Sud.

Lorsque nous les visitons, nous leur demandons quel est le message qu'ils aimeraient donner aux consommateurs suisses. La réponse est toujours la même: «Dites-leurs qu'ils achètent encore plus de nos produits, car ils sont bons et de qualité, ainsi nous pourrions améliorer nos conditions de vie et offrir un avenir meilleur à nos enfants!»

En effet, des dizaines de milliers de personnes ne reçoivent non seulement un prix équitable pour leurs produits, mais aussi de nouvelles perspectives pour leur famille. Ainsi nous, les consommateurs, par nos achats quotidiens, nous pouvons directement influencer le sort de l'économie, ainsi donc celui des personnes et celui de notre planète.

Les excellents résultats obtenus en 1999 vont permettre à la Fondation Max Havelaar d'investir dans le développement de nouveaux projets; des recherches pour la labellisation du riz sont en cours. En outre, ces résultats permettent aussi l'intensification des contrôles, afin d'assurer que les critères du commerce équitable sont respectés et que la qualité des produits correspond au standard suisse.

En Suisse, les preneurs de licence Max Havelaar jouent également un rôle important dans la promotion d'un commerce équitable avec les pays du Sud. Nous allons donc intensifier notre travail en commun, afin d'assurer que les produits labellisés Max Havelaar soient toujours disponibles partout pour les consommateurs qui, en étant nos «actionnaires», ont choisi d'investir dans le commerce équitable.

Paola Ghillani, directrice de la Fondation Max Havelaar (Suisse)



Jahresrückblick: exzellente Umsatzentwicklung

Die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) schreibt umsatzmässig das erfolgreichste Jahr ihrer Geschichte. Die Eigenfinanzierung, welche bis Ende 2000 erreicht werden muss, ist in greifbare Nähe gerückt: Die Stiftung trägt sich 1999 zu 95 Prozent selbst. Der Umsatz fair gehandelter Produkte mit dem Max Havelaar-Gütesiegel liegt in der Schweiz bei CHF 62,2 Mio. (1998: CHF 47,5 Mio.). Das Wachstum betrug 30 Prozent.

Fast überall zugelegt

2,395 Millionen Liter Orangensaft wurden seit der Lancierung im Februar 1999 verkauft. Dies entspricht rund 3,5 Prozent des Marktes. Die Bananen haben um fast 50 Prozent zugelegt, von 7222 auf 10'778 Tonnen (15 Prozent Marktanteil). Auch der Max Havelaar-Kaffee konnte im schrumpfenden Markt dazugewinnen von 1373 auf 1425 Tonnen, was im Detailhandel rund 5 Prozent der Kaffeeumsätze ausmacht. Erfreulich entwickelten sich auch Honig, der von 190 auf 221 Tonnen anwuchs (ca. 7 Prozent des Import-Tafelhonigs) und Kakaoprodukte, die ebenfalls zulegt: von 141 auf 161 Tonnen (Marktanteil unter 1 Prozent). Einzig der Tee verzeichnet gegenüber den Spitzenwerten von 1998 eine Einbusse: 37 Tonnen 1999, 41 Tonnen im Vorjahr (Marktanteil ca. 4 Prozent).

Bioprodukte für Produzenten und KonsumentInnen

Lebensmittel in Bioqualität liegen im Trend. Immer mehr KonsumentInnen wollen sie. Immer mehr Partnerorganisationen von Max Havelaar liefern sie; und dies nicht nur, weil der Markt es fordert, sondern weil speziell bei den Kleinbauern das Bewusstsein für den Wert einer gesunden Umwelt wächst. Kaffee, Bananen, Tee, Kakao und Zucker mit dem Gütesiegel des fairen Handels werden bereits heute gemäss der Schweizer Bionorm hergestellt. Honig existiert in EU-Bioqualität und beim Orangensaft laufen entsprechende Abklärungen. Eine Bioumstellung kostet aber Zeit und verursacht oft beträchtliche Kosten. Viele Partner von Max Havelaar können sich eine Umstellung nur dann leisten, wenn sie über geraume Zeit ihre Rohstoffe zu den vorteilhaften Fair-Trade-Konditionen absetzen konnten.

Regards sur l'année écoulée: le chiffre d'affaires grimpe

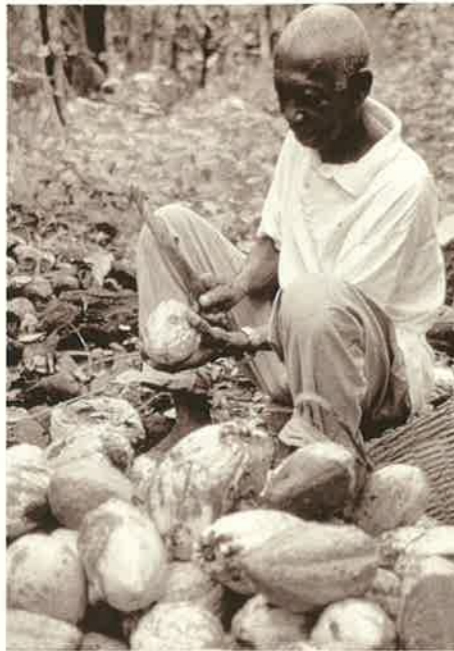
Si l'on considère le chiffre d'affaires, la Fondation Max Havelaar (Suisse) signe sa meilleure année. L'autofinancement, l'objectif pour la fin de l'année 2000, semble désormais réalisable: la fondation s'est autofinancée à 95 pour-cent en 1999. En Suisse les ventes des produits équitables au label Max Havelaar ont atteint 62,2 mio. CHF (1998: 47,5 mio.). La croissance est de 30 pour-cent.

Presque partout en augmentation

Depuis son lancement en février 1999, 2,395 milliers de litres de jus d'orange ont été vendus, soit 3,5 pour-cent du marché. La vente des bananes a augmenté de presque 50 pour-cent, de 7222 à 10'778 tonnes (15 pour-cent du marché). Le café aussi a augmenté, passant de 1373 à 1425 tonnes dans un marché en recul, ce qui représente près de 5 pour-cent des ventes de café dans le commerce de détail. Les ventes de miel sont aussi réjouissantes – elles ont passé de 190 à 221 tonnes (près de 7 pour-cent du miel de table importé) – ainsi que celles des produits à base de cacao qui ont passé de 141 à 161 tonnes (moins de 1 pour-cent de part de marché). Seul le thé est en recul par rapport à l'année record de 1998 (41 tonnes), il en a été vendu 37 tonnes (près de 4 pour-cent de part de marché).

Des produits bio pour les producteurs et les consommateurs

Les denrées alimentaires de qualité «bio» sont dans le vent. De plus en plus de consommateurs en demandent. Un nombre croissant d'organisations partenaires de Max Havelaar en produisent – non seulement pour répondre à la demande, mais aussi parce que les petits producteurs apprécient la valeur d'un environnement sain. Aujourd'hui déjà du café, des bananes, du thé, du cacao et du sucre au label du commerce équitable sont produits selon les normes suisses de l'agriculture biologique. On trouve du miel de qualité «bio» répondant aux normes de l'Union Européenne et les démarches vont dans ce sens pour le jus d'orange. Mais une conversion au «bio» demande du temps et engendre souvent des dépenses élevées. Beaucoup de partenaires Max Havelaar ne peuvent se permettre une conversion qu'à la condition d'avoir pu vendre régulièrement leurs produits aux conditions du marché équitable pendant une certaine période.



«L'être humain est l'acteur le plus important de cette planète. Il est responsable de la vie des générations futures.»

Devise de «Asoproban», coopérative de producteurs de bananes à Orihueca, Colombie

El hombre, Como protagonista principal de la vida en el planeta es responsable de garantizar el futuro de nuestra nueva generación



«Der Mensch ist der wichtigste Akteur auf diesem Planeten. Er ist verantwortlich für das Leben der kommenden Generationen.»

Leitmotiv der Bananenbauern-Genossenschaft Asoproban, Orihueca, Kolumbien

Guter Start für Orangensaft

Im Februar 1999 wurde mit dem Orangensaft das jüngste Produkt mit Max Havelaar-Gütesiegel eingeführt. Erhältlich ist der faire Vitaminspender bei den Grossverteilern Coop und Migros so wie bei der claro fair trade AG. Mit der Lancierung dieses weitgehend im Ursprungsland verarbeiteten Produktes konnte einer breiten Öffentlichkeit gezeigt werden, dass der bei jung und alt beliebte Saft häufig unter schlechten sozialen Bedingungen hergestellt wird, und zwar nicht im Mittelmeerraum, sondern zu rund 70 Prozent in Brasilien.

Spitzenreiter bei Qualitätstest

Im Berichtsjahr wurden 2,395 Mio. Liter Orangensaft mit dem Max Havelaar-Label verkauft, was einem Marktanteil von 3,5 Prozent entspricht. Ein gutes Medienecho anlässlich der Lancierung, Verkaufsförderungsmaßnahmen der Lizenznehmer und nicht zuletzt die Qualitätstests von À bon entendeur/Kassensturz vom Herbst (Max Havelaar-Orangensaft erzielte die besten Resultate: keine Pestizidrückstände und 100-prozentiger Vitamin-C-Anteil) haben einen wesentlichen Teil hierzu beigetragen.

Positive Entwicklung in Paraná

In den wenigen Monaten, seit die Partnerorganisation im brasilianischen Paraná zu Max Havelaar-Bedingungen liefert, hat sich einiges verändert. Management der verarbeitenden Fabrik, Plantagenbesitzer, lokale Gewerkschaften und PflückerInnen ziehen heute am selben Strick. Ein Sozialvertrag wurde ausgearbeitet, die PflückerInnen werden arbeitsrechtlich registriert. Erst jetzt haben sie Anrecht auf Sozialleistungen. Zudem erhalten sie heute Unterricht in Gesundheitslehre; Alphabetisierungskurse sind angelaufen. Auch die medizinische Versorgung hat sich deutlich verbessert.

Damit solche und ähnliche Projekte nicht zu Strohfedern verkommen, bedarf es der Solidarität der KonsumentInnen nicht nur in der Schweiz. Die Partnerorganisationen in Brasilien und Mexiko hoffen, dass ihr Orangensaft bald schon in möglichst vielen europäischen Ländern in die Regale kommt.



Bon départ pour le jus d'orange

Le benjamin des produits Max Havelaar, le jus d'orange, a été lancé en février 1999. La source de vitamines équitable est disponible auprès des grands distributeurs Coop et Migros, ainsi que chez claro/Magasins du Monde. Avec le lancement de ce produit en grande partie transformé dans le pays d'origine, un large public a pris conscience que les producteurs du jus, tant appréciés des jeunes et des moins jeunes, travaillent souvent dans de mauvaises conditions sociales, non pas dans le bassin méditerranéen, mais, dans 70 pour-cent des cas, au Brésil.

En tête lors des tests de qualité

2,395 millions de litres de jus au label Max Havelaar ont été vendus en 1999, représentant une part de marché de 3,5 pour-cent. L'écho positif des médias lors du lancement, les mesures promotionnelles des preneurs de licence, sans oublier les résultats du test de «À bon entendeur» (Max Havelaar a obtenu les meilleurs résultats: aucune trace de pesticide et 100 pour-cent de vitamine C) y ont certainement grandement contribué.

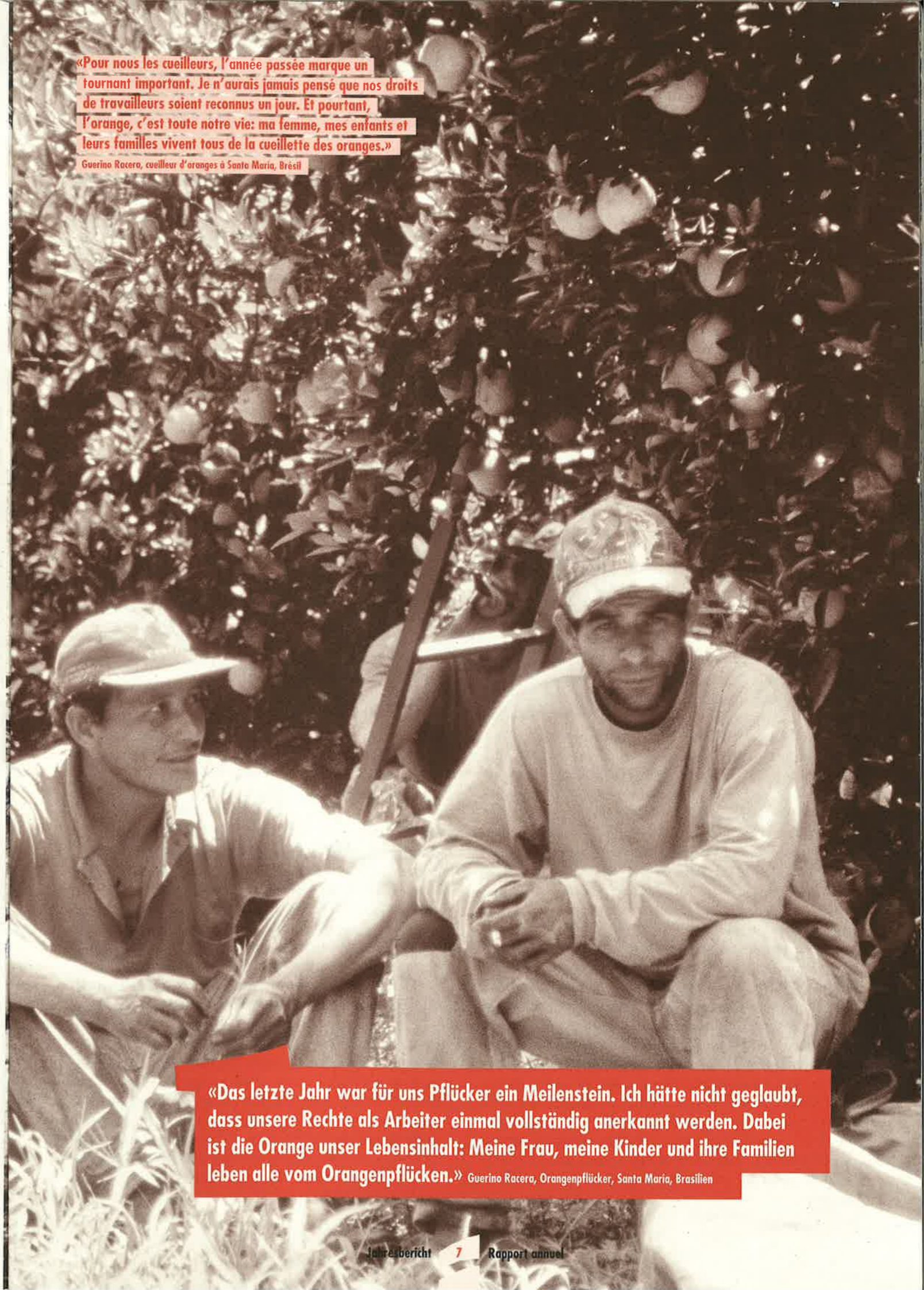
Améliorations au Paraná

Depuis qu'elle livre aux conditions Max Havelaar, les choses ont bougé pour l'organisation Paraná Citrus, notre partenaire brésilien. Dorénavant, la gérance de l'unité de transformation de concentré, les propriétaires de plantations, les syndicats locaux et les cueilleurs ont des intérêts communs. Un contrat social a été élaboré et les cueilleurs sont officiellement reconnus par les autorités – condition indispensable pour jouir de prestations sociales. En outre, des cours d'hygiène et d'alphabétisation ont été mis sur pied. L'aide médicale a été nettement améliorée.

Pour que de tels projets puissent être poursuivis, les travailleurs doivent pouvoir compter sur la solidarité des consommateurs. Mais ceci ne doit pas se limiter à la Suisse. Les producteurs partenaires du Brésil et du Mexique espèrent pouvoir écouler bientôt leur jus d'orange dans les magasins d'autres pays européens.

«Pour nous les cueilleurs, l'année passée marque un tournant important. Je n'aurais jamais pensé que nos droits de travailleurs soient reconnus un jour. Et pourtant, l'orange, c'est toute notre vie: ma femme, mes enfants et leurs familles vivent tous de la cueillette des oranges.»

Guerino Racera, cueilleur d'oranges à Santa Maria, Brésil



«Das letzte Jahr war für uns Pflücker ein Meilenstein. Ich hätte nicht geglaubt, dass unsere Rechte als Arbeiter einmal vollständig anerkannt werden. Dabei ist die Orange unser Lebensinhalt: Meine Frau, meine Kinder und ihre Familien leben alle vom Orangenpflücken.» Guerino Racera, Orangenpflücker, Santa Maria, Brasilien

Bananen legen 50 Prozent zu

Im Jahr 1999 sind 60 Millionen Max Havelaar-belabelte Bananen über den Ladentisch gegangen, 49 Prozent mehr als im Vorjahr, als Umweltkatastrophen zu erheblichen Lieferausfällen und Qualitätseinbussen geführt hatten. Und dennoch beklagen sich KonsumentInnen, dass Max Havelaar-Bananen bei den Grossverteilern nicht immer anzutreffen sind. Dies lässt vermuten, dass der Absatz der Früchte nochmals gesteigert werden könnte, wenn die Verfügbarkeit besser wäre. Dies wäre nicht nur im Sinne der Konsumierenden, denn:

Bananen sichern das Überleben

- «Fairer Handel ist der Grund dafür, dass die Kleinbauern unseres Verbandes noch eine Lebensgrundlage haben». Jorge Ramirez, Präsident El Guabo, Ecuador

- «Ohne den garantierten Max Havelaar-Preis wären wir längst keine Bauern mehr.» Deris Ariza, Bananenbäuerin, Asoproban, Kolumbien

- «Früher war ich jemand, der Bananen auf einen Lastwagen verladen hatte. Mit Max Havelaar bin ich ein internationaler Geschäftsmann geworden.» Arturo Gomez, Arbeiter Coopetrabatur, Costa Rica

Kriterienumsetzung: langsam, aber sicher

Alle Produzentenorganisationen, welche Max Havelaar-Bananen nach Europa liefern, haben sich verpflichtet, klar festgelegte Verbesserungen im Umwelt- und Sozialbereich einzuleiten. Wenn heute diese Programme noch immer im Rückstand sind, so hat dies Gründe: Erstens haben viele Bananenpflanzungen 1998 schwer unter El Niño und den Hurricans gelitten. Zweitens konnten die Produzenten 1999 nur einen Teil ihrer Früchte zu Max Havelaar-Bedingungen verkaufen: Wegen der weltweiten Überproduktion mussten sie die restlichen Bananen monatelang zu Schleuderpreisen, die unter dem Selbstkostenpreis lagen, absetzen. Dies setzte den Durchschnittserlös herab, schmälerte das Einkommen und ermöglichte nur beschränkt Investitionen im Sinne der Max Havelaar-Philosophie. Gemeinsam mit seinen Partnerorganisationen wird Max Havelaar alles daran setzen, die Umwelt- und Sozialprogramme in nützlicher Frist zu realisieren.

Plus 50 pour-cent pour les bananes

En 1999 60 millions de bananes labellisées Max Havelaar ont été achetées, 49 pour-cent de plus que l'année précédente, année marquée par des catastrophes climatiques qui firent baisser la productivité des bananiers ou qui engendrèrent des récoltes de qualité médiocre. En dépit de cette augmentation, de nombreux consommateurs se plaignent encore de ne pas toujours trouver des bananes

Max Havelaar auprès des grands distributeurs. La vente de fruits pourrait donc être encore augmentée, à condition que la marchandise soit disponible auprès des preneurs de licence.

Les bananes – synonyme de survie:

- «C'est grâce au commerce équitable que les petits paysans de notre union ont encore une base existentielle assurée.» Jorge Ramirez, président de El Guabo, Equateur

- «Sans le prix garanti Max Havelaar, il y a longtemps que nous ne serions plus paysans!» Deris Ariza, productrice de bananes, Asoproban, Colombie

- «Avant, j'étais une quelconque personne qui chargeait les bananes sur un camion. Avec Max Havelaar je suis devenu un homme d'affaires international.» Arturo Gomez, travailleur chez Coopetrabatur, Costa Rica

Application des critères: lentement mais sûrement

Toutes les organisations de producteurs livrant des bananes Max Havelaar en Europe se sont engagées à obtenir des améliorations notables dans les domaines de l'environnement et du social. Si certains de ces projets ont quelque retard aujourd'hui, cela s'explique: premièrement, en 1998, de nombreuses plantations de bananes ont été touchées par El Niño et les ouragans. Deuxièmement, en 1999, les producteurs n'ont pu vendre qu'une partie de leur production aux conditions Max Havelaar: en raison de la surproduction mondiale, des bananes ont dû être vendues pendant des mois à un prix dérisoire. Ainsi, le produit de la vente s'en est retrouvé diminué, d'où un revenu inférieur au budget, préterit une part des investissements à même de répondre à la philosophie Max Havelaar. Max Havelaar va tout mettre en oeuvre afin de réaliser plus complètement les programmes environnementaux et sociaux dans les plus brefs délais.



Die Ausnahme: etwas schwächerer Tee

Der Schwarzteeconsum zeigt in der Schweiz einen rückläufigen Trend. 37,3 Tonnen verkaufter Max Havelaar-zertifizierter Schwarztee widerspiegeln diese Entwicklung. (1998: 41,5 Tonnen). Jedoch entsprechen diese Mengen im Mehrjahresvergleich einem Durchschnittswert bei Max Havelaar-zertifizierten Tees. Anders verhält es sich beim Grüntee, der sich wachsender Beliebtheit erfreut. Wengleich verschiedene Partner des Fairen Handels das Produkt liefern könnten, haben die Lizenznehmer bis anhin noch nicht von diesem Angebot Gebrauch gemacht. Ausnahme bildet die claro fair trade AG, welche Ende 1999 ihr Sortiment mit diversen Grüntees ergänzt hat.

Darjeeling: es tut sich was

Nachdem der Prämientransfer nun funktioniert, konnten auch in den Darjeeling-Gärten Projekte realisiert werden. So wurden im Singell-Teegarten die flinksten Pflückerinnen mit Nähmaschinen und Kochutensilien belohnt. Zur Verbesserung der Gesundheitssituation werden heute Ernährungskurse angeboten. In Pussimbing und Ambootia wurde in Gebäuderenovierung und Strassenbau investiert.

Sri Lanka: Vernetzung der Partner

Die gemischten Komitees aus Management und Arbeiterschaft, welche die Plantagenpartner des Fairen Handels vertreten, haben in Sri Lanka erste Schritte in Richtung Vernetzung vorgenommen. Ziel ist es, die Herausforderungen des (fairen) Handels gemeinsam anzugehen und so von allen getragene Lösungen zu finden.

Einer dieser Partner ist der Concordia-Teegarten. Dank neuen Lieferungen zu Max Havelaar-Bedingungen konnten im Berichtsjahr grosse Fortschritte erzielt werden. Einerseits im organisatorischen Bereich, wo das gemischte Komitee aus Belegschaft und Management etabliert wurde. Andererseits im Projektbereich: Komplementäre Nahrungsmittel zur Bekämpfung der Mangelerscheinungen insbesondere bei Frauen und Kindern werden abgegeben. – All dies dank der Solidarität tausender von TeetrinkerInnen in der Schweiz und anderswo.

L'exception: un thé plus faible

La consommation de thé noir recule en Suisse. Les 37,3 tonnes de thé certifié Max Havelaar confirment cette tendance (1998: 41,5 tonnes). Néanmoins, cette quantité correspond à la moyenne sur plusieurs années. Autre tendance pour le thé vert, dont la consommation est en plein essor. Bien que plusieurs partenaires du commerce équitable seraient en mesure de livrer ce produit, les preneurs

de licence n'ont pas encore profité de cette offre. claro fair trade SA fait exception, en effet dès fin 1999 son assortiment a été complété par différentes sortes de thé vert.

Darjeeling: il s'y passe des choses

Les jardins de thé Darjeeling sont en mesure de réaliser des projets, dès lors que le transfert des primes fonctionne. Ainsi, dans le jardin de thé de Singell, les cueilleuses de thé les plus habiles ont acquis des machines à coudre et des ustensiles de cuisine. Des cours de nutrition sont offerts afin d'améliorer la situation sanitaire. A Pussimbing et Ambootia on a investi dans la rénovation de bâtiments et la construction de routes.

Sri Lanka: réseau et partenariat

Un comité mixte, représentant les partenaires des plantations du commerce équitable, formé par la direction et les groupements de travailleurs, se sont engagés dans une collaboration plus étroite avec pour objectif premier la maîtrise du marché (équitable) et la recherche de solutions acceptées par tous.

Citons le jardin de thé Concordia, membre du comité. Grâce à un accroissement des ventes aux conditions Max Havelaar, de grands progrès ont pu être réalisés dans le courant de l'année 1999. Dans le domaine de l'organisation: un comité mixte représentant les divers partenaires de la plantation a été établi. Autre activité: la distribution d'aliments complémentaires aideront à la prévention de certaines carences nutritionnelles fréquentes chez les femmes et les enfants. – Un grand merci aux milliers de buveurs de thé de Suisse et d'ailleurs.



Weiter aufwärts mit Kakao und Zucker

Die Aufwärtsbewegung vom vergangenen Jahr konnte fortgesetzt werden: Der Umsatz nahm mengenmässig um 14 Prozent zu, 1999 wurden 162 Tonnen belabelte Kakaoprodukte verkauft.

Ein neuer Lizenznehmer

Ende Jahr konnte Pronatec als neuer Lizenznehmer gewonnen werden, was das Angebot an fair gehandelter Schokolade in Bio-Qualität vervielfältigt. Die Anstrengungen von Max Havelaar, die Produktlinie zu erweitern und vermehrt in Richtung Bio zu arbeiten, haben dennoch nicht die erwarteten Früchte getragen. Trotz des Biobooms herrscht im Süssewarenereich eine spürbare Skepsis: Einige Anbieter glauben (noch) nicht an die Marktchancen für biozertifizierte Fair-Trade-Produkte.

Angebot und Nachfrage: kein Gleichgewicht

Die dramatisch gesunkenen Weltmarktpreise für Kakao und Zucker zeigen, wie wichtig es gerade heute ist, die Anstrengungen zur Ausweitung des Fairen Handels zu verstärken. Das Fair-Trade-Angebot ist für Kakao und Zucker vielfältig und übersteigt die gegenwärtige Nachfrage bei weitem. Dies auch wenn der gesamteuropäische Absatz zugenommen hat (erstmalig auf über 1000 Tonnen). Ein Produzent aus Costa Rica liefert neu auch raffinierten Biozucker in Fair-Trade-Qualität. Nach wie vor ist jedoch die Menge des fairen Biokakaos aus Westafrika (eine hierzulande geschätzte Qualität) sehr klein.

Kuapa Kokoo gedeiht

In Ghana schreitet eine erfreuliche Entwicklung voran, die Organisation wächst, unterdessen sind es rund 20'000 Bauernfamilien in etwa 250 Dörfern, die Kuapa Kokoo angeschlossen sind. Verschiedene Fair-Trade-Projekte wurden in diesem Jahr umgesetzt: In fünf Dörfern wurden Wasserpumpen installiert, Gemeinschaftstoiletten konnten erstellt werden, und Frauengruppen starteten mit der Produktion von Seife, die auf dem lokalen Markt abgesetzt werden kann. Wichtige Zusatzeinkommen entstehen, und die Abhängigkeit vom Kakao nimmt ab.

Le cacao et le sucre poursuivent leur ascension

La hausse enregistrée l'année passée a pu être confirmée: le chiffre d'affaires a augmenté de 14 pour-cent. En 1999, 162 tonnes de produits à base de cacao ont été labellisés.

Un nouveau preneur de licence

Vers la fin de l'année, la maison Pronatec a rejoint les preneurs de licence, d'où augmentation de l'offre de chocolat équitable de qualité «bio». Les efforts de Max Havelaar pour élargir sa gamme de produit en optant pour la tendance «bio» n'ont toutefois pas encore vraiment porté leurs fruits. Malgré le boom des produits «bio», un scepticisme certain domine le domaine des douceurs: quelques distributeurs ne croient pas (encore) que les produits du marché équitable certifiés «bio» aient une chance sur le marché.

Offre et demande: loin de l'équilibre

La baisse dramatique des prix mondiaux du cacao et du sucre démontre combien il est important aujourd'hui plus que jamais, de s'engager pour un commerce équitable. La gamme de produits Max Havelaar à base de sucre et cacao est vaste et dépasse de loin la demande actuelle. Cela même si les ventes européennes ont progressé (plus de 1000 tonnes de fèves pour la première fois). Depuis peu, un producteur du Costa Rica livre du sucre raffiné équitable et «bio». Malheureusement la quantité de cacao équitable et «bio» provenant d'Afrique de l'Ouest (qualité très appréciée en Suisse) demeure très faible.

Kuapa Kokoo florissant

Au Ghana, on note des développements réjouissants. L'organisation croît; Kuapa Kokoo compte désormais 20'000 familles de paysans vivant dans près de 250 villages. Divers projets ont été mis sur pied grâce au commerce équitable: des pompes à eau ont été installées dans cinq villages, des toilettes publiques ont pu être construites et des groupes de femmes se sont lancés dans la production de savon destiné au marché local. Ainsi, des revenus complémentaires sont créés et la dépendance à la seule culture du cacao diminue.



Max Havelaar-zertifizierter Honig immer beliebter

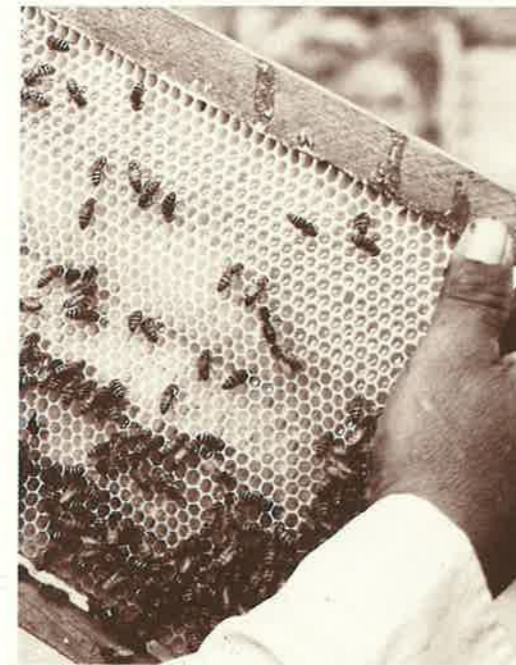
Im Berichtsjahr konnte ein Zuwachs von 16 Prozent auf insgesamt 220 Tonnen verzeichnet werden; und dies trotz eines gesamtschweizerisch stagnierenden Honigkonsums. Sechs Kooperativen mit weit über 1000 Imkern aus Chile, Guatemala, Mexiko und Uruguay lieferten den qualitativ hoch stehenden, teilweise gar biologisch produzierten Honig an Schweizer Anbieter.

Bitterer Nachgeschmack für Imker

Die Imker aus Übersee litten unter den Nachwirkungen der verheerenden Unwetter sowie unter dem Preisdruck der Aufkäufer: Mancherorts erhielten sie für ein Kilogramm Blütenhonig nur noch gerade einen Dollar. Der garantierte Max Havelaar-Mindestpreis ist hier überlebenssichernd, liegt er doch bis 50 Prozent über den handelsüblichen Ansätzen.

Lagerhäuser und Rotationsfonds

Existenzabsicherung der Imkerfamilien und Qualitätsverbesserungen sind hier die Stichworte: Die biozertifizierte Imkergenossenschaft Flor de Campanilla in Mexiko investiert in ein neues Lagerhaus und damit in ihre Zukunft als Lieferant von hochwertigem Honig für Europa: Nur hygienisch einwandfrei und bei nicht zu hoher Temperatur gelagerter Honig vermag den strengen hiesigen Kriterien standzuhalten. Die chilenische Apicoop verwendet einen Teil des Geldes für einen Rotationsfonds, der zu Gunsten besonders bedürftiger Imkerfamilien zinslose Kredite zur Verfügung stellt. Mit einem weiteren Prämienteil wird die Unabhängigkeit der Kooperative vom lokalen Zwischenhandel gefördert: Immer wieder bringen lokale Aufkäufer von Honig dasselbe Preisdumping-Argument: «Für diese Qualität bezahle ich nur die Hälfte.» Um sich hier sachgerecht zur Wehr setzen zu können, erstand Apicoop ein modernes Analysegerät. Seither können die Mitglieder dieser Kooperative mit objektiven und präzisen Messwerten die hohe Qualität ihres Honigs belegen und müssen ihr Produkt nicht mehr zu Schleuderpreisen absetzen.



Le miel au label Max Havelaar convainc de plus en plus

Avec 220 tonnes, une hausse de 16 pour-cent a été enregistrée en 1999, nonobstant une stagnation de la consommation de miel en Suisse. Six coopératives regroupant plus de 1000 apiculteurs du Chili, Guatemala, Mexique et Uruguay ont livré aux distributeurs suisses du miel d'excellente qualité, une partie produite selon les normes «bio».

Relent amère pour les apiculteurs

Les apiculteurs d'outre-Atlantique ont subi les effets néfastes – tant des tempêtes que des prix dérisoires offerts par les acheteurs. Il n'est pas rare qu'ils ne reçoivent qu'un dollar par kilo de miel de fleurs. Dans ces conditions, le prix minimum garanti par Max Havelaar, jusqu'à 50 pour-cent supérieur au prix couramment offert par le commerce conventionnel, est vital.

Entrepôts et fonds de rotation

Parlons d'une existence assurée pour les familles des apiculteurs et de l'amélioration de la qualité: la coopérative d'apiculteurs mexicaine Flor de Campanilla, en investissant dans la construction

d'un nouvel entrepôt, assure son avenir de fournisseur de miel de qualité supérieure pour l'Europe. Seul un miel propre et entreposé à température modérée correspond aux sévères critères européens. L'organisation chilienne Apicoop investit une partie du bonus équitable dans un fonds de rotation qui met à disposition des familles d'apiculteurs dans le besoin des crédits libres d'intérêt. Une autre partie de la prime libère la coopérative du marché intermédiaire local et garantit son indépendance. Il n'est pas rare que des acheteurs de miel locaux affirment pour faire baisser le prix: «Pour cette qualité je ne paye que la moitié.» Décidé à argumenter objectivement, Apicoop a acheté un instrument d'analyse moderne. Dorénavant, les membres de cette coopérative tiennent en main des résultats démontrant avec précision la qualité supérieure de leur miel. Et ils ne sont pas forcés de brader leur produit.

Steter Zuwachs beim Kaffee

Bei einem seit Jahren schrumpfenden Kaffee-Gesamtmarkt legt der Kaffee mit Max Havelaar-Gütesiegel kontinuierlich zu: Im Berichtsjahr mengenmässig um weitere 3,8 Prozent. In Endverkaufspreisen ausgedrückt entspricht dies CHF 23 Mio. Besonders kräftig gewachsen ist der Bio-Kaffee: 260'000 kg oder fast 20 Prozent sämtlicher Kaffees mit Max Havelaar-Gütesiegel.

Swissair und Max Havelaar

Auf sämtlichen Swissair-Flügen wird seit geraumer Zeit Havelaar-zertifizierter Kaffee ausgeschenkt. Heute ist dies auch für die Fluggäste erkenntlich, hat doch die Swissair für ihren Kaffee eigens einen neuen Becher mit dem Max Havelaar-Label kreiert.

Sorgenkind Instant-Kaffee

Immer noch zu wünschen übrig lassen die Verkaufszahlen im Segment Instant-Kaffee. Der qualitativ hochstehende, preislich attraktive Lösliche ist für die Bauern besonders vorteilhaft: Er ist z.B. aus Mexiko in Bio-Qualität erhältlich oder wird teilweise im Ursprungsland (Tanzania) verarbeitet. Dies vergrössert die Wertschöpfung vor Ort.

Produzenten setzen vermehrt auf Bio

Dank der mit einigen Produzenten nun schon seit fünf bis zehn Jahren dauernden Partnerschaft und dank der guten Preise aus dem Fair-Trade-Geschäft werden mehr und mehr positive Auswirkungen sichtbar. Immer neue Gruppen beschliessen, ihren Kaffee biologisch anzubauen. Damit kommen sie nicht nur den Erfordernissen des Marktes nach, sondern schützen auch ihren Lebensraum und das Ökosystem Erde, wie Uriel Loaiza, Bio-Kaffeebauer in Riosucio, Kolumbien, erläutert: «Das beste Erbe, welches wir unseren Kindern geben können, ist dieses Land, dieser Boden voll von Leben. Und das Wissen, dass wir mit unserem Projekt eine Bewusstseinsänderung herbeiführen, welche für die Zukunft neue Wege eröffnet.»

Hausse constante pour le café

Alors que le marché global du café est en baisse constante depuis des années, le café au label Max Havelaar est en hausse continue. Plus 3,8 pour-cent en 1999, ce qui représente un chiffre d'affaires de 23 mio. CHF. La hausse est particulièrement forte pour le café produit selon les normes de l'agriculture biologique: 260'000 kg soit presque 20 pour-cent du café au label Max Havelaar.

Swissair et Max Havelaar

Du café «Max Havelaar» est servi depuis quelques années sur tous les vols Swissair. Ceci est visible pour les passagers depuis que Swissair a créé un gobelet portant le label Max Havelaar.

Soucis avec le café instantané

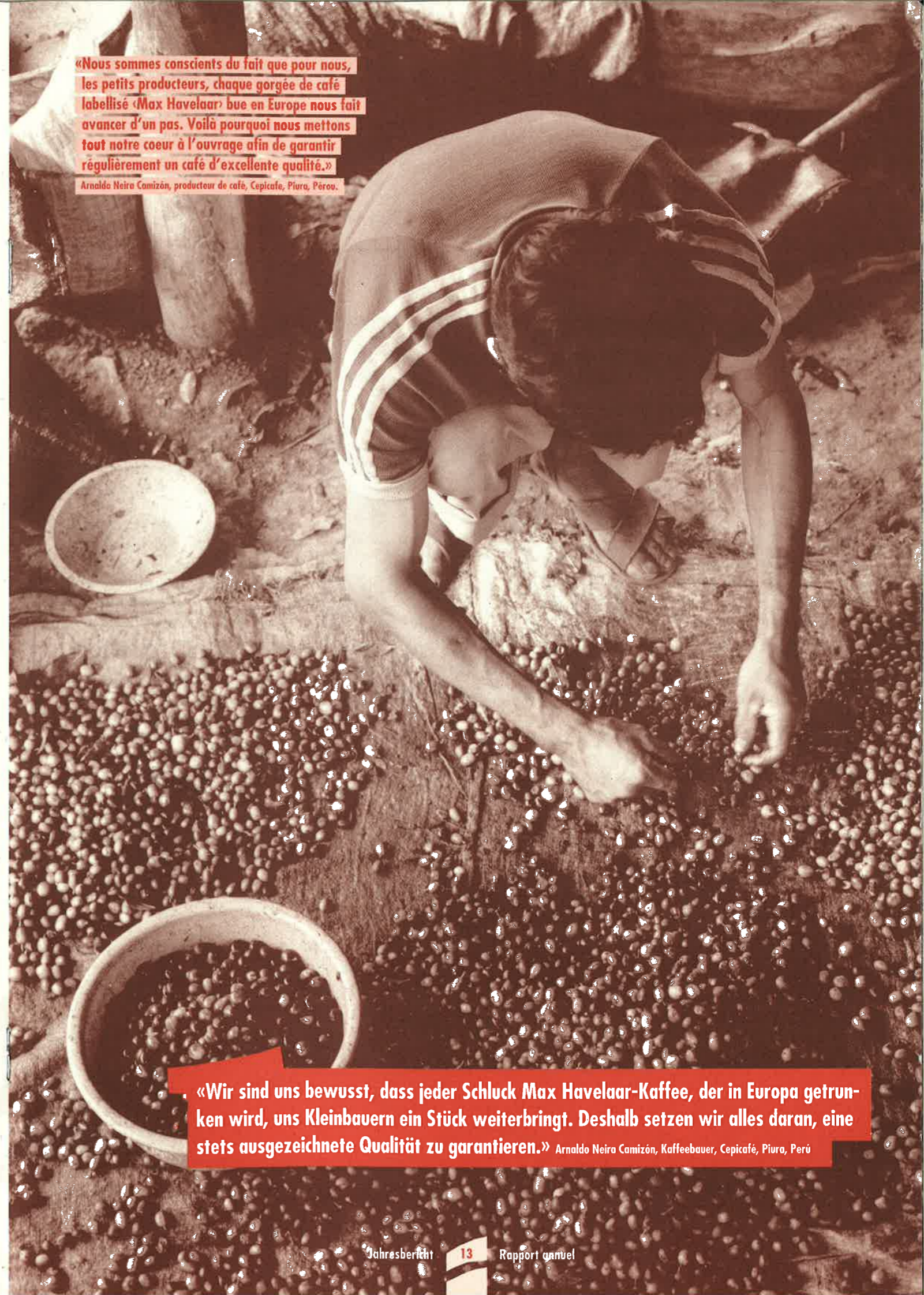
Les chiffres de vente du segment café instantané laissent encore à désirer. Pourtant ce café soluble d'excellente qualité et attractif quant au prix est particulièrement intéressant pour les producteurs: il provient en partie du Mexique en qualité «bio» ou il est partiellement transformé dans le pays d'origine (Tanzanie). Cette démarche permet une plus grande valeur ajoutée localement.

Les producteurs misent sur «bio»

Grâce à une collaboration datant déjà de cinq à dix ans et grâce aux bons prix obtenus par le commerce équitable, les améliorations dans le domaine de l'environnement sont de plus en plus visibles. Un nombre croissant de groupes opte pour la culture du café biologique. Ce faisant, non seulement ils répondent à une demande du marché, mais en plus, ils ménagent l'environnement. Uriel Loaiza (organisation Ingruma, Colombie) explique: «Ce pays, cette terre pleine de vie est le meilleur héritage que nous puissions laisser à nos enfants. Notre projet, c'est aussi une prise de conscience ouvrant une nouvelle voie pour le futur.»



«Nous sommes conscients du fait que pour nous, les petits producteurs, chaque gorgée de café labellisé (Max Havelaar) bu en Europe nous fait avancer d'un pas. Voilà pourquoi nous mettons tout notre coeur à l'ouvrage afin de garantir régulièrement un café d'excellente qualité.»
Arnaldo Neira Camizón, producteur de café, Cepicafa, Piura, Pérou.



«Wir sind uns bewusst, dass jeder Schluck Max Havelaar-Kaffee, der in Europa getrunken wird, uns Kleinbauern ein Stück weiterbringt. Deshalb setzen wir alles daran, eine stets ausgezeichnete Qualität zu garantieren.» Arnaldo Neira Camizón, Kaffeebauer, Cepicafa, Piura, Perú

Seit ihrer Gründung schreibt die Max Havelaar-Stiftung umsatzmässig das erfolgreichste Jahr. Es ist ein Überschuss von CHF 99'850.- zu verbuchen. Als Folge der Zunahme der Lizenzeinnahmen um 34 Prozent erreichte der Eigenfinanzierungsgrad 95 Prozent. Das Ziel der Selbstfinanzierung dürfte somit wie geplant im Jahr 2001 verwirklicht werden.

Die Gesamtausgaben der Stiftung entsprechen 2,8 Prozent des Verkaufswertes aller in der Schweiz verkauften Produkte mit Max Havelaar-Gütesiegel von rund CHF 62,2 Mio.

Die Erhöhung der Personalkosten um 15 Prozent ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass die bisher ausserfinanzierte Stelle für Produkteentwicklung und Betreuung des neuen Produktes Orangensaft 1999 erstmals von der Stiftung selbst finanziert wird.

In der Zentrale in Basel und im Büro in der Romandie teilen sich zehn Personen 670 Stellenprozent. Dazu kommt eine Vertreterin im Mandatsverhältnis in der italienischen Schweiz.

Im Jahr 2000 wird gemäss Budget ein Defizit von CHF 100'000.- entstehen, da grössere Investitionen in die Entwicklung neuer Produkte sowie vermehrte Unterstützung der Bananenproduzenten geplant sind.



Als Kontrollstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) der Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) für das am 31. Dezember 1999 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Stiftungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie

die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung Gesetz, Stiftungsurkunde und Reglement.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

BERO Treuhand AG

Roland Laube
Dipl. Wirtschaftsprüfer

Gelterkinden, 9. März 2000

Bilanz

(aufgerundet auf ganze Franken)

Aktiven	31. Dez. 98	31. Dez. 99	Passiven	31. Dez. 98	31. Dez. 99
Umlaufvermögen	1'209'501	1'371'256	Fremdkapital	199'384	261'289
Kasse, Post, Bank	679'169	854'913	Kurzfristige Schulden	89'315	164'459
Übrige Guthaben	361'414	487'630	Kt.Krt. Max Havelaar Plus	32'259	32'259
Transitorische Aktiven	168'898	48'713	Transitorische Passiven	77'810	64'570
Anlagevermögen	1	1	Eigenkapital	1'010'118	1'109'968
Mobilien	1	1	Stiftungskapital	100'002	100'002
			Vermögen		
			- Anfangskapital	910'116	
			- Einnahmenüberschuss	99'850	
			- Endbestand	910'116	1'009'966
Total Aktiven	1'209'502	1'371'257	Total Passiven	1'209'502	1'371'257

Erfolgsrechnung

Aufwand	1998	1999	Ertrag	1998	1999
Personalkosten	711'522	818'328	Beiträge seco	300'000	200'000
Miete und Nebenkosten	70'957	70'404	Lizenzeinnahmen	1'221'355	1'633'210
Administration	89'860	111'248	Verkaufsertrag		140
Reisen und Displacement	37'189	47'140	Register/Dienstleistungserträge	16'712	
Marketing und Information	348'510	414'047	Spenden	304	
Monitoring Produzenten/ Produkteentwicklung	180'344	184'754	Zinsertrag	16'231	14'000
Europ. Zusammenarbeit FLO	68'379	71'048	Diverser Ertrag	23'376	24'806
Externe Aufträge	40'994	36'151	Interner Ertrag	46'558	
MWSt Vorsteuer nicht erstattet	7'469	3'904	Max Havelaar Plus	150'000	
Debitorenverlust		15'283	Total Ertrag	1'774'536	1'872'156
Max Havelaar Plus	140'446				
Total Aufwand	1'695'671	1'772'306			
Mehreinnahmen	69'311	99'850	Mehrausgaben		
Kt.Krt. Max Havelaar Plus	9'554		Kt.Krt. Max Havelaar Plus		
Gesamtergebnis	1'774'536	1'872'156	Gesamtergebnis	1'774'536	1'872'156

La fondation Max Havelaar signe sa meilleure année du point de vue des ventes. Un excédent de CHF 99'850.- est à comptabiliser. Grâce à une croissance des rentrées de licences de 34 pour-cent, le degré d'autofinancement a atteint 95 pour-cent. L'autofinancement à 100 pour-cent, but fixé pour 2001, semble ainsi à portée.

Les dépenses globales de la Fondation correspondent à 2,8 pour-cent du chiffre d'affaires de tous les produits vendus en Suisse (CHF 62,2 mio.).

L'augmentation de 15 pour-cent des coûts salariaux est essentiellement due au fait que le poste de la personne responsable du développement et du suivi de produits nouveaux, jusqu'à présent financé par l'extérieur, a été financé pour la première fois, avec le lancement du jus d'orange en 1999, par la Fondation.

A la centrale de Bâle et dans le bureau en Suisse romande, dix personnes se partagent 670 pour-cent. A cela s'ajoute un mandat pour une représentante en Suisse italienne.

Le budget pour l'année 2000 prévoit un déficit de CHF 100'000.-, car des investissements importants sont prévus dans le développement de produits nouveaux et pour l'appui aux producteurs de bananes.



Rapport de l'organe de contrôle

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié la comptabilité et les comptes annuels (bilan et compte d'exploitation) de la fondation Max Havelaar (Suisse) pour l'exercice arrêté au 31 décembre 1999.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Conseil de Fondation alors que notre mission consiste à vérifier ces comptes et à émettre une appréciation les concernant. Nous attestons que nous remplissons les exigences de qualification et d'indépendance.

Notre révision a été effectuée selon les normes de la profession. Ces normes requièrent de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées avec une assurance raisonnable. Nous avons révisé les postes des comptes annuels et les indications fournies dans ceux-ci en procédant à des analyses et à des examens par sondages. En outre, nous avons apprécié la manière dont ont été appliquées les règles relatives à la présentation des comptes, les décisions significatives en matière d'évaluation ainsi que la présentation des comptes annuels dans leur ensemble. Nous estimons que notre révision constitue une base suffisante pour former notre opinion.

Selon notre appréciation, la comptabilité et les comptes annuels sont conformes à la loi, à l'acte de fondation et au règlement.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

BERO Treuhand SA

Roland Laube
Expert comptable diplômé

Gelterkinden, le 9 mars 2000

Bilan / Compte d'exploitation

Bilan

(arrondi au franc)

Actifs	31 déc. 98	31 déc. 99	Passifs	31 déc. 98	31 déc. 99
Actifs circulants	1'209'501	1'371'256	Engagements	199'384	261'289
Avoirs en caisse, CCP, banque	679'189	834'913	Engagements à court terme	89'315	164'459
Autres actifs	361'414	487'630	cc Max Havelaar Plus	32'259	32'259
Actifs transitoires	168'898	48'713	Passifs transitoires	77'810	64'570
Actifs immobilisés	1	1	Fonds propres	1'010'118	1'109'968
Biens immobiliers	1	1	Capital de Fondation	100'002	100'002
			Fortune		
			- Mise de fonds	910'116	
			- Excédent de recettes	99'850	
			- Montant final	910'116	1'009'966
Total actifs	1'209'502	1'371'257	Total passifs	1'209'502	1'371'257

Compte d'exploitation

Dépenses	1998	1999	Recettes	1998	1999
Salaires	711'522	818'328	Contributions seco	300'000	200'000
Loyers et coûts annexes	70'957	70'404	Recettes de licences	1'221'355	1'633'210
Administration	89'860	111'248	Produit des ventes		140
Voyages et déplacements	37'189	47'140	Registre/Revenus de prestations de services	16'712	
Marketing et information	348'510	414'047	Dons	304	
Monitoring producteurs/ Développement de produits	180'344	184'754	Intérêts	16'231	14'000
Collaboration européenne FLO	68'379	71'048	Recettes diverses	23'376	24'806
Mandats externes	40'994	36'151	Recettes internes	46'558	
TVA (impôt préalable non déduit)	7'469	3'904			
Pertes sur débiteurs		15'283			
Max Havelaar Plus	140'446		Max Havelaar Plus	150'000	
Total dépenses	1'695'671	1'772'306	Total recettes	1'774'536	1'872'156
Excédent de recettes	69'311	99'850	Excédent de dépenses		
cc Max Havelaar Plus	9'554		cc Max Havelaar Plus		
Résultat total	1'774'536	1'872'156	Résultat total	1'774'536	1'872'156

Herkunft der Max Havelaar-Produkte

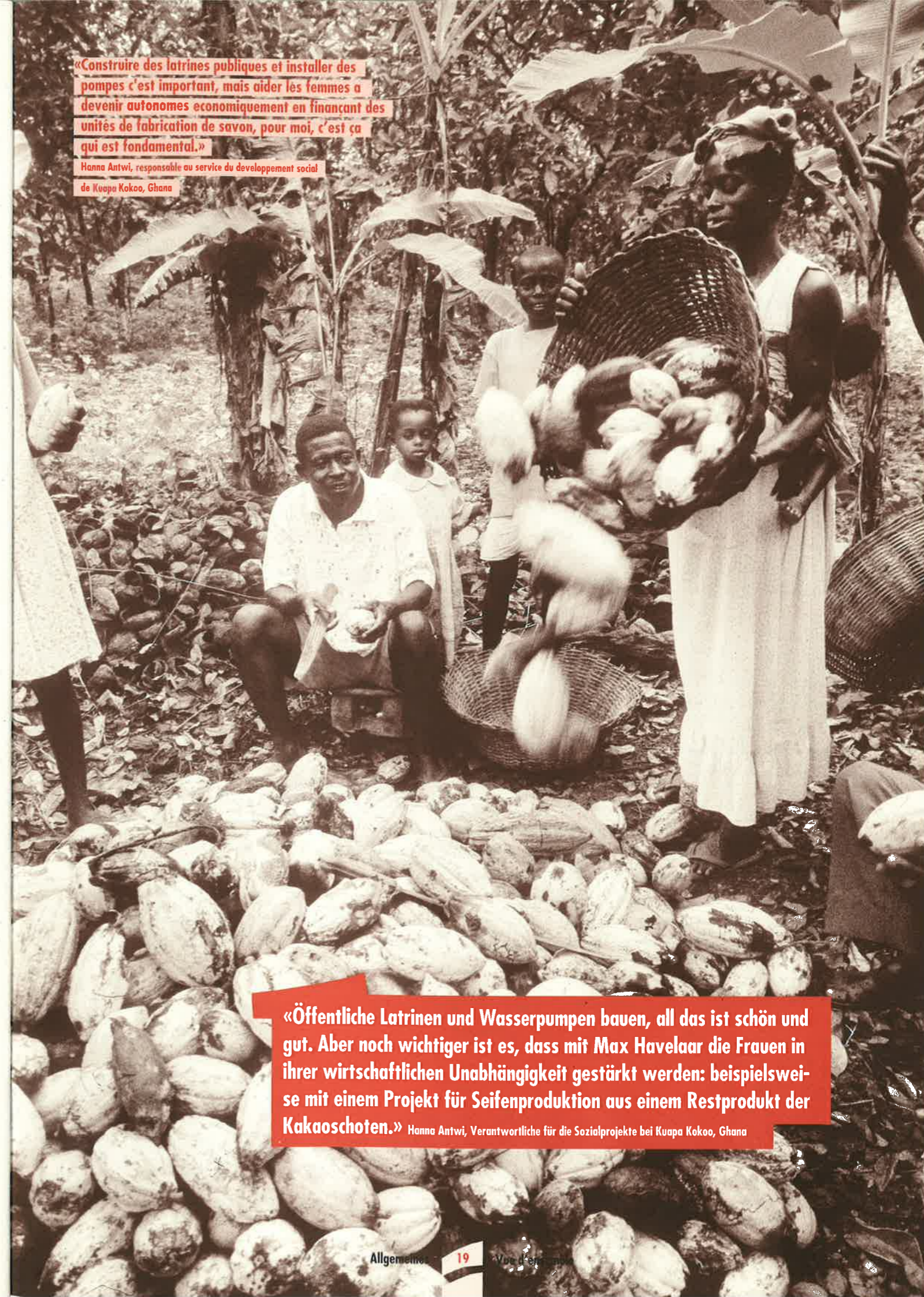
Provenance des produits Max Havelaar



Land Pays	Anzahl Vertragspartner Nombre de partenaires commerciaux	Orangensaft jus d'orange	Bananen bananes	Tee thé	Kakao cacao	Zucker sucre	Honig miel	Kaffee café
Belize / Belize					1			
Bolivien / Bolivie					1			9
Brasilien / Brésil	3							2
Chile / Chili							3	
Costa Rica / Costa Rica			1		1	4		2
Demokratische Republik Kongo / Congo Rép. Dém.								2
Dominikanische Republik / République Dominicaine			3		1	1		3
Ecuador / Equateur			1		1	1		
El Salvador / El Salvador								11
Ghana / Ghana			1		1			
Guatemala / Guatemala							5	6
Haiti / Haïti								3
Honduras / Honduras								2
Indien / Inde				21				
Kamerun / Cameroun					1			1
Kolumbien / Colombie			1					17
Mexiko / Mexique	1						10	22
Nepal / Népal				1				
Nicaragua / Nicaragua							1	8
Paraguay / Paraguay						2		
Papua Neu-Guinea / Papouasie Nouvelle Guinée								2
Peru / Pérou								8
Philippinen / Philippines						2		
Sri Lanka / Sri Lanka				13				
Tanzania / Tanzanie				4			1	6
Thailand/ Thaïlande								1
Uganda / Ouganda				4				2
Uruguay / Uruguay							1	
Venezuela / Venezuela								3
Vietnam / Viêtnam				1			1	
Zimbabwe / Zimbabwe				1				

In den sogenannten Produzentenregistern sind sämtliche Vertragspartner der verschiedenen Europäischen Fair-Trade-Label-Organisationen aufgeführt. In diesen Genossenschaften und Verbänden sind weltweit rund 500'000 Bauernfamilien organisiert. Neue Partner werden während den ersten ein bis zwei Jahren provisorisch in die Register aufgenommen.

Dans ce que l'on appelle le Registre des Producteurs figurent tous les partenaires contractants des diverses organisations européennes du label Fair Trade. A l'échelle mondiale, près de 500'000 familles de paysans sont affiliées à ces coopératives et associations. Les nouveaux partenaires accomplissent une période test de un à deux ans avant d'être admis dans le Registre.



«Construire des latrines publiques et installer des pompes c'est important, mais aider les femmes à devenir autonomes économiquement en finançant des unités de fabrication de savon, pour moi, c'est ça qui est fondamental.»

Hanna Antwi, responsable au service du développement social de Kuapa Kokoo, Ghana

«Öffentliche Latrinen und Wasserpumpen bauen, all das ist schön und gut. Aber noch wichtiger ist es, dass mit Max Havelaar die Frauen in ihrer wirtschaftlichen Unabhängigkeit gestärkt werden: beispielsweise mit einem Projekt für Seifenproduktion aus einem Restprodukt der Kakaoschoten.» Hanna Antwi, Verantwortliche für die Sozialprojekte bei Kuapa Kokoo, Ghana

Vertrieb der Max Havelaar-Produkte

Distribution des produits Max Havelaar



Lizenznehmer Preneurs de licence	Orangensaft jus d'orange	Bananen bananes	Tee thé	Schokolade chocolat	Honig miel	Kaffee café
Mit eigenen Filialen / avec filiales propres						
Caritas Fairness Handel, 6020 Emmenbrücke					•	•
claro fair trade AG, 2552 Orpund*	•		•	•	•	•
Coop Schweiz, 4002 Basel	•	•	•	•	•	•
Migros Genossenschafts-Bund, 8031 Zürich	•	•	•	•		•
Volg Konsumwaren AG, 8400 Winterthur		•			•	•
Mit Verkauf an Detailhandel und/oder institutionellen Konsum / avec vente au commerce de détail et/ou aux consommateurs institutionnels						
Aeberhard AG, 3007 Bern						•
Badilatti AG, 7524 Zuoz						•
Baumgartner & Co. AG, 9000 St. Gallen						•
Fritz Bertschi AG, 4127 Birsfelden						•
Blaser Café, 3001 Bern						•
Buser Kaffeerösterei, 4102 Birmingen						•
Caffè Chicco d'Oro, 6828 Balerna						•
Cafeor AG, 4008 Basel						•
Cafés Cuendet, 1023 Crissier						•
Carasso-Bossert SA, 1217 Meyrin						•
claro fair trade AG, 2552 Orpund	•		•	•	•	•
Esperanza SA, 1628 Vuadens						•
La Florida, 1227 Carouge						•
Giger Café AG, 3073 Gümligen						•
Glattfelder Rowe, 7500 St. Moritz						•
Helvetas, 8042 Zürich			•			
Graf AG, 5405 Baden-Dättwil						•
Hemmi Baur AG, 8002 Zürich						•
Hochstrasser AG, 6014 Littau						•
Howeg Planteurs Réunis, 6031 Ebikon						•
Illycafé AG, 8800 Thalwil						•
Kolanda AG, 4123 Allschwil						•
Küng & Co. AG, 8404 Winterthur						•
A. Kuster Sirocco-Kaffee AG, 8716 Schmerikon						•
Leuthold & Co. AG, 9016 St. Gallen						•
Moccaraba, 4058 Basel						•



Lizenznehmer Preneurs de licence	Orangensaft jus d'orange	Bananen bananes	Tee thé	Schokolade chocolat	Honig miel	Kaffee café
Oetterli & Co. AG, 4500 Solothurn						•
Pronatec, 8404 Winterthur				•		
Rast Lebensmittel AG, 6000 Luzern						•
Rialto Kaffee, 3063 Ittigen						•
Ernst Rickli AG REAL-Kaffeerösterei, 8730 Uznach						•
Rocca-Mocca, 4052 Basel						•
Rost AG, 6210 Sursee						•
La Semeuse, 2301 La Chaux-de-Fonds						•
Schwarzenbach Heinrich AG, 8001 Zürich						•
Stoll Kaffeerösterei, 8045 Zürich						•
Trottet SA, 1217 Meyrin						•
Lizenzierte Importeure / Importateurs sous licence						
AG für Fruchthandel/safruits, 4002 Basel		•				
Blaser Trading AG, 3001 Bern						•
Caritas Fairness Handel, 6020 Emmenbrücke					•	
claro fair trade AG, 2552 Orpund	•		•	•	•	
Eichberg Bio Gemüse AG, 5707 Seengen		•				
Helvetas, 8042 Zürich			•			
Narimpex AG, 2501 Biel					•	
Pronatec, 8404 Winterthur				•		
Alois Traeubler AG, 8304 Wallisellen						•

* Hier gibt es überdies Max Havelaar-zertifizierten Zucker, Bonbons und Sirup.

Produkte mit dem Max Havelaar-Gütesiegel erhalten Sie in folgenden Verkaufsstellen:

- bei Coop, Migros und Volg
- in den claro-, Welt-, Fairness- und Caritas-Läden
- in vielen Bio- und Detailhandelsgeschäften
- in Epa-, Globus-, Loeb-, Innovazione- und Manorfamilien
- bei Helvetas und WWF
- bei zahlreichen Röstern

* A cela s'ajoute du sucre, des bonbons et du sirop certifiés.

Les produits au label Max Havelaar sont en vente dans les magasins suivants:

- chez Coop, Migros et Volg
- dans les magasins claro, Magasins du Monde, Fairness et Caritas
- dans beaucoup de magasins bio et de détail
- dans beaucoup de succursales de Epa, Globus, Loeb, Innovazione et Manor
- chez Helvetas et WWF
- auprès de nombreux torréfacteurs

Auswahl und Kontrolle

Eine Produzentenorganisation, welche unter Max Havelaar-Bedingungen exportieren will, muss einen umfassenden Fragebogen ausfüllen und wird dann vor Ort überprüft. Experten evaluieren die Produktequalität. Delegierte verschiedener Label-Initiativen werten sämtliche Unterlagen aus und beschliessen, ob die Organisation ins «Produzentenregister» aufgenommen wird. Die eingetragenen Organisationen werden jährlich kontrolliert. Die Beurteilung erfolgt nach einheitlichen, strengen Kriterien, denn nur so kann Max Havelaar garantieren, dass die KonsumentInnen mit einem Havelaar-zertifizierten Produkt etwas ethisch Sinnvolles kaufen:

- Max Havelaar-Produkte stammen von Produzentenorganisationen mit transparenter Struktur oder von Plantagen, deren Besitzer ihren ArbeiterInnen ein Mitspracherecht gewähren und die gesetzlichen Mindestnormen bezüglich Lohn und Sozialleistungen einhalten.
- Die begünstigten Kleinbauern oder ArbeiterInnen bestimmen selbst über die Verwendung der Erlöse aus dem Fairen Handel.
- Die Produzentenorganisationen verfügen über eine effiziente Struktur zur Exportabwicklung.
- Die Organisationen arbeiten an einem langfristig nachhaltigen Entwicklungsprozess. Sie fördern umweltfreundliche Anbau- und Verarbeitungsmethoden. Im Gegenzug erhalten die Produzenten einen stabilen, kostendeckenden Preis von den Partnern des fairen Handels, und es werden langfristige Handelsbeziehungen angestrebt.

Internationale Zusammenarbeit

Im Frühling 1997 wurde die «Fair Trade Labelling Organizations – FLO International» gegründet. In diesem Verein sind 15 nationale Initiativen aus Holland, Belgien, der Schweiz, Deutschland, Österreich, Grossbritannien, Italien, Dänemark, Frankreich, Schweden, Norwegen, Luxemburg, Irland, Japan und Kanada zusammengeschlossen. Die bereits seit Jahren etablierte internationale Arbeitsteilung wurde mit der Gründung von FLO gestärkt. Die wichtigsten Arbeiten sind die Koordination aller auf die Produzentenorganisationen ausgerichteten Aktivitäten, das Monitoring sowie die Kommunikation unter den Initiativen.

Internationale Zusammenarbeit im Fair Trade Labelling ist eine Notwendigkeit. Keine nationale Organisation kann sämtliche Aufgaben in Eigenregie durchführen. Mit FLO werden Synergien genutzt. Nur so kann Fair Trade Labelling mit international harmonisierten Standards zukunftsweisend sein.

Sélection et contrôle

Une organisation de producteurs qui veut exporter aux conditions Max Havelaar doit remplir un vaste questionnaire et est contrôlée sur place. Des experts testent la qualité du produit. Des délégués de différentes initiatives de label évaluent le dossier et décident de l'inscription de l'organisation au «registre des producteurs». Les organisations inscrites sont contrôlées chaque année. L'évaluation tient compte de critères uniformes sévères, qui sont le seul moyen de garantir aux consommateurs que le produit certifié Max Havelaar qu'ils achètent respecte l'éthique du commerce.

- Les produits Max Havelaar proviennent d'organisations de producteurs dotées de structures transparentes ou de plantations dont les propriétaires octroient le droit de participation à leurs employés tout en satisfaisant aux normes minimales de salaires et de prestations sociales.
- Les petits paysans ou travailleurs bénéficiaires décident eux-mêmes de l'utilisation des recettes issues du marché équitable.
- Les organisations de producteurs disposent d'une structure efficace assurant la maîtrise de l'exportation.
- Les organisations s'engagent dans un processus de développement durable. Elles favorisent les méthodes de culture et de transformation respectueuses de l'environnement. En contrepartie les producteurs perçoivent des partenaires du commerce équitable un prix stable et couvrant les frais. Des relations commerciales à long terme sont souhaitées.

Collaboration internationale

«Fair Trade Labelling Organizations – FLO International» a été fondée en avril 1997. 15 initiatives nationales de Hollande, Belgique, Suisse, Allemagne, Autriche, Grande-Bretagne, Italie, Danemark, France, Suède, Norvège, Luxembourg, Irlande, Japon et Canada y sont représentées. Le partage des tâches, établi depuis des années déjà, a été renforcé par la création de cette organisation. Les activités principales de FLO sont la coordination des activités touchant les organisations de producteurs, le monitoring ainsi que la communication entre les initiatives.

La collaboration internationale est une nécessité au sein du commerce équitable. Aucune organisation nationale ne peut accomplir à elle-seule toutes les tâches. Avec FLO, les synergies sont utilisées. Ainsi le commerce équitable est un pionnier dans la mise en place de standards internationaux harmonisés, garant d'un développement futur.



Die Stiftung

«Die Stiftung fördert den existenzsichernden und umweltschonenden Handel mit benachteiligten Produzenten und die Information über damit zusammenhängende Entwicklungsfragen. Sie vergibt namentlich ein Label zur Auszeichnung von Produkten aus Entwicklungsgebieten, welche Minimalbedingungen in sozialer und ökologischer Hinsicht genügen. Die Stiftung ist nicht gewinnorientiert.» (Art. 2 des Stiftungsreglements)

Die Max Havelaar-Stiftung schlägt die Brücke zwischen den Produzentenorganisationen im Süden und den KonsumentInnen im Norden. Sie treibt direkt keinen Handel, sondern vergibt Lizenzen an Importeure, Röster und Händler, welche die Max Havelaar-Bedingungen erfüllen. Gegen die Entrichtung einer Gebühr dürfen sie das Gütesiegel verwenden.

Das Gütesiegel

Das Max Havelaar-Gütesiegel zeichnet Produkte aus den Ländern des Südens aus, welche unter sozial und ökologisch nachhaltigen Bedingungen hergestellt und gehandelt werden. Max Havelaar ist die Hauptfigur aus dem gleichnamigen Roman des Holländers Eduard Douwes Dekker. Unter dem Pseudonym «Multatuli» prangerte er im 19. Jahrhundert die unmenschlichen Bedingungen an, unter denen damals auf Java die Menschen auf den Kaffeeplantagen arbeiten mussten.

Stifterorganisationen

Brot für alle, Caritas, Fastenopfer, HEKS, Helvetas, Swissaid. Das seco leistet zudem bis Ende 2000 einen Startbeitrag an die Max Havelaar-Stiftung.

Stiftungsräte

Markus Glatz, Brot für alle
Geert van Dok, Caritas Schweiz (Vizepräsident)
Men Dosch, Fastenopfer
Charlotte Nager, HEKS
Tobias Meier, Helvetas
Bruno Riesen, Swissaid (Präsident)

Kontrollstelle

BERO Treuhand AG, Gelterkinden

La Fondation

«La Fondation favorise un commerce équitable et respectueux de l'environnement avec des producteurs défavorisés. Elle informe sur les questions de développement liées à cette problématique. Elle délivre un label qui sert à désigner en exclusivité des produits en provenance de régions en développement et répondant aux conditions minimales fixées par la Fondation Max Havelaar d'un point de vue social et écologique. La Fondation est à but non-lucratif.» (art. 2 du règlement de la Fondation)

La Fondation Max Havelaar ne se consacre pas directement à la commercialisation. Elle délivre uniquement des licences à des importateurs, des torréfacteurs, des commerçants qui veulent s'engager pour le commerce équitable. Ceux-ci peuvent utiliser le label de qualité Max Havelaar en échange de l'acquiescement d'une taxe.

Le label de qualité

Le label Max Havelaar désigne des produits des pays du Sud produits et commercialisés en respectant des conditions de production durable tant du point de vue social que de l'environnement. Max Havelaar est le héros du roman du même nom écrit par Eduard Douwes Dekker. C'est sous le pseudonyme Multatuli qu'il dénonça au 19ème siècle les conditions inhumaines dans lesquelles les hommes devaient travailler sur les plantations de café à Java.

Organisations fondatrices

Action de Carême, Caritas, EPER, Helvetas, Pain pour le Prochain, Swissaid. Le lancement de la Fondation est cofinancé par le seco jusqu'à fin 2000.

Membres du Conseil de Fondation

Markus Glatz, Pain pour le Prochain
Geert van Dok, Caritas Suisse (vice-président)
Men Dosch, Action de Carême
Charlotte Nager, EPER
Tobias Meier, Helvetas
Bruno Riesen, Swissaid (président)

Organe de contrôle

BERO fiduciaire SA, Gelterkinden

Geschäftsstelle

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Malzgasse 25

CH-4052 Basel

Telefon 061 271 75 00

Telefax 061 271 75 62

E-mail: postmaster@maxhavelaar.ch

Homepage: www.maxhavelaar.ch

Geschäftsleiterin: Paola Ghillani

Stv. Geschäftsleiter / Produktverantwortlicher

Kaffee / Bananen: Max Leuzinger,

Produktverantwortliche Tee / Orangensaft: Angela Losert

Produktverantwortlicher Honig / Schokolade: Andreas Leisinger

Beratung und Entwicklung: Heini Conrad

Kommunikation: Sava Buncic / Sibille Stocker

Sekretariat: Chantal Guggenbühl / Anneliese Peñate

Koordination Romandie: Didier Deriaz

Telefon und Telefax 021 864 41 46

E-mail: max.havelaar@gve.ch

Koordination Italienische Schweiz: Lavinia Sommaruga

Telefon 091 967 33 66, Telefax 091 966 02 46

E-mail: maxhavelaar@dial.eunet.ch



MAX HAVELAAR

Bureau

Fondation Max Havelaar (Suisse)

Malzgasse 25

CH-4052 Bâle

Téléphone 061 271 75 00

Téléfax 061 271 75 62

E-mail: postmaster@maxhavelaar.ch

Homepage: www.maxhavelaar.ch

Directrice: Paola Ghillani

Directeur-adjoint / Responsable produits

café / bananes: Max Leuzinger

Responsable produits thé / jus d'orange: Angela Losert

Responsable produits miel / chocolat: Andreas Leisinger

Développement de produits nouveaux: Heini Conrad

Communication: Sava Buncic / Sibille Stocker

Secrétariat: Chantal Guggenbühl / Anneliese Peñate

Coordination Suisse romande: Didier Deriaz

Téléphone et Téléfax 021 864 41 46

E-mail: max.havelaar@gve.ch

Coordination Suisse italienne: Lavinia Sommaruga

Téléphone 091 967 33 66, Téléfax 091 966 02 46

E-mail: maxhavelaar@dial.eunet.ch