



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE

AGIR

POUR UNE ÉCONOMIE
ÉTHIQUE ET
RESPONSABLE

RAPPORT ANNUEL
2020



AGIR

POUR UNE ÉCONOMIE
ÉTHIQUE ET
RESPONSABLE

| | |
|---|---|
| Notre vision | 4 |
| De nouveaux défis | 5 |
| Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar dans le monde | 6 |



01

SOUTENIR

| | |
|--|----|
| Solidaires face à la crise Covid .. | 8 |
| La prime de développement Fairtrade/Max Havelaar | 12 |
| Des programmes d'appui aux producteur-riche-s | 13 |



02

TRANSFORMER

| | |
|---|----|
| La production écoluée dans le monde aux conditions Fairtrade/Max Havelaar | 14 |
| Des ventes en France en progression constante | 16 |
| Les denrées clés, toujours en croissance | 18 |



03

SENSIBILISER

| | |
|--|----|
| Prix juste et revenu vital | 20 |
| Dans les médias | 21 |
| Max Havelaar France en campagne | 21 |
| Mobiliser les étudiant-e-s | 22 |
| Pour une industrie textile responsable | 23 |
| A l'écoute des évolutions de la consommation | 24 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| La démarche RSO | 26 |
| L'utilisation de nos ressources | 27 |

L'année 2020 a été marquée par une crise sanitaire et économique d'une ampleur exceptionnelle. Le Covid fait partie de notre quotidien depuis plus d'un an et demi. Il peut être facile d'oublier que c'est aussi le cas pour des millions d'agriculteur-riche-s et de travailleur-euse-s dans le monde. Malgré la pandémie qui n'est pas terminée, ils et elles continuent à travailler dans les champs et les usines pour produire les denrées qui serviront à la production de nos aliments et boissons de tous les jours.

Pour les accompagner face à cette crise, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar s'est mobilisé depuis mars 2020 : mesures d'urgence, utilisation de la prime de développement et création de deux fonds de soutien d'un montant de 15 millions d'euros pour répondre aux besoins cruciaux de protection et anticiper les difficultés économiques (p.9). Les mécanismes du commerce équitable se sont révélés utiles pour contrer le choc. En cohérence et pour préparer l'avenir, Max Havelaar France déploie également des programmes d'appui terrain tels que le programme *Bananes Équitables Durables* au Pérou et République Dominicaine (p.13) et l'*École du Leadership des Femmes de Fairtrade Africa*, soutenus notamment par l'Agence Française de Développement.

Ces actions sont encouragées par la croissance des ventes de produits portant le label en France impliquant les filières certifiées : + 9 % pour les volumes de café, + 4 % pour la banane et + 23 % pour le cacao. Avec près de 330 entreprises engagées (+ 36 par rapport à 2019) et toujours plus de références avec quelques 4 800 produits labellisés (+ 612), l'équitable joue un rôle central dans l'évolution positive de la consommation responsable, comme le souligne la 2nde édition de notre Baromètre de la transition alimentaire (p.25). Les consommateur-riche-s veulent changer leurs pratiques : le label leur donne les moyens de faire des choix à impact.



Aurélie Chevillon-Dupleix,
Présidente



Blaise Desbordes,
Directeur Général



2020 a aussi vu l'élaboration de la nouvelle stratégie de Max Havelaar France pour 2021-2025 : elle s'inscrit en cohérence avec la nouvelle stratégie internationale du mouvement Fairtrade adoptée en octobre. Un défi majeur est de poursuivre le changement d'échelle des filières équitables au même niveau d'exigence et d'indépendance, dans un contexte où de nombreuses allégations peuvent brouiller les messages. Deux innovations importantes sont à souligner au cours des derniers mois. L'une, le développement du label Ingrédient Cacao, vise à aider les producteur-riche-s de cacao qui ne parviennent pas à vendre toute leur production aux conditions équitables. L'autre, la certification Max Havelaar expérimentée dans l'Hexagone pour le lait et le blé, veut contribuer à aider les producteur-riche-s français-es et territoires qui en auraient besoin (p.5) alors que le débat public est vif sur l'enjeu du « juste prix au producteur ».

Enfin, Max Havelaar France est fidèle à sa vocation en informant et sensibilisant les décideurs et le public via un plaidoyer actif et de nombreuses actions de mobilisations - souvent partenariales - à découvrir dans les pages qui suivent, en direction notamment des jeunes.

En 2021, agissez avec nous, pour construire un nouveau modèle économique durable qui donne les moyens aux producteur-riche-s et travailleur-euse-s de vivre de leur métier et de décider de leur avenir.

NOTRE VISION

Une autre mondialisation économique, qui ne soit pas synonyme d'exploitation humaine, de violations des droits, ni de destruction de la planète, basée sur un commerce éthique et responsable est possible. Aujourd'hui, les prix des matières premières agricoles – construits sans référence à leurs coûts de production – et leur fluctuation ne permettent pas à celles et ceux qui produisent ces denrées de vivre décemment de leur travail.

UN COMMERCE ÉQUITABLE COMME LEVIER D'UN MONDE PLUS JUSTE

Un modèle existe – pour une économie mondiale et locale – fondé sur plus de justice sociale et environnementale. Ensemble, les membres du mouvement Fairtrade/Max Havelaar, dont Max Havelaar France fait partie, visent à construire un monde dans lequel les producteur-riche-s et les travailleur-euse-s agricoles puissent **vivre dignement de leur travail**, orienter leur production vers des méthodes respectueuses de l'environnement et disposer des ressources pour choisir leur avenir.

LE PARTAGE DE LA VALEUR

La libéralisation des filières agricoles mondiales – qui nous nourrissent – a créé des inégalités et une concentration importante de la valeur autour de quelques acteurs, intermédiaires, industriels et distributeurs. Le commerce équitable rééquilibre ce rapport de force : il impose aux entreprises engagées un partage plus juste de la valeur, plus que jamais nécessaire **pour assurer la durabilité réelle des filières**.

AU SERVICE DE LA TRANSITION SOCIÉTALE

Le commerce équitable est un outil efficace et concret qui permet à chaque acteur (producteur, négociant, fabricant, consommateur...) de **participer à la transformation écologique et solidaire de notre société**. Et il agit sur l'ensemble des dimensions du développement durable : économique, sociale et environnementale. Avec une conviction forte : pas de durabilité sans une réponse robuste aux enjeux économiques avant tout.

TRANSFORMER LES PRATIQUES DES ACTEURS ÉCONOMIQUES ET DES CONSOMMATEUR-RICHE-S

Si le changement passe par **des entreprises qui s'engagent**, en parallèle la mise en œuvre de **politiques publiques fortes** est aussi indispensable : le cadre réglementaire doit évoluer, en France, en Europe, par la modification des traités de commerce...

La prise de conscience grandissante de l'impact de la consommation, l'attention portée par les consommateur-riche-s aux problématiques rencontrées par les producteur-riche-s, leur choix croissant pour les produits équitables, des entreprises toujours plus nombreuses à s'engager dans une démarche de responsabilité sociétale et les impacts sur le terrain relevés viennent conforter **l'ambition de faire de ce commerce équitable et durable la norme et non l'exception**.



DE NOUVEAUX DÉFIS



COVID | SOUTENIR TOUS LES ACTEURS FACE À LA CRISE SANITAIRE ET PRÉPARER LA REPRISE ÉCONOMIQUE

Les producteur-riche-s et travailleur-euse-s des pays en développement sont particulièrement affecté-e-s par les chocs mondiaux et **l'impact du Covid a été majeur**.

Pour les soutenir au mieux, leur permettre de préserver leur santé et de poursuivre leurs activités, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar a réuni **plus de 15 millions d'euros pour des fonds de soutien d'urgence et de résilience** avec l'aide de plusieurs organisations membres et partenaires gouvernementaux et commerciaux. **Plus de 500 000 personnes, dans près de 60 pays à travers le monde, en ont bénéficié.**

Ce soutien a permis de fournir des équipements de protection, de mener des campagnes de prévention, d'apporter des soins de santé dans des endroits où les systèmes de santé déjà fragiles avaient du mal à faire face.

Grâce au fonds de résilience visant à préparer la reprise économique de manière plus durable, des programmes ont été mis en place pour assurer la sécurité alimentaire, sécuriser et augmenter les revenus en diversifiant les cultures et les marchés, prévenir des risques de violation des droits humains dans les chaînes d'approvisionnement, améliorer les technologies numériques, etc.

Les entreprises partenaires du label ont également été impactées – selon les filières et secteurs d'activité. Max Havelaar France a adapté son activité, notamment de sensibilisation, pour les soutenir. Dans ce contexte inédit, **Max Havelaar France suit attentivement l'évolution des habitudes de consommation** – la montée en puissance du e-commerce par exemple –, pour les prendre en compte dans le développement du marché du commerce équitable.

INNOVATION | DÉVELOPPER LE LABEL FAIRTRADE/MAX HAVELAAR POUR LES AGRICULTEUR-RICHE-S FRANÇAIS-ES DU LAIT ET DU BLÉ

Max Havelaar France innove en proposant désormais une certification pour soutenir les producteur-riche-s les plus fragiles économiquement **des filières françaises du blé et du lait**. Les règles historiques du label sont maintenues, mais adaptées à la situation française grâce à une méthode inédite de fixation du **prix garanti** en fonction du territoire et d'un objectif chiffré de revenu. La traditionnelle **prime de développement collective** propre au commerce équitable, l'éligibilité automatique en cas de **conversion vers le bio** et un cahier des charges compatible Haute Valeur Environnementale-HVE seront des outils d'accompagnement **vers une agriculture durable**. L'approche territoriale et l'éligibilité des jeunes en installation contribueront au **maintien de l'activité agricole** dans les territoires.

Le développement d'une production française certifiée Fairtrade/Max Havelaar **sera également un levier de croissance pour les filières historiques du Sud**. Les nouveaux produits équitables seront possibles là où cohabitent par exemple lait et vanille, blé et pépites de chocolat : yaourts, crèmes dessert, viennoiseries, pâtisseries, biscuiterie. Les consommateur-riche-s pourront soutenir tou-te-s les agriculteur-riche-s dans un même produit. Cette innovation est expérimentée sur le marché français et le dialogue ouvert au niveau européen.



MOBILISER POUR TRANSFORMER L'INDUSTRIE TEXTILE

Identifier des solutions concrètes pour améliorer les conditions de revenu, de vie et de travail de centaines de milliers d'ouvrier-e-s qui produisent nos vêtements et textiles est un enjeu clé. Sept ans après le drame du Rana Plaza, le secteur n'a pas véritablement transformé ses pratiques de fast fashion dont le coût environnemental et social est immense (pollutions, exploitations, opacité...). Pour contribuer à changer le secteur, **le mouvement Fairtrade/Max Havelaar a créé une certification textile au-delà de sa certification coton**, afin qu'elle touche l'ensemble de la chaîne de transformation, donc les usines textile. Ce cahier des charges intègre les questions de droit du travail et de rémunération mais aussi de sécurité au travail et les **enjeux environnementaux**.

Ce projet a été retenu comme innovant lors du Forum de Paris pour la Paix 2020.

Max Havelaar France lance en 2021 un appel pour un Pacte Mondial pour une Mode Équitable, un nouveau Fashion Pact qui devrait intégrer le social autant que l'environnemental, donner une feuille de route concrète à l'industrie, et qui soit multipartite avec les ONG, les expert-e-s, les entreprises et les pouvoirs publics. Et poursuit son travail pour engager des entreprises et donneurs d'ordre dans cette certification unique par son exigence.

LE MOUVEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR DANS LE MONDE



1,7 MILLION
DE PRODUCTEUR-RICE-S
⇒ DONT 15 % DE PRODUCTRICES
ET TRAVAILLEUR-EUSE-S
⇒ DONT 40 % DE TRAVAILLEUSES
DANS 72 PAYS



1 822 ORGANISATIONS
DE PRODUCTEUR-RICE-S ET TRAVAILLEUR-EUSE-S

**906 EN AMÉRIQUE LATINE
ET CARAÏBES**

réunies au sein
de la Coordination
Latino-américaine et
des Caraïbes des petits
Producteurs de Commerce
Equitable (CLAC).

**634 EN AFRIQUE
ET MOYEN-ORIENT**

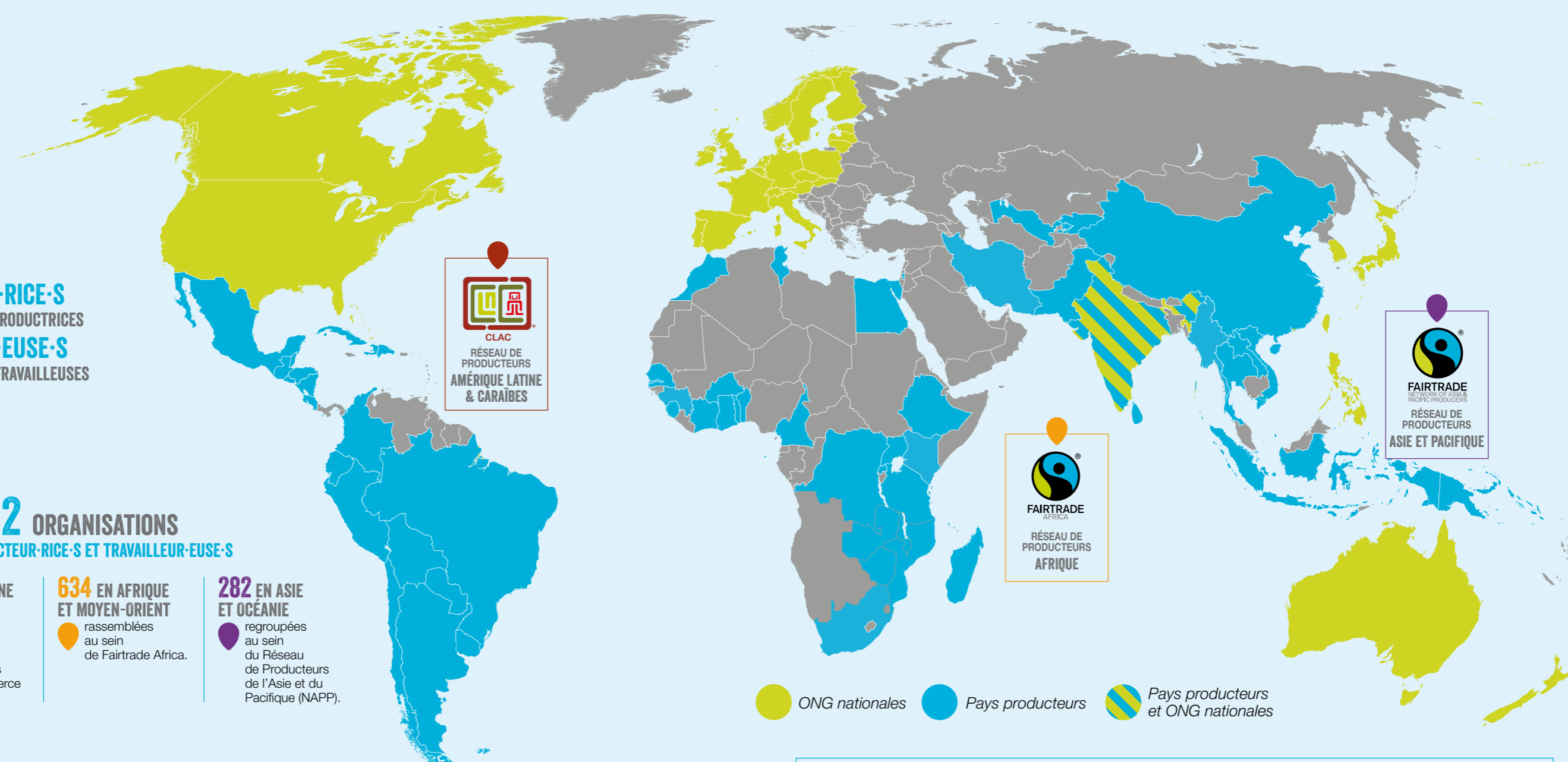
rassemblées
au sein
de Fairtrade Africa.

**282 EN ASIE
ET OCÉANIE**

regroupées
au sein
du Réseau
de Producteurs
de l'Asie et du
Pacifique (NAPP).



+ DE 35 000
PRODUITS LABELLISÉS DISPONIBLES DANS LE MONDE



FAIRTRADE INTERNATIONAL

Fairtrade International est l'ONG qui **gère et représente le label Fairtrade/Max Havelaar au niveau mondial.**

- Fairtrade International établit les cahiers des charges à respecter pour obtenir la certification Fairtrade/Max Havelaar, organise le soutien aux producteur-rice-s, développe la stratégie au niveau mondial et met en œuvre un plaidoyer pour plus de justice dans le commerce international.
- Fairtrade International est cogérée à parité égale entre associations nationales et réseaux de producteurs.

MAX HAVELAAR FRANCE

Membre fondateur du mouvement international Fairtrade/Max Havelaar, Max Havelaar France **agit pour un commerce équitable, respectueux des droits humains et de l'environnement.**

- Avec le label Fairtrade/Max Havelaar, elle mobilise les entreprises, les consommateur-rice-s et les pouvoirs publics afin de transformer les pratiques et de soutenir les producteur-rice-s et travailleur-euse-s vulnérables.
- Elle sensibilise l'opinion publique et milite en faveur d'une économie mondiale éthique et responsable.

● ONG nationales ● Pays producteurs ● Pays producteurs et ONG nationales

3 RÉSEAUX DE PRODUCTEURS

26 ONG NATIONALES



UNE GOUVERNANCE PARITAIRE

50 % ONG nationales | 50 % réseaux de producteurs



01 SOUTENIR

SOLIDAIRES FACE À LA CRISE COVID

DES CONSÉQUENCES ALARMANTES POUR LES PRODUCTEUR-RICE-S

La crise sanitaire et économique que nous traversons encore aujourd'hui a eu et continuera d'avoir des répercussions sur les plus vulnérables dont font partie les producteur-rice-s et travailleur-euse-s agricoles d'Asie, d'Afrique et d'Amérique Latine.

Chaque pays et chaque filière subit la crise différemment mais les risques et certaines conséquences restent similaires.

En premier lieu, un **risque pour la santé** des producteur-rice-s, des travailleur-euse-s et de leur famille, directement lié à l'épidémie et à l'engorgement des structures de santé, peu robustes dans la plupart des quelques 70 pays producteurs avec lesquels travaille Fairtrade.

A cela s'ajoutent des **conséquences économiques et de sécurité alimentaire** liées au ralentissement de l'activité, aux manques logistiques dans les chaînes d'approvisionnement, à la hausse des coûts de production (main d'œuvre plus rare et plus chère, transports, nourriture) et donc à des pertes d'emploi ainsi qu'au défaut de remboursement des prêts bancaires par les producteur-rice-s, les coopératives et les plantations.

Enfin, les **risques de violation des droits humains se sont accrus** : la baisse des exportations s'accompagne de licenciements et si les offres d'emploi se font rares, les travailleur-euse-s peuvent être enclin-e-s à accepter des rémunérations et des conditions de travail indécents.

DES FILIÈRES BOULEVERSÉES

BANANE | AMÉRIQUE LATINE

En Amérique latine, le travail des producteur-rice-s de bananes a été bouleversé par la **raréfaction de la main d'œuvre** et l'obligation de respecter les distanciations sociales. Ils et elles ont également subi de plein fouet **l'augmentation de leurs coûts de production** causée notamment par les coûts du matériel en hausse et l'investissement dans le matériel de protection.

THÉ | IRAN/CHINE

Les plantations de thé ont subi une **baisse du prix** d'environ 40 % lors des ventes aux enchères de mars 2020. L'Iran et la Chine ont cessé d'importer, laissant ainsi 50 millions de kilos de stocks.

COTON | BANGLADESH

Au Bangladesh, les usines de confection de coton ont essuyé des **annulations de commandes** pour plus de 2 milliards de dollars au mois de mars 2020.

SUCRE | INDE

En Inde, les importateurs ont reporté/annulé les commandes, les sucreries n'ont ainsi pu régler que **20 à 25 % des paiements aux producteur-rice-s** en avril 2020.

LES TRAVAILLEUR-EUSE-S DES FILIÈRES FLEURS ET THÉ LES PLUS TOUCHÉ-E-S

Si toutes les filières ont été touchées de plein fouet par la pandémie, on estime que les plus durement impactées sont les filières fleurs et thé où les plantations n'ont malheureusement pas les matelas financiers suffisants pour garder et payer leurs employé-e-s sans activité. **Ces travailleur-euse-s ne bénéficient d'aucune protection sociale ou revenu compensatoire en cas de perte d'emploi** et se trouvent donc en position de survie.

Au mois de mars 2020, les plantations de fleurs ont dû détruire des lots entiers à la suite de la baisse drastique de la demande mondiale, soit une perte comprise entre 1,8 et 2,2 milliards d'euros. Près de 66 000 travailleur-euse-s ont été potentiellement touché-e-s par la crise.

Le Kenya et l'Éthiopie, principaux pays producteurs, ont subi une baisse de 70 à 80 % de leurs ventes de fleurs.



DONNER AUX PRODUCTEUR-RICE-S LES MOYENS DE RÉSISTER

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar s'adapte pour jouer un rôle de soutien rapide et efficace face à la crise sanitaire.

Dès le mois d'avril 2020, lors des premières mesures de confinement et de restriction des échanges mondiaux, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar a co-signé une déclaration envoyée aux présidents du G20 et appelé ces pays qui

représentent aujourd'hui près de 85 % du commerce mondial à protéger les agriculteur-rice-s et les travailleur-euse-s des pays en développement contre les impacts sanitaires et économiques de la crise.

Les associations nationales comme Max Havelaar France ainsi que les organisations de producteur-rice-s se sont mobilisées afin d'aider les producteur-rice-s à affronter cette pandémie.

UNE PRIORITÉ : GARANTIR LA PROTECTION DES PRODUCTEUR-RICE-S ET TRAVAILLEUR-EUSE-S

En mars 2020, Fairtrade International a décrété en urgence la possibilité pour les organisations de producteur-rice-s d'**utiliser la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar pour des mesures immédiates permettant de protéger la sécurité et la santé** de ses producteur-rice-s, travailleur-euse-s et leurs communautés. La prime a été et est utilisée par exemple pour financer des masques et gants, des produits de nettoyage et des achats de première nécessité. Elle peut servir également pour la communauté locale : à titre d'exemple, 16 coopératives colombiennes ont investi une partie de la prime de développement pour équiper les unités de soins intensifs.



LA CRÉATION DE DEUX FONDS DE SOUTIEN D'URGENCE ET DE RÉSILIENCE

Fairtrade International a lancé deux fonds de soutien aux producteur-rice-s d'un montant de plus de 15 millions d'euros avec la participation de plusieurs partenaires publics et privés.

15 MILLIONS €
DEUX FONDS DE SOUTIEN



« FAIRTRADE PRODUCER RELIEF FUND »

pour les actions à court terme
répondant aux besoins urgents

Le « Fairtrade Producer Relief Fund » permet aux organisations de producteur-rice-s de **faire face aux besoins élémentaires** de leurs membres : de l'achat à la distribution de matériels de protection (masques, gants de protection ...) et produits désinfectants, de matériel médical, en passant par le versement des salaires pour les travailleur-euse-s dont les tâches ont été suspendues, la mise en place d'actions de sensibilisation, la construction de structures médicales d'urgence ou encore le financement d'achats de première nécessité en l'absence de rémunération.



« FAIRTRADE PRODUCER RESILIENCE FUND »

pour préparer
la reprise économique

Le « Fairtrade Producer Resilience Fund » a été mis en place pour **répondre aux besoins à long terme des producteur-rice-s qui organisent l'après Covid**. Qu'il s'agisse de la reprise économique, d'investissements technologiques, du financement de programmes de sensibilisation pour limiter les risques de violation des droits humains, de renforcement des finances pour prévenir les risques... Ce fonds permet aux acteurs du commerce équitable de **sécuriser et renforcer les chaînes d'approvisionnement**.

904 ORGANISATIONS DE
PRODUCTEUR-RICE-S

57 PAYS

541 567 PRODUCTEUR-RICE-S
ET TRAVAILLEUR-EUSE-S

Afin de répondre au plus près des besoins sur le terrain, ces fonds sont **gérés par les réseaux de producteurs eux-mêmes**, guidés par leurs connaissances et expériences des dynamiques locales.

LES ORGANISATIONS DE PRODUCTEUR-RICE-S MOBILISÉES FACE AU COVID

Par ses trois réseaux de producteurs et différents moyens d'actions, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar s'est mobilisé pour contenir les effets dévastateurs de la pandémie sur des populations déjà fragilisées.



Voici quelques exemples d'actions menées pour protéger les communautés et renforcer leur résilience face aux impacts économiques à court et long termes.

ASIE | REPENSER LE MARCHÉ ET PRÉPARER L'AVENIR

En Asie, les chaînes d'approvisionnement ont été lourdement perturbées, contraignant les producteur-rice-s d'aliments périssables à vendre leurs récoltes sur le marché intérieur à des prix bien inférieurs à leur valeur sur les marchés extérieurs.

Nous avons aidé les organisations de producteur-rice-s à se connecter aux marchés locaux et régionaux par le biais de plateformes de commerce électronique. Une fois les premières urgences passées (achat d'équipements de protection, de nourriture ...), nous avons pu réfléchir à des projets de résilience en investissant entre autres dans des programmes de formation des producteur-rice-s à la lutte contre le changement climatique, à la rotation des cultures et la polyculture.

Sanjeet Singh Khurana,
Chef des opérations Fairtrade pour la NAPP.

AFRIQUE | ADAPTER LES ACTIVITÉS POUR ASSURER LA SÉCURITÉ ET GÉNÉRER DES REVENUS SUPPLÉMENTAIRES

En raison des restrictions strictes mises en place pour limiter la propagation du Covid, les producteur-rice-s de cacao ont eu des difficultés à vendre leur production, aucun nouveau contrat avec les acheteurs n'ayant été passé en 2020.

Les membres de la West Akyem Cooperative Union ont pu faire face et utiliser les fonds de soutien pour **permettre aux femmes de la coopérative de fabriquer des savons liquides**. Ainsi, la coopérative distribue, d'une part, le savon à ses membres pour promouvoir le lavage des mains et d'autre part, les femmes peuvent vendre le savon **pour générer un revenu supplémentaire** pour elles et leurs familles.

La production de savons liquides par le groupe de femmes et les jeunes de la West Akyem Cooperative Union a le potentiel de créer des emplois et d'augmenter leurs revenus. Les effets néfastes du Covid ont été si dévastateurs, ce fonds arrive donc au bon moment.

Sampson Edu Essel,
Président, West Akyem Cooperative Union, Ghana.

AMÉRIQUE LATINE | GARANTIR L'ACCÈS AUX SOINS ET AUX MÉDICAMENTS

Au plus fort de la pandémie, le système de santé péruvien a eu du mal à faire face à l'urgence notamment dans certaines zones rurales où certain-e-s médecins et infirmier-ère-s ne disposaient même pas des médicaments ou des équipements nécessaires.

La coopérative de cacao APROCAM a utilisé les fonds pour **coordonner, avec les autorités locales, la fourniture de médicaments vitaux et de kits de protection dans les zones à fort taux d'infection**. Les fonds ont également permis de fournir des services de santé à 60 producteur-rice-s appartenant à des communautés indigènes et à 30 familles dans les zones rurales.

En parallèle, APROCAM a reçu des fonds Fairtrade pour l'aider à couvrir l'augmentation de ses coûts de production. Ainsi, l'organisation a pu réactiver ses centres de collecte et exporter sur le marché international. APROCAM a pu embaucher 7 travailleur-euse-s temporaires pour aider à collecter et traiter le cacao afin d'honorer ses commandes contractuelles, de nombreux membres étant malades ou incapables d'assumer cette tâche pendant la pandémie.



SOUTENIR LES ENTREPRISES PARTENAIRES IMPACTÉES

Si les producteur-rice-s étaient bien sûr en première ligne, c'est bel et bien l'ensemble de la chaîne de production qui a été touchée par la crise Covid, dont notamment des PME françaises engagées dans le commerce équitable.

Si d'une part, la fermeture des commerces, l'incertitude permanente et l'inaccessibilité des lieux de consommation entraînent pour les producteur-rice-s le fait de devoir jeter une partie ou la totalité de leur production ainsi que des conditions de travail et de vie plus

difficiles, **cette situation fragilise des entreprises françaises** également par la fermeture des boutiques physiques, des difficultés d'expédition de commandes, des usines fonctionnant au ralenti avec les mesures sanitaires mises en place, etc.

Pour faire face ensemble à la crise, les membres du mouvement Fairtrade/Max Havelaar, dont Max Havelaar France, sont mobilisés pour continuer à faire connaître l'engagement de ses entreprises partenaires et les accompagner au mieux.

AMORTIR L'IMPACT POUR LES ENTREPRISES BIGOT FLEURS

Produits ultra-frais de l'agriculture, les fleurs coupées n'étant pas des denrées alimentaires, **les fermes horticolas se retrouvent confrontées à plusieurs problèmes** : d'innombrables pertes, la nécessité de maintenir l'entretien des cultures et donc l'impossibilité de diminuer la masse salariale, la fermeture de leurs débouchés tant en grandes et moyennes surfaces que chez les fleuristes et l'impossibilité de compenser les pertes par d'autres activités agricoles.

De plus, le premier confinement survient en plein printemps alors que la saison des fleurs bat son plein et qu'il s'agit de la période la plus forte en termes d'activités pour Bigot Fleurs. **L'impact économique est alors gigantesque pour l'entreprise** qui perd près de 90 % de son chiffre d'affaires sur les deux premières semaines de mars et qui est **contrainte de détruire 3 millions de tiges de tulipes et 10 millions de roses** lors de ce premier confinement.

Pour soutenir l'entreprise et ses 1 000 salarié-e-s kenyans, Max Havelaar France a ainsi aidé l'entreprise à acheter des masques et produits d'hygiène, à **financer l'achat de nouveaux bus pour emmener les travailleur-euse-s** jusqu'aux fermes. **Les salaires des travailleur-euse-s ont été complétés pendant 2 mois** - le chômage partiel n'existant pas au Kenya - afin d'**éviter les licenciements** et permettre un redémarrage rapide de l'activité à la sortie du confinement.

Notre marché s'est effondré du jour au lendemain. De manière très concrète chez nous, pendant les deux mois du confinement, on a pu payer nos salarié-e-s à 100 % grâce à la prime de développement, ce qui n'est pas le cas dans toutes les fermes. Les fermes malheureusement non-certifiées, devant l'effondrement de leur marché, ont dû licencier beaucoup de personnes.

Nicolas Bigot, Directeur Général chez Bigot Fleurs.



En agissant sur 3 niveaux : le terrain, les pratiques commerciales et les pratiques de consommation, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar actionne tous les leviers à sa disposition pour renforcer la résilience des producteur-rice-s et leurs débouchés commerciaux.

Plus que jamais avec le Covid, le commerce équitable a joué, joue et continuera de jouer pleinement son rôle de filet de sécurité et de réseau de solidarité et d'entraide pour faire face aux nombreuses difficultés et défis imposés aux populations. Objectif : renforcer les chaînes d'approvisionnement pour affronter les risques futurs.

LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

PLUS DE MOYENS POUR LES COMMUNAUTÉS LOCALES

Les entreprises versent, **en plus de l'achat des matières premières**, une somme d'argent aux organisations de producteur-rice-s et comités de travailleur-euse-s, qui correspond, dans la plupart des filières, à +/- 10 % du prix minimum garanti. Cette prime de développement n'est pas sujette à négociation et son montant est fixé par Fairtrade International.

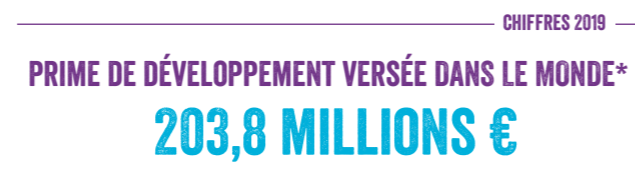
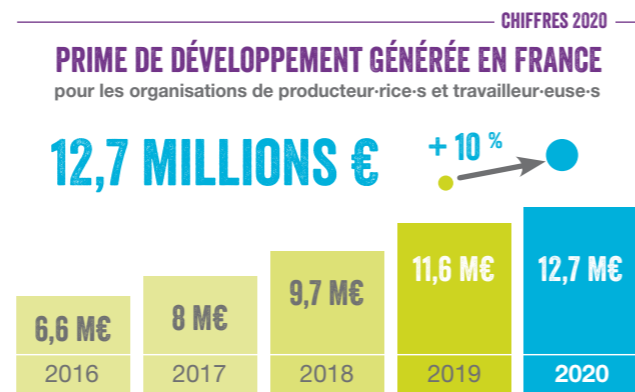
Son utilisation est **décidée de manière collective et démocratique** par les producteur-rice-s et travailleur-euse-s.

Elle doit être investie dans le **développement de l'activité** (construction d'infrastructures, amélioration de la production...) et dans des **projets collectifs**, sociaux ou environnementaux, qui favorisent un développement local durable (accès à l'eau, à la santé, à l'éducation...).

Ces derniers bénéficient à la fois aux producteur-rice-s ainsi qu'à l'ensemble de la communauté locale.

76 % de la prime des travailleur-euse-s investis dans les services pour les travailleur-euse-s et leurs familles (éducation, crédits, ...)

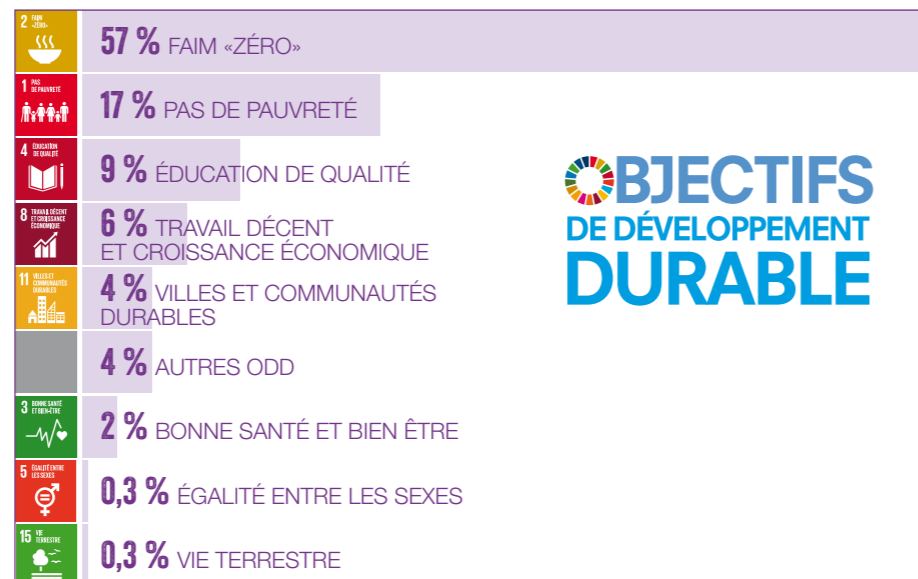
47 % de la prime des producteur-rice-s investis dans les services aux membres (redistribution, matériel agricole, ...)



UNE CONTRIBUTION CONCRÈTE AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

En alliant progrès économique, social et environnemental, le commerce équitable est un levier efficace de transition des modes de production et de consommation et contribue à la réalisation de nombreux Objectifs de Développement Durable (ODD) adoptés par les Nations unies.

UTILISATION DES PRIMES DE DÉVELOPPEMENT



* Source : Dernier Monitoring Fairtrade International - Données 2019

DES PROGRAMMES D'APPUI AUX PRODUCTEUR-RICE-S

Les conditions de production et de commercialisation ne permettent pas toujours aux producteur-rice-s de faire face à tous les enjeux économiques, sociaux et environnementaux auxquels ils et elles sont confronté-e-s. La réalisation d'études d'impacts, la conduite de recherches et la présence sur le terrain des réseaux de producteurs apportent une connaissance fine de ces enjeux.

Fairtrade International établit ainsi des priorités, identifie les leviers d'actions et met en place des programmes

d'appui sur mesure, complémentaires à la certification. L'engagement des entreprises partenaires, l'obtention de financements publics et privés et le travail des ONG nationales a ainsi déjà permis d'implémenter **150 programmes à travers le monde**. Ils visent à lutter contre le changement climatique, promouvoir l'égalité femmes-hommes, lutter contre le travail des enfants, contre la déforestation ...

MAX HAVELAAR FRANCE S'INVESTIT AUPRÈS DES PRODUCTEUR-RICE-S

LA FILIÈRE BANANE BIO-ÉQUITABLE | AMÉRIQUE LATINE



Grâce au soutien de l'Agence Française de Développement (AFD) et de partenaires privés comme Carrefour, Max Havelaar France et le réseau de producteurs Fairtrade d'Amérique latine (CLAC) mettent en œuvre le programme *Banane Equitable Durable* au Pérou et en République Dominicaine.

Ce programme d'une durée de **trois ans** a pour objectif de renforcer les producteur-rice-s de banane bio-équitable afin d'**améliorer leurs conditions de vie de façon durable** et leur permettre de développer une meilleure capacité de **résilience face au changement climatique**.

11 COOPÉRATIVES | **2 550 FAMILLES**

10 000 BÉNÉFICIAIRES INDIRECT-E-S

FAIRE ÉVOLUER LES MODES DE PRODUCTION

Les principaux enjeux de la production de banane pour ces deux pays sont la lutte contre les nuisibles, la disponibilité en eau, la fertilisation et la protection contre les événements climatiques extrêmes.

Max Havelaar France et le réseau de producteurs Fairtrade d'Amérique latine (CLAC) appuient la mise en œuvre :

- d'actions d'adaptation au changement climatique,
- d'améliorations de la gestion des ressources naturelles,
- de diversification agricole.

Ces activités se basent sur des systèmes d'amélioration de la fertilité des sols, l'utilisation d'intrants bio ou encore sur la diversification des pratiques culturales qui permettront à terme d'accroître la productivité de façon durable.



RENFORCER LES COOPÉRATIVES DANS UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE INÉGAL

Sur le plan de la commercialisation, la banane est un produit d'appel qui fait l'objet d'une guerre des prix vers le bas. Face aux multinationales du négoce, l'enjeu des producteur-rice-s est de renforcer leur positionnement pour améliorer leurs revenus et moins subir les exigences de l'aval de la filière.

Le projet appuie les dirigeant-e-s des coopératives dans leurs stratégies organisationnelles et commerciales afin de mieux valoriser leur production sur le marché de la banane bio-équitable.

Une production équitable et durable ne pouvant être atteinte sans lutte contre les inégalités, le projet met également en place un plan d'actions pour répondre aux besoins spécifiques des jeunes et des femmes dans les coopératives afin qu'ils et elles puissent bénéficier pleinement de ses retombées positives.

TRANSFORMER

LA PRODUCTION ÉCOULÉE AUX CONDITIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE FAIRTRADE/MAX HAVELAAR



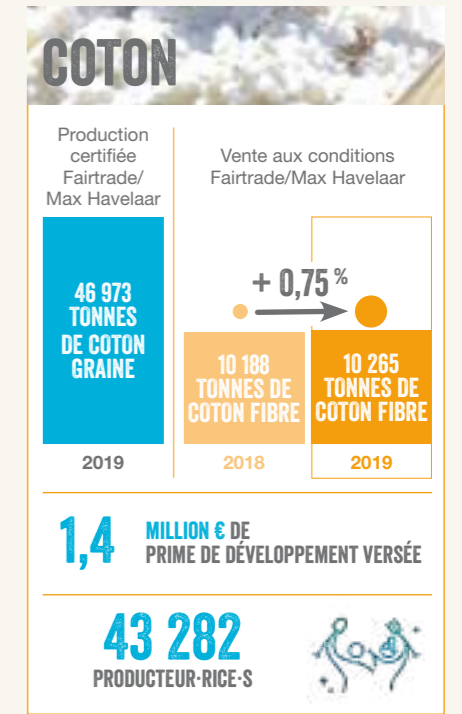
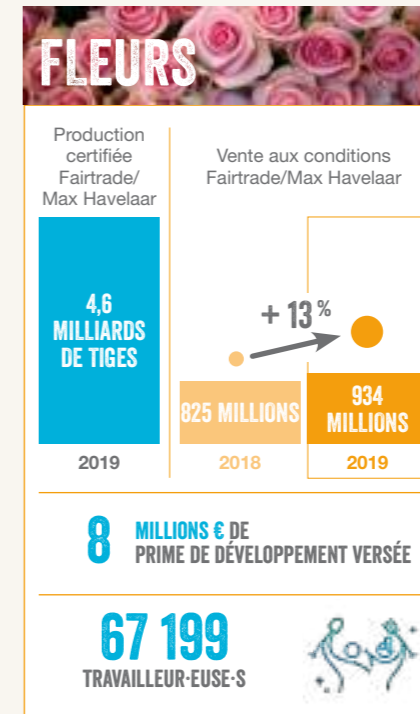
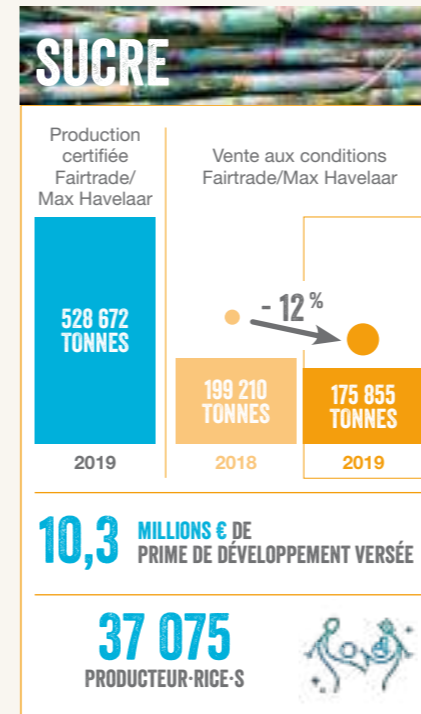
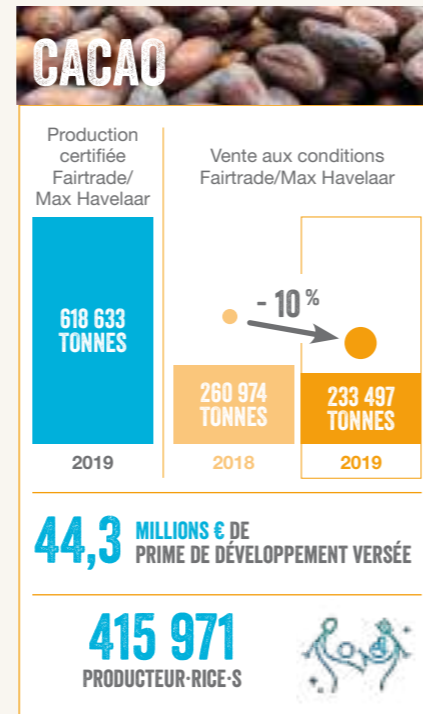
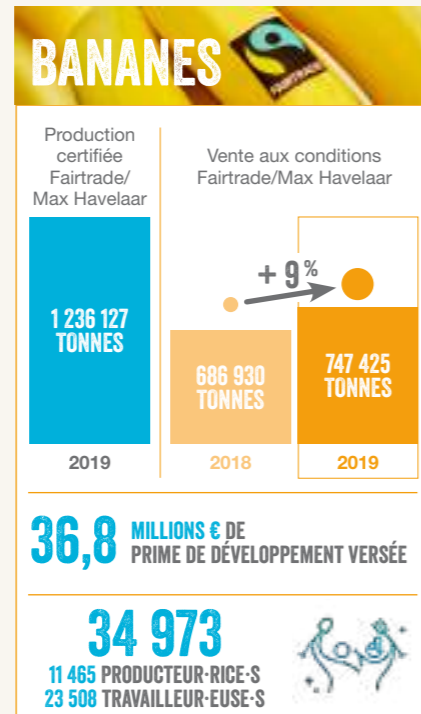
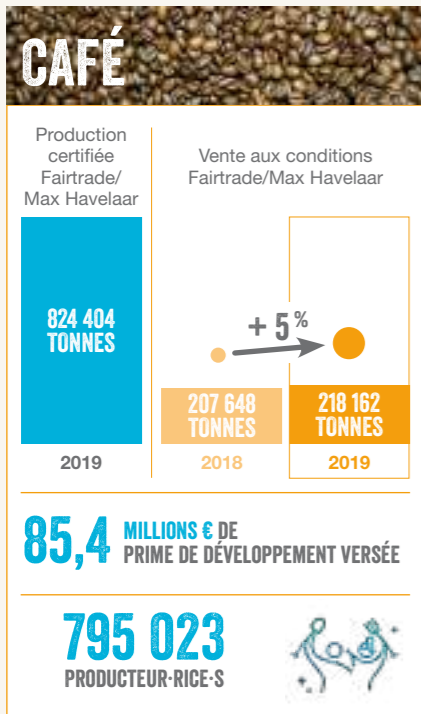
DANS LE MONDE
EN 2019

Une des missions principales de Max Havelaar France est de mobiliser les entreprises pour changer leurs pratiques et accroître les débouchés aux conditions équitables pour les producteur-rice-s vulnérables des pays d'Amérique latine, d'Afrique et d'Asie.

Aux côtés de 25 autres associations dans le monde chargées de promouvoir le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, Max Havelaar France accompagne les entreprises dans le développement de l'offre de produits équitables sur le marché français.

Si toute la production d'une organisation de producteur-rice-s est nécessairement certifiée, faute de débouchés suffisants elle n'est pas toujours entièrement vendue aux conditions du commerce équitable (prix minimum et prime de développement notamment). Un rôle clé des ONG de promotion est de réduire cet écart en augmentant les ventes.

Attention : ces chiffres concernent l'année 2019. Les chiffres 2020 seront communiqués en 2022, le temps de collecter les données terrain.



Sources : Monitoring 2019 Fairtrade International

LES VENTES EN FRANCE EN PROGRESSION CONSTANTE

L'année 2020, frappée par une crise sanitaire sans précédent, a bouleversé les modes de consommation des Français-es et confirmé un intérêt grandissant pour une consommation locale et responsable.

En parallèle de cette tendance à la proximité, les Français-es restent attaché-es aux produits importés comme le café, le cacao, la banane. Ainsi, la croissance des ventes de produits Fairtrade/Max Havelaar se poursuit et concerne toutes les catégories de produits.

BOULEVERSEMENT DU MARCHÉ ÉQUITABLE

L'arrêt de plusieurs circuits de consommation hors domicile et le dynamisme de la grande distribution porté par la situation sanitaire ont eu comme principale conséquence un **changement de l'équilibre du marché** pour nos partenaires commerciaux, avec un poids de 71 % pour la grande distribution, et par une croissance de +60 % en hard discount, +86 % en e-commerce et +14 % en grandes et moyennes surfaces. Dans cette dynamique générale, **plusieurs catégories de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar ont connu d'importantes croissances**. Le chocolat équitable, grâce au contexte des confinements, connaît une croissance des ventes exponentielle (+62 %) qui bénéficie pleinement au développement de la filière cacao (+23 % en volume).

CROISSANCE DES BOISSONS CHAUDES

La crise sanitaire combinée au télétravail a également permis une croissance accrue des boissons chaudes (cafés, thés) consommées à domicile, malgré l'importante baisse de la consommation hors domicile.

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE VRAC ÉQUITABLE

L'offre vrac Fairtrade/Max Havelaar se développe avec 67 nouvelles références en 2020. Le vrac poursuit sa croissance, cependant fortement ralentie par les règles sanitaires.

DES ENTREPRISES ENGAGÉES

Près de 330 entreprises étaient engagées dans le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar en 2020 (+36 par rapport à 2019). Ainsi, Maison Bonange propose 100 % de sa gamme de tablettes de chocolat, Panzani avec des riz de sa marque Taureau Ailé, le site e-commerce bio La Fourche a lancé ses tablettes de chocolat en marque propre, l'enseigne Les Comptoirs de la Bio des cafés et tablettes de chocolat et l'enseigne Naturéo une gamme de thés et infusions.

PRINCIPAUX VOLUMES VENDUS PAR LES PRODUCTEUR-RICE-S DU MOUVEMENT FAIRTRADE/MAX HAVELAAR



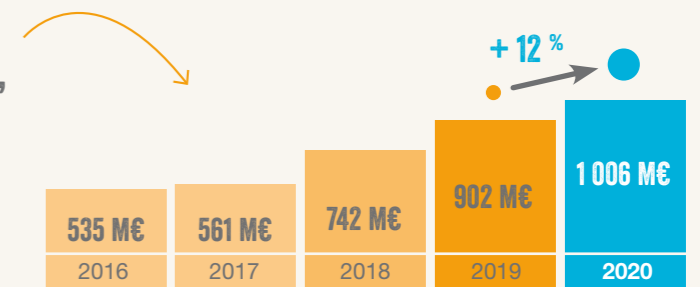
4 748 PRODUITS LABELLISÉS
FAIRTRADE/MAX HAVELAAR
COMMERCIALISÉS
DONT 69 % BIO

+ 612
PRODUITS EN 2020

329 ENTREPRISES PARTENAIRES
VENDENT EN FRANCE
DES PRODUITS LABELLISÉS
→ 144 ÉTRANGÈRES → 185 FRANÇAISES

+ 19
ENTREPRISES FRANÇAISES
ENGAGÉES EN 2020

1 006 M€ DE CHIFFRES D'AFFAIRES
GÉNÉRÉS PAR LA VENTE DE PRODUITS
LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR,
SOIT + 12 % VS 2019

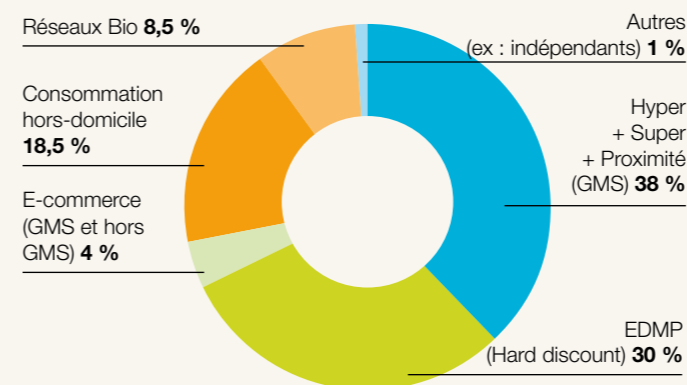


12,7 M€ DE PRIME DE
DÉVELOPPEMENT GÉNÉRÉE

PROGRESSION CONSTANTE DU CA
DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

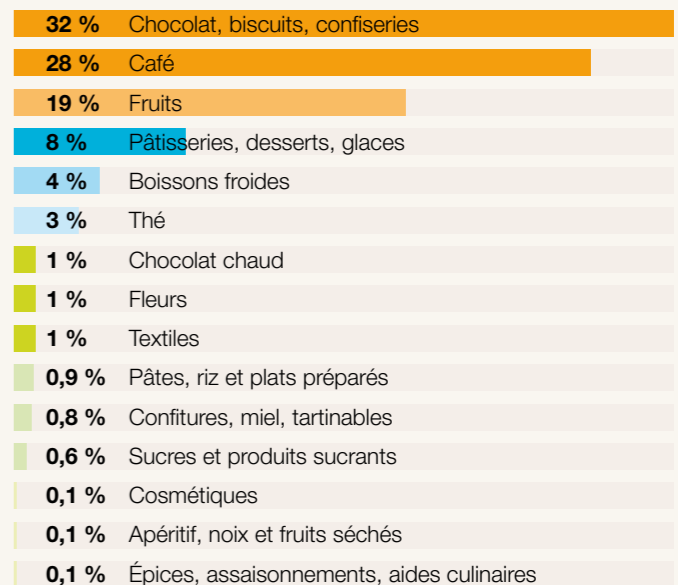
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2020

par circuits de distribution



GMS : Grande et Moyenne Surface
EDMP : Enseigne à Dominante Marque Propre
CHD : Cafés, Hôtels, Restaurants, Restauration Collective

par groupes de produits



LES DENRÉES CLÉS, TOUJOURS EN CROISSANCE



LE CHOCOLAT ÉQUITABLE PLÉBISCITÉ PAR LES FRANÇAIS

Avec une progression en 2020 en valeur de + 62 % sur le marché français, la croissance du marché des produits chocolatés est au rendez-vous.

Le confinement a fortement contribué à la remarquable croissance de la filière cacao, notamment grâce au segment des tablettes de chocolat qui a été tiré par les tendances du « fait maison » et du « produit plaisir », très spécifiques pendant cette période.

Portée également par l'adoption du label Ingrédient Fairtrade/Max Havelaar (785 références), l'offre globale de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar contenant du cacao (tablettes, tartinables, glaces, biscuits) compte 1 890 produits labellisés et repose sur 98 entreprises engagées en France.

Ainsi, l'année 2020 a permis une augmentation de 23 % des volumes de cacao certifié Fairtrade/Max Havelaar vendu en France.

Cependant, seulement 37 % du cacao produit selon les standards Fairtrade/Max Havelaar trouve preneur aux conditions du commerce équitable dans le monde. Le choix des consommateur-riche-s est donc essentiel pour soutenir les producteur-riche-s de cacao, dont une grande majorité vit encore sous le seuil de pauvreté.



LE CAFÉ ÉQUITABLE, BOUSCULÉ DANS LA CONSOMMATION HORS DOMICILE, RÉSISTE BIEN À LA MAISON



LA BANANE POURSUIT SA CROISSANCE

La croissance se stabilise en France avec + 6 % de progression des ventes en valeur et + 4 % en volume.

Avec plus de 84 000 tonnes vendues en 2020, la banane Fairtrade/Max Havelaar s'installe comme une incontournable avec une part de marché de 12 % du marché global de la banane en France. En 2010, le volume total de ventes de bananes labellisées n'était que de 11 800 tonnes. En 10 ans, les ventes ont été multipliées par sept.

Ce dynamisme est porté en majeure partie par l'engagement des enseignes telles que Monoprix qui propose uniquement des bananes Fairtrade/Max Havelaar (+ 34 %), Carrefour chez qui 1 banane vendue sur 3 est labellisée (+ 8 %) ou encore Leclerc (+ 20 %) qui a étendu le référencement de cette offre sur son réseau de magasins.

Filière emblématique dans l'histoire du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar depuis plus de 30 ans, le café est toujours un produit phare et représente 4 % de part de marché dans le marché global du café en France.

La fermeture des cafés et restaurants a eu un impact important sur les marques spécialisées de ce secteur. Ainsi, le café est passé pour la première fois à la 2^{ème} place du classement en valeur au sein du marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar. Cela explique également la baisse du chiffre d'affaires du café labellisé Fairtrade/Max Havelaar en 2020 de - 16 %.

Cependant, la croissance en volume est de 9 % car la filière a bénéficié d'une consommation reportée à domicile (confinement et télétravail). Ainsi, les ventes de café Fairtrade/Max Havelaar en grandes et moyennes surfaces connaissent une croissance de + 12 % en valeur. Avec près de 990 produits labellisés, plus de 100 entreprises sont désormais engagées aux côtés de marques historiques telle que Malongo, qui poursuit le développement de sa gamme : cold brew, thés et café en vrac, nouvelles références en CHD. Notons qu'U Enseigne s'engage davantage en 2020 avec 29 nouvelles références de café en marque propre.

➡ + 23 % EN VOLUMES DE CACAO

➡ + DE 14 300 TONNES
VENDUES DONT 76 % AVEC
LE LABEL INGRÉDIENT
FAIRTRADE/MAX HAVELAAR



➡ 1 890 RÉFÉRENCES

➡ 2,4 MILLIONS D'€ DE
PRIME DE DÉVELOPPEMENT
GÉNÉRÉE

➡ + 9 % EN VOLUME

➡ 12 800 TONNES
VENDUES

➡ 990 RÉFÉRENCES

➡ 5,1 MILLIONS D'€
DE PRIME DE
DÉVELOPPEMENT
GÉNÉRÉE



03 SENSIBILISER

Confinements multiples, restrictions des échanges mondiaux et montée des inégalités dans les chaînes de valeur, bouleversement des pratiques de consommation... c'est dans un environnement en pleine mutation

que l'action de plaidoyer, de sensibilisation et de mobilisation de Max Havelaar France s'est déployée en 2020. Retour sur quelques-unes des actions ayant marquées cette année pas comme les autres.

PRIX JUSTE ET REVENU VITAL

Les producteur-riche-s et travailleur-euse-s agricoles font partie des principales victimes de la mondialisation, en particulier dans les pays en développement. Pionnier pour l'établissement de salaire et de revenu vitaux, le mouvement Fairtrade/Max Havelaar en a fait un chantier au centre de sa stratégie.



COLLOQUE LE PRIX JUSTE DES MATIÈRES PREMIÈRES AGRICOLES UN LEVIER CLÉ POUR ASSURER UN REVENU VITAL AUX PRODUCTEUR-RICHE-S

A l'occasion de la Journée Mondiale du Cacao et du Café le 1^{er} octobre 2020 et alors que la crise Covid questionnait brutalement la résilience des filières partout dans le monde, Max Havelaar France a choisi de mettre en avant les enjeux structurels de ces filières et notamment le prix payé aux producteur-riche-s.

Max Havelaar exige en effet le paiement au producteur-riche d'un prix minimum pour apposer son label, qui agit comme un mécanisme protecteur dans ce contexte où le prix du marché de ces deux denrées est dramatiquement bas. Cette mesure a déjà fait ses preuves auprès de millions de producteur-riche-s engagé-e-s dans le commerce équitable. Cependant, à l'échelle des filières, encore trop peu de producteur-riche-s bénéficient de ce mécanisme anti-pauvreté.

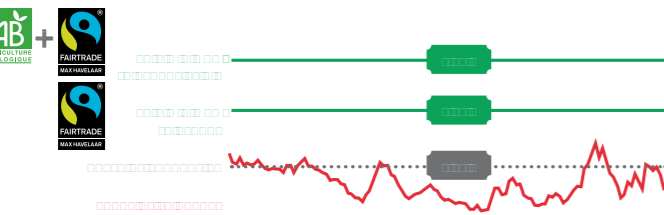
La pandémie a fait ressortir les débats sur la mise en œuvre d'un revenu minimum vital afin de couvrir les besoins fondamentaux des individus. L'ONU a ainsi plaidé pour instaurer en urgence un « revenu universel temporaire » pour protéger et mettre à l'abri les 3 milliards de personnes les plus pauvres de la planète des conséquences de la pandémie.

C'est dans ce contexte que Max Havelaar France a réuni 70 participant-e-s du secteur - distributeurs, entreprises, ONG, décideurs institutionnels et monde de la recherche - lors d'un colloque sur la durabilité des filières agricoles « Transformer le commerce mondial : le prix juste pour assurer un revenu vital au sein des filières agricoles ».

LES INTERVENANT-E-S

ont échangé sur les solutions pour atteindre le revenu vital dans les filières agricoles et apporter une réponse aux besoins des producteur-riche-s.

- Cyril Cosme, représentant en France de l'Organisation internationale du Travail,
- Dominique Potier, député et ancien agriculteur,
- des producteurs de Côte d'Ivoire et du Pérou,
- des représentant-e-s d'entreprises,
- des chercheur-e-s renommé-e-s comme Martha et Richard Anker, expert-e-s mondiaux du revenu vital.



PARVENIR À ASSURER DES REVENUS ET SALAIRES VITAUX

Pour les producteur-riche-s ou pour les travailleur-euse-s, un revenu ou salaire vital doit couvrir les besoins vitaux et permettre une existence digne à tous les membres du foyer : accès à l'alimentation, une eau saine, un logement décent, l'éducation, les soins de santé et autres besoins essentiels, ainsi qu'une réserve pour les urgences et les économies - une fois les coûts agricoles couverts.



DANS LES MÉDIAS

Malgré le contexte sanitaire en 2020, Max Havelaar France a maintenu une présence dans la presse tout au long de l'année. Plus que jamais, il était important de garder un rôle d'alerte sur la situation des producteur-riche-s face à la crise, mais aussi de ne pas cesser la mission de sensibilisation au commerce équitable et de mise en valeur des engagements des entreprises et des consommateur-riche-s.

Le sondage d'opinion réalisé par OpinionWay pour questionner l'impact de la crise dans la consommation responsable en avril 2020 a permis de décrypter les tendances qui ont émergé en contexte de pandémie.

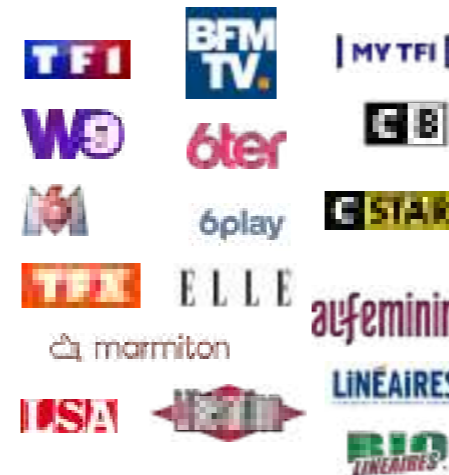
La seconde édition du Baromètre de la transition alimentaire, publié en novembre 2020, a trouvé sa place de publication de référence pour les médias leaders d'opinion en matière de tendances de consommation.



- 569 ARTICLES
- 39 INTERVIEWS
- ➔ AUDIENCE ESTIMÉE : 647 MILLIONS DE PERSONNES TOUCHÉES



MAX HAVELAAR FRANCE PART EN CAMPAGNE



Déclinée sur plusieurs canaux, la campagne a permis de toucher un large public en cette période de forte consommation !

Entre octobre et décembre, Max Havelaar France est reparti en campagne de communication pour promouvoir le commerce équitable sur différents canaux avec pour objectif de valoriser les garanties du label Fairtrade/Max Havelaar et ainsi soutenir de façon directe les ventes de produits équitables.

SPOTS TV Pour la première fois, deux spots TV, présentant le café et la banane équitable, diffusés sur TF1 et sur les chaînes de la TNT ainsi que sur les sites replay des chaînes et des sites web.

PRESSE PROFESSIONNELLE

BUS ET MÉTROS D'ÎLE-DE-FRANCE





POUR UNE INDUSTRIE TEXTILE RESPONSABLE MAX HAVELAAR FRANCE S'ENGAGE

Déjà présent dans le monde du textile et de la mode avec une filière agricole de coton équitable, **Max Havelaar France plaide désormais pour une industrie responsable tout au long de la chaîne de valeur (tissage, confection...)** et souhaite **déployer un label textile équitable - en plus du label coton -** sur le marché français afin de tenter de changer la donne pour les travailleur·euse·s de cette industrie.



LE LABEL TEXTILE FAIRTRADE

Le secteur du textile et de l'habillement est décrié pour ses nombreuses violations des droits des travailleur·euse·s, le manque de sécurité, la violence sexiste et le travail forcé, les bas salaires et les conditions de travail difficiles. Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar souhaite apporter sa contribution en étendant l'approche du commerce équitable à l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement du textile avec la mise en place de **programmes de formation dans les usines**, la **certification** des différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement et la **labellisation de produits**.

Ce nouveau label vise à **améliorer les conditions de travail et à renforcer les droits des travailleur·euse·s du textile autant avec du coton qu'avec d'autres fibres textiles durables**. Les standards Fairtrade engagent ainsi les fabricants et les marques à s'assurer notamment que les travailleur·euse·s embauché·e·s reçoivent un salaire vital, travaillent dans de meilleures conditions et jouissent de la liberté d'organisation et de syndicalisation. Le label impose également un usage réglementé et limité de produits chimiques et la protection des salarié·e·s. Il s'agit de rendre plus juste et durable le secteur textile en contribuant à la mise en œuvre des ODD.

UNE INDUSTRIE TRÈS IMPACTÉE PAR LA CRISE

Les acteur·rice·s du textile, mis à rude épreuve cette année par la crise et les mesures de confinement successives, ont dû faire face à une baisse inédite du chiffre d'affaires des marques, la fermeture de nombreux points de vente physiques, l'annulation de commandes à la dernière minute sans mesure de compensation augmentant ainsi la précarité des travailleur·euse·s du textile ... La crise a ainsi révélé et accentué les nombreux défis auxquels est confrontée la filière.

PRÉSENTÉ AU FORUM DE PARIS POUR LA PAIX



En novembre 2020, le Forum de Paris pour la Paix, à l'initiative du Président Emmanuel Macron, invitait tous les acteurs de la gouvernance mondiale à une troisième édition consacrée à la réponse au Covid.

Ce grand rendez-vous international valorisait 100 projets du monde entier apportant des solutions concrètes pour construire le monde d'après-crise, plus durable, en particulier les solutions économiques inclusives, porteuses de paix.

A cette occasion, **Max Havelaar France a présenté son action pour le Textile Équitable, retenue par les organisateurs**, mené en partenariat avec ses homologues Fairtrade Allemagne et Fairtrade Inde, pour l'avenir durable d'une industrie du textile très impactée par la crise.



INDE MÉDIAS

Partis en décembre 2019 à la rencontre des producteur·rice·s de la coopérative Chetna et de l'entreprise de filature et confection Armstrong Knitting Mills, une équipe Max Havelaar France a pu témoigner des bénéfices du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar pour les producteur·rice·s et travailleur·euse·s de ces deux organisations, ce dont le quotidien *Le Monde* et le magazine *Challenges* ont rendu compte.



LES ÉTUDIANT·E·S, ACTEUR·RICE·S DU COMMERCE ÉQUITABLE DE DEMAIN

Avec le soutien de
AFD
AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT
En partenariat avec
FAIRE
un monde équitable



L'ONG poursuit, en partenariat avec le mouvement citoyen FAIRE un monde équitable, le programme *Génération Équitable*.

Intégré au dispositif d'éducation au commerce équitable Fair Future soutenu par l'Agence Française de Développement, ce programme a pour objectif de sensibiliser le public étudiant à une alimentation durable et à un approvisionnement en produits équitables de leur campus.

Le programme a su se réinventer grâce à une dizaine d'événements à distance en mobilisant la communauté autour de **8 nouveaux outils pédagogiques** et des actions telles que les défis #pasd'équitépasdecafé qui ont mobilisé 28 associations et plus de **360 étudiant·e·s**.

➡ 47 ASSOCIATIONS ACCOMPAGNÉES

➡ 61 ACTIONS RÉALISÉES POUR PRÈS DE 3 650 ÉTUDIANT·E·S SENSIBILISÉ·E·S EN DIRECT

➡ + DE 100 000 ÉTUDIANT·E·S SENSIBILISÉ·E·S SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

➡ 35 RETOMBÉES PRESSE

PREMIÈRE ÉDITION | APPEL À PROJETS

Lancé en octobre 2020 en partenariat avec le RESES (ex-REFEDD), 23 équipes ont candidaté pour financer leur projet en faveur d'une alimentation équitable et responsable sur leur campus et/ou sur leur territoire.

6 projets ont été retenus par le jury et bénéficient d'un soutien financier pour leur mise en œuvre.

AU PROGRAMME

- un documentaire et un guide sur la consommation responsable,
- une distribution mensuelle de paniers équitables,
- une épicerie solidaire,
- un marché équitable,
- une formule équitable au restaurant universitaire,
- un programme de réduction des déchets,
- des petits-déjeuners équitables et zéro-déchet.



A L'ÉCOUTE DES ÉVOLUTIONS DE LA CONSOMMATION

La crise sanitaire et économique a largement bousculé les habitudes en termes de consommation et de pouvoir d'achat des Français-es.

Soucieuse des attentes des consommateur-ice-s, Max Havelaar France a souhaité connaître et partager, à l'aune de cette situation inédite, l'évolution de la consommation alimentaire. La tendance forte au bio-local-équitable serait-elle remise en question ?

Au contraire, cette crise semble avoir renforcé l'envie d'une consommation plus responsable. La pandémie et ses conséquences ont conduit les Français-es à davantage réfléchir à leurs façons de consommer et à s'intéresser à des modes de consommation plus justes.

ÉTUDE AUTOMNE 2020

2ÈME ÉDITION | BAROMÈTRE DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE

Quelles sont les motivations des Français-es, leurs attentes et leur propension à faire évoluer leurs habitudes de consommation ?

Les résultats de l'étude réalisée avec OpinionWay soulignent des inflexions sans doute profondes :

- ➔ La consommation responsable alimentaire résiste bien et se maintient malgré la crise, alors qu'on constate un désengagement sur d'autres secteurs (cosmétiques, habillement...). Néanmoins, certains freins empêchant un changement d'échelle rapide restent à lever : les efforts nécessaires que cela implique, le coût et une offre de produits pas suffisamment développée.
- ➔ Une préférence croissante pour les points de vente de proximité ou à connotation « direct producteurs » (marchés, réseaux bio...).
- ➔ Si les Français-es gardent de fortes attentes de responsabilité envers les entreprises, ils et elles déclarent en même temps une volonté inédite d'être davantage acteur-ice-s de la transition à leur niveau.

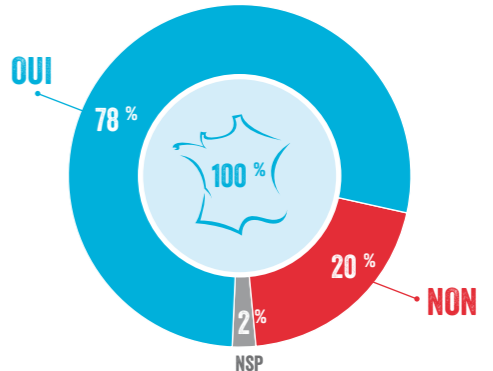
33% PRÉVOIENT D'AUGMENTER LEUR BUDGET ALLOUÉ AUX PRODUITS ALIMENTAIRES RESPONSABLES

L'attrait grandissant des consommateur-ice-s pour les produits issus du commerce équitable, la préférence croissante pour les enseignes bio et les commerces de proximité, ou encore la remise en cause du plastique jetable dans le secteur alimentaire, sont autant d'aspects démontrant l'aspiration des Français-es à un autre modèle alimentaire, plus responsable. La future édition du Baromètre permettra d'évaluer si cette tendance persiste dans un contexte jamais vu de crise sanitaire et économique.



+ DE LOCAL, + DE MADE IN FRANCE, MAIS UN ATTACHEMENT AUX PRODUITS IMPORTÉS

Près de 80 % des Français-es sont favorables à une consommation de produits 100 % locaux.



Les produits importés dont les Français-es ne pourraient se passer définitivement.

| | |
|-------------|------|
| Le chocolat | 73 % |
| Le riz | 73 % |
| Le café | 67 % |
| Les épices | 64 % |
| Les bananes | 56 % |
| Le thé | 47 % |
| Le quinoa | 27 % |

SONDAGE MAI 2020

1ER CONFINEMENT | IMPACT SUR LA CONSOMMATION DE PRODUITS LOCAUX ET PRODUITS IMPORTÉS

Quels sont les changements liés au confinement sur les achats alimentaires ?

- 69%** LA CRISE NÉCESSITE D'ALLER VERS DES ACHATS PLUS RESPONSABLES
- 58%** LA CRISE A PERMIS DE MIEUX SE RENDRE COMPTE DE L'ORIGINE IMPORTÉE DE NOMBREUX PRODUITS DU QUOTIDIEN
- 54%** SOUHAITENT BASCULER VERS UNE ALIMENTATION 100 % LOCALE

- ➔ Un sondage mené par OpinionWay pour Max Havelaar France révèle une large prise de conscience collective quant à la nécessité de repenser les modes de consommation.
- ➔ Certaines des habitudes d'achats alimentaires sont bousculées et les Français-es repriorisent certains de leurs choix.
- ➔ Malgré l'attrait grandissant pour une alimentation 100 % locale, une quasi-totalité de Français-es consomment plus ou autant qu'avant 4 produits phares de la filière équitable (chocolat, café, banane, thé).
- ➔ Les Français-es désireux-ses de consommer 100 % local envisagent difficilement de se passer de plusieurs produits provenant nécessairement d'ailleurs dont le café, le chocolat, la banane, le thé.



LA DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ORGANISATIONS (RSO)

Max Havelaar France a engagé en 2020 une démarche RSO ambitieuse, cohérente avec son projet associatif, incluant l'ensemble de ses parties prenantes internes et externes et qui participe à l'amélioration continue de l'organisation. Elle est organisée autour de **trois piliers principaux**, en cohérence avec les domaines d'action de la norme ISO 26 000.

1
GARANTIR UN CADRE FAVORABLE À L'ÉPANOUISSEMENT DE NOS COLLABORATEUR·RICE·S

Max Havelaar France souhaite garantir à tou.te.s ses collaborateur·rice·s un cadre de travail libre de discriminations, veiller à leur santé et à leur bien-être et maintenir des relations et une ambiance de travail de qualité.

UN CODE ÉTHIQUE PORTEUR DE VALEURS

Max Havelaar France a adopté en 2020 le Fairtrade Organization Code, code éthique du mouvement Fairtrade/Max Havelaar. Celui-ci définit un socle de valeurs, principes et pratiques en termes de responsabilité, de respect, d'intégrité et d'éthique.

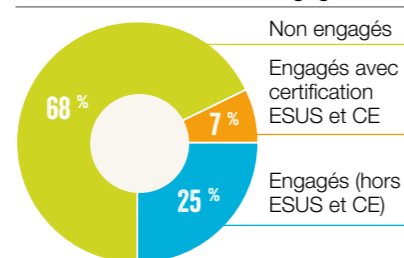
Max Havelaar France a intégré ce code dans ses procédures internes en formalisant **cinq axes prioritaires** : protection des enfants et adultes vulnérables, lutte contre l'exploitation et les abus sexuels, lutte contre l'intimidation et le harcèlement, lutte contre la fraude et la corruption et enfin, protection des lanceurs d'alerte. Ils ont fait l'objet de **formations pour les collaborateur·rice·s**.

2
AMÉLIORER NOTRE IMPACT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL AVEC NOTRE ÉCOSYSTÈME DE PARTIES PRENANTES

Max Havelaar France souhaite améliorer l'impact économique et social de son activité, au-delà de son cœur de métier - développer le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar -, en travaillant avec l'ensemble de ses fournisseurs, prestataires, ainsi qu'au niveau local.

DES ACHATS PLUS RESPONSABLES

Nombre de fournisseurs engagés



En 2020, l'association a analysé l'ensemble de ses fournisseurs sur des critères de responsabilité sociale et environnementale afin d'améliorer ses pratiques d'achats.

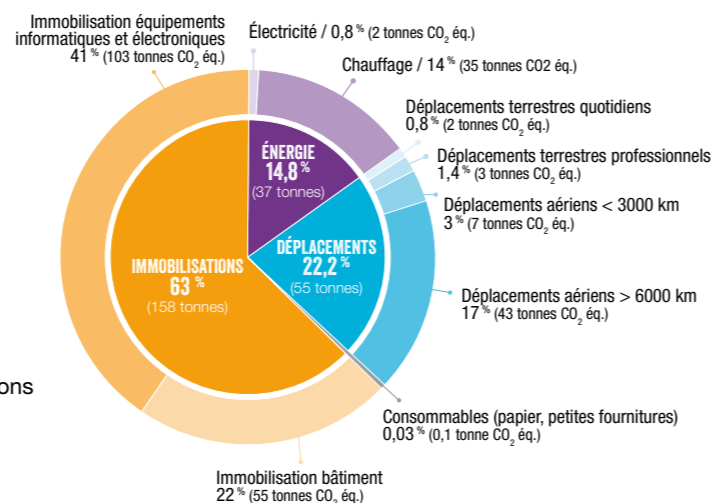
À la suite de ce bilan, une démarche d'actualisation de la procédure achats a été engagée afin de **favoriser des fournisseurs « responsables »** (engagés avec une certification équitable et/ou environnementale, des entreprises de l'économie sociale et solidaire, etc.), avec l'objectif d'augmenter progressivement la part de ces derniers.

Une réduction de l'impact est visée en travaillant à différents niveaux : les locaux, les déplacements, mais aussi les pratiques numériques ou la gestion des déchets.

BILAN CARBONE

Un bilan carbone des activités sur l'année 2019 a été réalisé en s'appuyant sur la méthodologie Bilan Carbone de l'ADEME.

L'association a commencé à **déployer en 2020 des actions afin de réduire son empreinte carbone**, les chantiers se poursuivent en 2021. Les indicateurs fixés permettront de suivre l'évolution de la démarche RSO et se fixer de nouveaux objectifs toujours plus exigeants.



Le total des émissions calculées s'élève à **250 TONNES** équivalent CO₂.

3
RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL LIÉ À NOTRE FONCTIONNEMENT

L'UTILISATION DE NOS RESSOURCES EN 2020

UN MODÈLE FINANCIER SOLIDE

Max Havelaar France est une association qui **s'autofinance à 98 %**. Le modèle économique de Max Havelaar France repose sur le versement d'une redevance par les partenaires-entreprises, en échange de l'utilisation du label sur le produit final commercialisé.

Max Havelaar France présente des **comptes équilibrés**. En cas d'excédent, celui-ci est réaffecté à l'objet social conformément à la législation en vigueur. Le suivi des comptes est assuré régulièrement par les instances de gouvernance et ceux-ci sont certifiés par un Commissaire aux comptes.

En 2020, les revenus de l'association se sont élevés à 6,94 millions d'euros.



Retrouvez nos comptes complets en téléchargement sur notre site : <https://www.maxhavelaarfrance.org/liens-courts/long-max-havelaar-france/financement-de-l-ong/>



UNE GOUVERNANCE DÉMOCRATIQUE

Max Havelaar France réunit dans ses instances de gouvernance l'ensemble des parties prenantes du commerce équitable : associations de consommateur·rice·s engagé·e·s, ONG et organisations œuvrant dans le champ du développement durable ou de la solidarité internationale, réseaux de producteur·rice·s, entreprises partenaires, expert·e·s.

Cette gouvernance mixte permet de confronter des points de vue différenciés et de mêler expertise sur les marchés Nord, engagement militant pour le commerce équitable ou pour des causes convergentes, connaissance fine des problématiques de développement, etc.

DÉVELOPPER • 36,9 %

dont campagnes de communication : 26 %

Développer les marchés actuels mais aussi créer de nouvelles filières et de nouveaux débouchés par la promotion des produits. Accompagner les entreprises partenaires au quotidien. Conseiller pour respecter les garanties.

SOUTENIR • 21,8 %

Apporter un appui aux réseaux de producteurs, en direct et par le biais de notre organisation Fairtrade International (CLAC, Fairtrade Africa, NAPP, techniciens, programmes d'appui, formations).

SENSIBILISER • 6,1 %

Éveiller la conscience des citoyen·ne·s/consommateur·rice·s et de tous les publics aux enjeux du commerce équitable (Quinzaine du commerce équitable, programme étudiant·e·s...).

PLAIDER • 5,6 %

Plaidoyer institutionnel et défense publique du commerce équitable pour faire évoluer les réglementations, travailler de concert avec les autres ONG afin de porter la voix de la société civile et des producteur·rice·s.

GARANTIR • 12,5 %

Garantir la bonne gestion du label Fairtrade/Max Havelaar (révisions des cahiers des charges, calcul des prix minimum, contrats, monitoring...).

PARTICIPER • 2,5 %

Participer au fonctionnement de la fédération et assurer la vie associative de Max Havelaar France, financer les fonctions assumées en central par Fairtrade International ainsi que les projets internationaux portés par la fédération.

FRAIS DE STRUCTURE • 6,2 %

AGIR

POUR UNE ÉCONOMIE
ÉTHIQUE ET
RESPONSABLE

Création : Agence  **WINWON**
CREATIVE PARTNER | www.winwon.biz

Crédits photos : Fabian Charaffi, Fairtrade ANZ, TransFair e.V., Fairtrade Germany, Angela Wu, Fairtrade Foundation, Fairtrade Africa, World Foodorama for Max Havelaar France, Max Havelaar Netherlands, Sean Hawkey, James Robinson, CLAC, Vivadour, Christoph Köstlin, Tea promoters India, SOFA, ACOPAGRO, Bigot Fleurs, Fairtrade / José Garcia, Nathalie Bertrams, Dina Elena and Diego, Sierra, Fairtrade Österreich/Wasserbauer, Marco Garofalo, Didier Gentillhomme / Fairtrade International, FLO, Eric St-Pierre, Virginie Garnier, Josephine Lefebvre, FLO-CERT GmbH Bonner Talweg, Javier Luna, Valbar.

ASSOCIATION MAX HAVELAAR FRANCE

Le Château Etic
75 Allée des Parfumeurs
92000 Nanterre

www.maxhavelaarfrance.org
+33 (0)1 42 87 70 21
info@maxhavelaarfrance.org



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE