

DOSSIER DE PRESSE

QUINZAINES DU COMMERCE ÉQUITABLE

2018



DOSSIER DE PRESSE – MAX HAVELAAR FRANCE

CONTACTS PRESSE

Agence Etycom | Aelya NOIRET
06 52 03 13 47 | a.noiret@etycom.fr
Association Max Havelaar France | Valeria RODRIGUEZ
06 07 37 74 81 | v.rodriguez@maxhavelaarfrance.org



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE



SOMMAIRE

Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar en bref	3
Édito	4
Les chiffres clé 1993-2018	5
Il était une fois... Un premier café	6
Le marché des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar en France	8
La banane équitable montre le chemin	11
25 ans après les produits équitables sont partout	12
25 années de partenariats avec des entreprises	14
Faire évoluer le cadre légal en faveur du commerce équitable	15





LE COMMERCE ÉQUITABLE FAIRTRADE / MAX HAVELAAR EN BREF

POURQUOI FAUT-IL UN COMMERCE ÉQUITABLE?

Aujourd'hui, 815 millions de personnes dans le monde souffrent de la faim. Plus des trois-quarts d'entre elles sont des petits agriculteurs ou des ouvriers agricoles en Afrique, en Amérique latine ou en Asie. Bien souvent, ils ne peuvent subvenir aux besoins de leurs familles car ils sont isolés et démunis face aux mécaniques des marchés mondiaux.

QU'EST CE QUE LE COMMERCE ÉQUITABLE FAIRTRADE / MAX HAVELAAR?

Grâce aux conditions commerciales qu'il met en place à travers son label, le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar permet aux producteurs et travailleurs agricoles des pays en développement de vivre de leur travail. En bénéficiant de revenus plus sûrs et plus durables, ils peuvent prendre en main leur avenir et investir collectivement dans des projets pour améliorer leurs conditions de vie et celles de leur communauté (éducation, santé, développement économique...).

A PROPOS DU LABEL FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

C'est un label international qui repose sur des critères économiques, organisationnels, sociaux et environnementaux, contrôlés par FLOCERT, organisme indépendant de certification.

Le label Fairtrade/Max Havelaar garantit notamment :



UNE MEILLEURE RÉMUNÉRATION DES PRODUCTEURS : prix minimum pour l'achat des matières premières



UNE PRIME DE DÉVELOPPEMENT pour investir dans des initiatives économiques, sociales et environnementales



DES CONDITIONS DE TRAVAIL DÉCENTES : respect des droits humains et du droit du travail, lutte contre le travail des enfants, règles d'hygiène et de sécurité, etc.



LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT : préservation des ressources naturelles (meilleure gestion de l'eau, des sols...), interdiction des OGM, interdiction des produits phytosanitaires dangereux, prime pour l'agriculture biologique, etc.



ÉDITO

“ Aujourd’hui, le commerce équitable occupe une place réelle dans les échanges internationaux (plus de 1% pour le café par exemple). Il constitue une alternative solide au modèle économique ultralibéral qui est celui de notre mondialisation, porteur d’inégalités criantes et de destruction massive des écosystèmes. Grâce à lui, par leurs engagements et leurs choix, **entreprises, pouvoirs publics et consommateurs sont détenteurs d’un pouvoir fort : celui de créer des échanges économiques mondiaux respectueux de l’être humain et de l’environnement.** Progressivement depuis 25 ans, ce choix de nombreux acteurs économiques en faveur d’un commerce plus juste devient aussi celui des acteurs politiques : le commerce équitable entre dans des politiques publiques, comme le montre le soutien de nombreux gouvernements européens, et le plan d’action annoncé par la France en janvier.

Démarche pionnière de la consommation responsable, le commerce équitable a contribué et contribue encore à changer les pratiques de consommation et à faire la lumière sur les conditions de vie des producteurs agricoles. Alors que 2018 marque le 25^e anniversaire du premier produit labellisé Fairtrade / Max Havelaar en France, **les Français sont clairs : 79% d’entre eux souhaitent disposer d’une offre de produits équitables plus importante** et présente dans tous les lieux de consommation*.

Les Etats Généraux de l’Alimentation (EGA) ont servi de déclic sur le sort des agriculteurs dans le débat public en France : une très large majorité de Français veulent désormais pouvoir consommer équitable au quotidien, chez eux comme au bureau ou à la cantine. La préoccupation des citoyens pour les *producteurs* et pour les *conditions de production* a progressé de 20 points en à peine un an dans cette enquête! **Le gouvernement et les entreprises doivent répondre à cette demande en rendant les produits équitables plus nombreux et plus accessibles**, notamment dans le cadre du Plan national d’action pour le commerce équitable annoncé par le Premier ministre à l’issue des EGA.

Les pouvoirs publics ont donc un rôle majeur à jouer pour faire de la consommation responsable la norme de demain. La commande publique, par exemple, représente un formidable levier de développement durable. Chaque année, 1 300 tonnes de café, soit 185 millions de tasses par an, sont consommées dans la restauration collective publique en France : si ce café était 100% équitable, le surcoût serait de moins d’1 centime d’euro par tasse, mais il permettrait d’assurer une juste rémunération des producteurs et une culture respectueuse de l’environnement et des droits humains. **Les acteurs du commerce équitable ont ainsi proposé des amendements au projet de Loi Alimentation pour introduire l’équitable** dans la restauration collective publique : l’Etat se doit maintenant de donner l’exemple.

Et, phénomène clé, nous constatons que le commerce équitable est en train de changer d’échelle : en 2017, 1 ménage sur 2 a choisi des produits Fairtrade / Max Havelaar. L’exemple de la banane équitable qui atteint près de 10% des ventes de bananes en France montre qu’une offre plus large et plus visible permet de transformer le marché et la consommation : en cinq ans, les ventes de bananes équitables ont été multipliées par six grâce à une offre de plus en plus importante de la part des enseignes.

Permettant une rémunération juste des petits producteurs tout en assurant des produits de qualité, respectueux des droits de l’homme et de l’environnement, promouvant le développement durable, le commerce équitable labellisé n’a plus besoin de faire ses preuves. Ce commerce alternatif porte en soi la norme de demain. ”

Blaise Desbordes

Directeur Général de l’association Max Havelaar France

*Sondage OpinionWay pour Max Havelaar France. Avril 2018.

1993

FRANCE



1
FILIÈRE
Le café



1
PRODUIT LABELLISÉ
Le café moulu arabica



1
ENTREPRISE PARTENAIRE
Les cafés LOBODIS

PARTENARIAT GAGNANT-GAGNANT



2018

FRANCE*



PLUS DE
14
FILIÈRES



3 260
PRODUITS LABELLISÉS



256
ENTREPRISES PARTENAIRES



561 MILLIONS
D'EUROS DE CA

7,5 MILLIONS D'€
DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT

MONDE*



PLUS DE
20
FILIÈRES



PLUS DE
35 000
PRODUITS LABELLISÉS



PLUS DE
2 000
ENTREPRISES PARTENAIRES



7,8 MILLIARDS
D'EUROS DE CA

150 MILLIONS D'€
DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT

1411
COOPÉRATIVES

1,6 MILLION
DE PRODUCTEURS ET
TRAVAILLEURS

*Données 2017

*Données 2016



IL ÉTAIT UNE FOIS...UN PREMIER CAFÉ

La naissance de l'association Max Havelaar France en 1993 est suivie très vite de l'apparition du premier produit labellisé Max Havelaar en France, le café Tzul Tacca, commercialisé par l'entreprise Lobodis et dont le café provient de Fedecocagua, la Fédération de Coopératives des Producteurs de Café du Guatemala. C'est le début de l'histoire du commerce équitable labellisé en France !

25 ans plus tard, ce partenariat entre le mouvement Fairtrade/Max Havelaar France, les petits producteurs d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie et les entreprises françaises est toujours d'actualité.



UN PARTENARIAT HUMAIN ET DURABLE

Fedecocagua est une des plus anciennes coopératives engagées dans le commerce équitable. Fondée en 1969, elle a exporté en 1973 ses trois premiers containers de café (54 tonnes) vers l'Europe avec une démarche naissante de commerce alternatif.

Lobodis, de son côté, était née en 1988. Ce petit torréfacteur breton choisit depuis ses débuts des cafés haut de gamme et « pure origine ». Cette quête rapproche son créateur, Olivier Bernadas, des producteurs et de leurs problématiques. Entrepreneur militant et passionné de café, il n'hésite pas à s'engager quand le label Max Havelaar apparaît.

Le mouvement de commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar est né en 1988 en réponse à l'appel de producteurs de café mexicains :

Recevoir chaque année des dons pour construire une petite école afin que la pauvreté soit plus supportable, c'est bien. Mais le véritable soutien serait de recevoir un prix plus juste pour notre café.



Chez Fedecocagua, les valeurs du commerce équitable font partie de l'ADN de l'organisation. Structurée et professionnelle, la fédération est en capacité d'offrir de nombreux services à ses membres, dont une partie financés avec la prime de développement du commerce équitable. Le commerce équitable permet aussi aux producteurs de recevoir une rémunération plus juste et plus stable pour la vente de leur café.

Concernant les projets collectifs mis en œuvre avec la prime de développement, l'accent a été mis sur les investissements dédiés à la production. Ainsi, formations agricoles, centres de traitement du café et pépinières pour renouveler les caféiers sont autant d'initiatives qui ont permis d'améliorer la qualité du café et d'en obtenir des prix plus élevés.

Aux côtés des projets productifs, la prime a également servi à développer les infrastructures locales tels des centres de santé, des écoles, des routes, ou encore en améliorant l'accès à l'eau potable et à l'électricité. Aujourd'hui, 50 ans après sa création, Fedecocagua exporte 27 000 tonnes de café, et produit 11% du café du Guatemala, ce qui place la coopérative comme le deuxième exportateur du pays.

De son côté Lobodis, à travers son partenariat avec Max Havelaar France, s'inscrit pleinement dans une démarche de développement durable, au Nord comme au Sud : au-delà des relations commerciales plus justes, l'entreprise a noué des relations proches avec les organisations de petits producteurs de café avec lesquelles elle travaille. L'entreprise est également engagée sur le territoire. Depuis 24 ans la torréfaction est réalisée par 80 personnes en situation de handicap, au sein de l'Esat (Établissement et service d'aide par le travail) « CAT Notre Avenir » à Bain-de-Bretagne, en Ille-et-Vilaine.



Photo © T. Boulot – Photographie d'To - 2018

Fedecocagua exporte

27 000 T

de café et produit

SOIT 11 %

de la totalité du café guatémaltèque



LE MARCHÉ DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE / MAX HAVELAAR EN FRANCE EN 2018

Le secteur du commerce équitable labellisé Fairtrade / Max Havelaar poursuit sa croissance en France en 2017, avec un chiffre d'affaires des produits labellisés qui atteint les 561 millions d'euros, soit 26 millions d'euros de plus qu'en 2016. Désormais, 256 entreprises vendent des produits labellisés en France, bénéficiant ainsi à quelque 400 organisations de petits producteurs et travailleurs dans le monde.



Le café, toujours le premier produit

C'est avec le café que l'histoire du commerce équitable labellisé Fairtrade / Max Havelaar a débuté il y a 25 ans, et c'est avec ce produit phare qu'il continue de croître. Représentant 51% des parts de marché des produits issus du label, le café a généré plus de 284 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une augmentation dépassant les 10 millions d'euros sur l'année 2017. Cette progression repose en majeure partie sur les ventes en grande distribution, portée par des acteurs pionniers et en expansion permanente, telle l'entreprise Malongo, premier acteur du marché du café labellisé Fairtrade Max / Havelaar. Elle repose également sur des grands acteurs de la consommation hors domicile, notamment Starbucks avec ses boissons froides vendues en magasin.

Le café labellisé Fairtrade/Max Havelaar en France

284 MILLIONS €

DE CHIFFRE D'AFFAIRE EN 2017



51%



DES PARTS DE MARCHÉ



La banane en forte croissance

De son côté la filière banane labellisée Fairtrade/Max Havelaar n'est pas en reste. L'année 2017 marque pour celle-ci une progression de 26% en volume. Une telle quantité a permis de générer une prime de développement de 2 millions d'euros, véritable atout pour le développement économique et social des communautés de petits producteurs de l'hémisphère Sud. De plus, sa place au sein de la grande distribution n'est plus à faire : Carrefour, Auchan, Intermarché, et Biocoop sont des partenaires très engagés. Et depuis 2018, l'enseigne Monoprix a fait le choix de ne vendre que des bananes issues du commerce équitable labellisé Fairtrade/Max Havelaar, preuve que ces positionnements en faveur du commerce équitable n'ont pas finis de s'étendre.

Les glaces prennent leur place dans le marché

En progression constante, les ventes de desserts et crèmes glacées sont en croissance de 24% par rapport à l'année 2016. Engagé à 100% dans le commerce équitable Fairtrade / Max Havelaar, la marque emblématique Ben & Jerry's poursuit sa croissance soutenue.



Photo © Gerhard Wasserbauer



Des boissons froides pour se désaltérer en toute équité :



Un acteur encore jeune du commerce équitable, et très dynamique, voit son chiffre d'affaire de 2017 faire un bond de 43% sur le marché français par rapport à l'année précédente : la boisson nomade équitable ! Deux start-up créées par de jeunes entrepreneurs aux idées tendances et innovantes se démarquent : LemonAid & ChariTea et Little Miracles. Alliant respectivement ingrédients naturels bio et équitables tels le rooibos et le sirop d'agave, ou proposant des boissons à très faible teneur en sucre et naturellement énergisantes, ces nouvelles boissons fraîches entrent déjà dans la composition de nombreux paniers équitables.



ÉTAT DU MARCHÉ EN 2017 :

M€ 561 

MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES GÉNÉRÉS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

+5% PAR RAPPORT À 2016

M€ 7,5 

MILLIONS D'EUROS DE PRIME DE DÉVELOPPEMENT POUR LES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS

+10% PAR RAPPORT À 2016


256

ENTREPRISES VENDENT EN FRANCE DES PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR

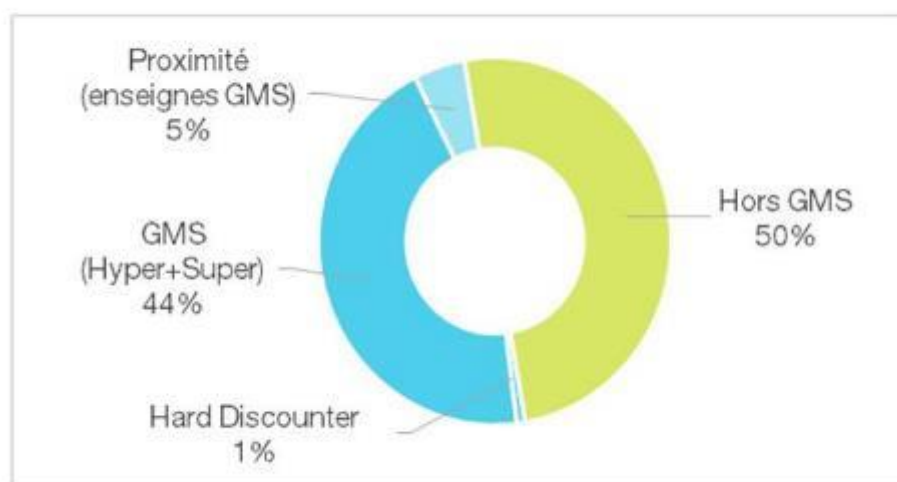

3260

PRODUITS LABELLISÉS FAIRTRADE/MAX HAVELAAR EN FRANCE DONT 76% ISSUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

8,37€

DÉPENSÉS EN MOYENNE PAR FRANÇAIS (+0,39€ PAR RAPPORT À 2016)

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2017 : GMS / HORS GMS



GMS	+9,0% vs 2016
Hors GMS	+1,0% vs 2016



LA BANANE ÉQUITABLE MONTRE LE CHEMIN

En l'espace de quelques années, la banane équitable labellisée Fairtrade / Max Havelaar est devenue en France incontournable, démontrant ainsi qu'il est possible de transformer le marché et les pratiques de consommation.

En 2013, la banane équitable représentait un volume d'environ 7 000 tonnes dans la distribution française. Cinq ans plus tard, ce chiffre a été multiplié par 6 ! Ainsi en 2017, 46 579 tonnes de bananes labellisées Fairtrade / Max Havelaar ont été vendues, ce qui représente environ 9% du marché total de la banane en France. 86% de ces bananes équitables sont également bio. D'ailleurs, Biocoop, leader de la distribution bio propose une offre de banane 100% bio-équitable pour les bananes en provenance des pays du Sud. En effet, cette forte croissance s'explique notamment par des actes d'engagement majeurs des enseignes de distribution :

En 2014, l'enseigne Carrefour décide de passer sa banane bio en banane bio équitable. C'est alors, selon Jean Vepierre, alors directeur de Marché Fruits et Légumes/Fleurs et Plantes chez Carrefour, près de « 9000 tonnes de bananes bio-équitables qui ont été vendues dans nos magasins, soit près de 50 % des volumes vendus en France ». Cet engagement constitue un véritable tournant pour le marché de la banane labellisée Fairtrade/Max Havelaar : cette année-là, près de 19 000 tonnes ont été vendues en France, soit une augmentation de plus de 141% par rapport à l'année précédente.

L'engagement de Carrefour a été suivi par plusieurs autres enseignes de grande distribution, lesquelles ont également participé à la croissance soutenue des ventes de banane

labellisée Fairtrade/ Max Havelaar : E.Leclerc, Monoprix, Casino, Intermarché, Auchan ainsi que Biocoop. Au total en 2015, les ventes de banane labellisée ont dépassé les 29 000 tonnes, soit une croissance de 56%.

L'année 2018 voit l'engagement des enseignes de grande distribution se renforcer davantage : véritable première pour la grande distribution, depuis le mois de février l'enseigne Monoprix a choisi de fournir à ses clients des bananes 100% issues du commerce équitable labellisé Fairtrade/Max Havelaar. A ce sujet, Nicolas Bonnetot, Directeur Alimentaire et Beauté de l'enseigne Monoprix explique que l'enseigne « accompagne ses clients dans une consommation plus responsable alliant plaisir et qualité avec respect de l'environnement et équité sociale ».

Avec la banane équitable, c'est donc une véritable transformation du marché qui est en marche !



Photo © Compagnie Fruitière



25 ANS APRÈS : LES PRODUITS ÉQUITABLES SONT PARTOUT

Depuis l'apparition du premier produit labellisé Fairtrade/Max Havelaar, le commerce équitable s'est considérablement développé. Il est aujourd'hui connu d'une grande majorité des Français. Cette notoriété, nécessaire aux petits producteurs à l'autre bout de la chaîne de consommation, a pu se construire grâce à l'investissement progressif d'une multitude d'acteurs. Il est en effet aujourd'hui possible de trouver au quotidien des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar, dans tous les réseaux de distribution.

Depuis 1993 les produits trouvaient difficilement une place dans les magasins, grâce à des militants qui faisaient du porte-à-porte pour convaincre les gérants et responsables de tenter l'expérience.

La fin des années 1990 marque un tournant en France quant à la consommation de produits équitables. Dès 1998, les produits font leur entrée dans la grande distribution avec l'engagement pionnier de l'enseigne Monoprix, suivi d'Auchan. En parallèle, le principal réseau de magasins bio, Biocoop, et le réseau spécialisé Artisans du Monde, introduisent des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar dans leurs rayons.

Dans les années 2000, c'est au tour de la consommation hors domicile de s'emparer de la démarche. Ainsi, du café labellisé Fairtrade/Max Havelaar sera intégré dans le circuit de la distribution automatique par Lyovel en 2000, puis en 2003 dans la chaîne hôtelière du groupe Accor. Le réseau textile quant à lui, à travers la marque de prêt-à-porter Armor Lux, proposera des vêtements en coton labellisé dès 2005. C'est à cette période également que la restauration collective, intègre à son offre des produits équitables Fairtrade / Max Havelaar, tel par exemple le groupe Sodexo à

travers son programme équitable Aspretto.

Le secteur horticole n'est pas en reste. De nombreux fleuristes proposent des fleurs labellisées Fairtrade / Max Havelaar. Et depuis 2016, deux acteurs majeurs, Aquarelle.com, par le biais de la vente en ligne, et Système U, s'investissent pour un monde plus juste en proposant majoritairement des roses équitables à leurs clients. De la même manière, des fleuristes indépendants proposent des roses équitables tout au long de l'année.

Enfin, l'engagement des torréfacteurs tels Malongo et son emblématique boîte de Café des petits producteurs, ou encore d'artisans chocolatiers, n'est plus à démontrer : Les Chevaliers d'Argouges, ou la chocolaterie Alex Olivier jouent depuis plusieurs années un rôle essentiel dans le développement du cacao équitable labellisé Fairtrade / Max Havelaar.

Et aujourd'hui ? En 2017, la moitié des ventes de produits porteurs du label sont réalisées dans les grandes et moyennes surfaces alimentaires et les occasions de le choisir sont de plus en plus fréquentes : de la machine à café du bureau, au chocolatier du coin, en passant par le bar du quartier...chacun joue son rôle pour permettre aux citoyens de s'engager.



MOBILISATION CITOYENNE POUR FAIRE ENTRER LES PRODUITS AU SUPERMARCHÉ

1998 marque un grand tournant dans l'histoire du commerce équitable en France et c'est encore une fois, grâce à la mobilisation de la société civile. Max Havelaar France, en partenariat avec l'association Agir Ici (actuellement Oxfam France) et le CCFD, lance la pétition « Exigeons des produits éthiques ».

Plus de 50 associations, dont Artisans du Monde, et des milliers de citoyens ont répondu à l'appel. 100 000 citoyens ont envoyé des cartes postales aux centrales d'achat des grandes enseignes pour demander l'introduction de produits issus du commerce équitable dans les rayons. L'association a entrepris alors un travail de persuasion pour vaincre leurs réticences et convaincre les enseignes que les consommateurs seraient au rendez-vous.

L'entrée des produits équitables dans les grandes surfaces est donc le résultat d'un travail collectif et militant.



Suite à l'entrée des produits dans les grandes enseignes de distribution, entre 2000 et 2005, la croissance moyenne par an du marché des produits Fairtrade / Max Havelaar est de **80%** !



25 ANNÉES DE PARTENARIAT AVEC DES ENTREPRISES

Pour connecter producteurs et consommateurs, les entreprises sont les intermédiaires incontournables dont l'engagement durable est fondamental pour la construction d'un système commercial plus juste. Différents types d'entreprises, de tailles variées, vendent et distribuent des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar. Malgré leurs différences, toutes partagent un même et unique engagement : permettre une production et une consommation équitable, respectueuse de l'être humain et de l'environnement.

Depuis 25 ans, l'association Max Havelaar France n'a cessé sa mission d'impliquer de plus en plus d'entreprises dans un système alternatif de commerce, construit pour permettre à producteurs et travailleurs agricoles d'accéder à des conditions de vie plus dignes. Depuis le début, il s'agit en majorité de PME, mais le profil des partenaires économiques est très varié.

Des entreprises engagées à 100% ou presque dans le commerce équitable telles les pionnières Lobodis, Alter Eco, Ethiquable ou Malongo, suivies actuellement par des start-up comme Quinola Monthergrain (spécialiste du quinoa), Fair (alcools et spiritueux) ou encore LemonAid-ChariTea (boissons nomades). Ces entreprises, même si la rentabilité se doit d'être au rendez-vous, accomplissent également une mission sociale et s'engagent souvent davantage aux côtés des producteurs avec lesquels ils tissent des liens solides.

A leurs côtés, on trouve des entreprises plus conventionnelles, comme Valrhona, La Route des Comptoirs ou Armor Lux, ou internationales telles Ben & Jerry's ou Starbucks.

On trouve également des marques de distributeur, des marques Bio comme Saveurs & Nature, Bio Planet et Natugie ou encore des spécialistes d'une filière, tel Méo, Bovetti, ou Thé de la Pagode.

Ces dernières années, les ventes de roses équitables ont connu une importante croissance grâce à l'engagement d'Aquarelle.com et de Système U à utiliser majoritairement des roses équitables dans leurs bouquets.

Les entreprises peuvent contribuer au changement par l'introduction de produits équitables dans leurs achats responsables. L'Oréal par exemple a décidé d'utiliser du coton certifié Fairtrade / Max Havelaar pour une partie de leurs serviettes distribuées dans les salons de coiffure et proposer uniquement du café équitable au sein de l'entreprise.

Chaque entreprise a la possibilité de participer au commerce équitable, pour une partie ou pour toute leur offre, du moment où les critères du label sont respectés. Pour permettre au commerce équitable de ne plus être une exception, mais devenir la norme, il est nécessaire de tous ces engagements divers.



FAIRE ÉVOLUER LE CADRE LÉGAL EN FAVEUR DU COMMERCE ÉQUITABLE

Depuis 25 ans, l'association Max Havelaar France s'est mobilisée pour faire évoluer le cadre légal et institutionnel du commerce équitable en France. Par cette voie, elle cherche à offrir une reconnaissance officielle aux consommateurs, une plus grande disponibilité des produits pour le secteur des achats publics et l'intégration des outils du commerce équitable dans les politiques de l'Aide Publique au Développement.

Ainsi, la loi du 2 août 2005 donne une définition formelle du commerce équitable. Il est alors également inscrit dans la Stratégie Nationale de Développement Durable.

En 2014, la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire, fait évoluer cette définition en étendant son champ d'application aux échanges avec les producteurs au Nord, notamment en France. Cet article explicite des principes fondamentaux du commerce équitable, tel la nécessité pour les producteurs et travailleurs d'assurer pour leurs organisations une gouvernance démocratique, le versement d'un prix rémunérateur établi sur la base de l'identification des coûts de production et une négociation équilibrée, ou encore l'octroi par l'acheteur d'une prime supplémentaire destinée aux projets collectifs.

Entre 2013 et 2017, un plan national en faveur du commerce équitable a été mis en œuvre par les pouvoirs publics, avec comme principal objectif d'augmenter la part de produits équitables dans le panier des Français et de soutenir le secteur en France. Tout au long des Etats Généraux de l'Alimentation

(EGA), en 2017, les principes du commerce équitable ont été évoqués comme des priorités de l'agenda politique.

L'association Max Havelaar France s'est mobilisée au sein de la Plateforme citoyenne pour une transition agricole et alimentaire, aux côtés de plus de 50 ONG pour influencer les décisions. Ainsi, lors de la clôture des EGA, le Premier ministre a présenté une feuille de route de la politique de l'alimentation intégrant la mise en place d'un nouveau plan pour le commerce équitable*, mais aussi le principe de prendre en compte les coûts de production dans la construction des prix, ou encore la contractualisation, principes que le mouvement de commerce équitable met en pratique depuis plus de 25 ans.

Enfin, il existe au sein de la Commission de concertation du commerce, créé en 2015, et placée auprès du ministre chargé du Commerce, une section dédiée au commerce équitable. Celle-ci travaille actuellement à la définition des modalités de reconnaissance publique des labels privés de commerce équitable, ce qui permettra de guider les citoyens dans leurs choix de consommation.

Le rôle des labels comme outils de politique publique

La labellisation permet à un ensemble de pratiques de se distinguer des autres. Celles-ci sont destinées à montrer l'exemple. S'agissant des habitudes de consommation, les labels de commerce équitable orientent les consommateurs vers un système d'échange plus juste, respectueux de l'Homme et de l'environnement. Le commerce équitable, par le biais des labels, est donc un vecteur important pour la réalisation des ambitions du gouvernement.

* « Egalim : les principales actions retenues pour relancer la création de valeur et en assurer l'équitable répartition », agriculture.gouv.fr



Max Havelaar France, association de solidarité internationale née en 1992, représente sur le territoire français le mouvement international de commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar.

Ce mouvement garantit, à travers son label, des conditions commerciales plus justes aux petits producteurs agricoles d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie afin de leur permettre de combattre la pauvreté par eux-mêmes et de prendre en main leur avenir.

L'association Max Havelaar France a pour mission de promouvoir le commerce équitable auprès du grand public et de soutenir les petits producteurs pour la commercialisation de leurs produits certifiés Fairtrade/Max Havelaar en France.

MAXHAVELAARFRANCE.ORG

CONTACTS PRESSE

Agence Etycom | Aelya NOIRET
06 52 03 13 47 | a.noiret@etycom.fr
Association Max Havelaar France | Valeria RODRIGUEZ
06 07 37 74 81 | v.rodriguez@maxhavelaarfrance.org

