



Communiqué de presse  
Paris, le 03 mai 2018

Résultat d'un sondage OpinionWay pour Max Havelaar France (avril 2018)  
**4 Français sur 5 souhaitent plus de produits équitables sur leurs lieux de consommation et des actions publiques en faveur du commerce équitable**

*A l'occasion de la 18<sup>e</sup> Quinzaine du Commerce Équitable (du 12 au 27 mai 2018), Max Havelaar France révèle les résultats d'un sondage réalisé par OpinionWay pour comprendre les attentes des Français en matière de consommation de produits équitables.*

*Alors que 2018 marque le 25<sup>e</sup> anniversaire du premier produit labellisé Fairtrade / Max Havelaar en France, les Français sont clairs : ils souhaitent disposer d'une offre de produits équitables plus importante (79%). Si – toujours selon les Français – les acteurs de la grande distribution sont les 1<sup>ers</sup> acteurs qui devraient proposer davantage de produits équitables dans leurs rayons (selon 81% des Français), d'autres acteurs économiques doivent contribuer au développement du secteur (les écoles, les entreprises et les restaurateurs notamment).*

*Tandis qu'un Plan National d'appui au Commerce Équitable (PNCE) est préparé par le gouvernement suite aux États Généraux de l'Alimentation (EGA), les Français listent une série de mesures concrètes qu'ils souhaiteraient voir mises en œuvre par les pouvoirs publics pour leur permettre de consommer plus équitable au quotidien.*

**Envie de plus de produits équitables ? OUI, disent les Français à 79%, avec une forte progression de la préoccupation à l'égard du producteur en 1 an**

Pour la 2<sup>de</sup> année consécutive – OpinionWay pour Max Havelaar France a demandé aux Français quels étaient les critères d'achat de leurs produits alimentaires. En 2018, les Français prennent en compte :

- Le prix (88%)
- L'endroit où ils ont été produits (75% versus 62% en 2017)
- Les conditions dans lesquelles ils ont été produits (62% versus 43% en 2017) et le respect de l'environnement au cours de leur production (62% en 2017)
- La personne qui les a produits (54% versus 35% en 2017)
- La rémunération des personnes qui les ont produits (36% versus 26% en 2017)

Les résultats sont clairs : les Français sont de plus en plus sensibles aux critères qui font l'essence même du commerce équitable. Cette tendance se traduit également pour une envie de consommer plus de produits équitables : 79% des répondants souhaitent disposer d'une offre de produits équitables plus grande et plus précisément :

- 32% des Français souhaitent que TOUS les produits soient équitables notamment les plus jeunes (35% des 18-24 ans et 32% des 25-34 ans)
- 47% des Français veulent qu'il y ait PLUS de produits équitables qu'aujourd'hui notamment les seniors (54% des 50-64 ans et 50% des 65 ans et +)

*« Les EGA ont servi de déclic sur le sort des agriculteurs : 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% en à peine un an ! Max Havelaar France appelle le gouvernement et les entreprises à 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 »* déclare Blaise Desbordes, directeur général de Max Havelaar France.

## Consommer plus : oui, mais comment ?

Pour consommer plus équitable, les Français souhaitent que certains acteurs économiques proposent davantage de produits équitables ; notamment :

- Leur supermarché (81%, parmi lesquels 33% aimeraient que les produits équitables soient  systématiquement proposés)
- Les acteurs de proximité (vendeurs de fruits-légumes à 79%, leur petite épicerie 77%, leur boulangerie-pâtisserie à 75%)
- La cantine de l'établissement scolaire de leurs enfants (77%, parmi lesquels 45% aimeraient que les produits équitables soient  systématiquement proposés)
- Leur restaurant (76%) et leur café-bar (73%)
- Leur entreprise (au restaurant d'entreprise 75% et à la machine à café 74%)
- Mais aussi leur magasin bio (75%) et leur magasin d'habillement (74%)

**« Le commerce équitable est en train de changer d'échelle : en 2017, 1 ménage sur 2 a fait l'achat de produits Fairtrade / Max Havelaar. L'exemple de la banane équitable qui atteint près de 10% des ventes 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 »**, explique Blaise Desbordes, directeur général de Max Havelaar France.

## Quel rôle des pouvoirs publics ? Quelles mesures paraissent souhaitables pour les Français ?

- Inclure des produits équitables dans les achats des administrations publiques (institutions, hôpitaux, etc.) (87%)
- Développer les produits équitables dans les cantines scolaires (86%)
- Aider financièrement les agriculteurs qui produisent des produits équitables (82%)
- Mettre en place un taux de TVA spécifique pour réduire le prix d'achat des produits équitables (81%)
- Intégrer une sensibilisation au commerce équitable dans les programmes scolaires (81%)

**« Les pouvoirs publics ont 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. Nous avons 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** »** rappelle Blaise Desbordes, directeur général de Max Havelaar France.

### Méthodologie :

Echantillon de 1063 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées les 12 et 13 avril 2018.

### A propos de Max Havelaar France :

L'association Max Havelaar France fait partie du mouvement international de commerce équitable Fairtrade / Max Havelaar. Ce mouvement met en place, à travers le label Fairtrade / Max Havelaar, des conditions commerciales plus justes pour donner aux petits producteurs et travailleurs agricoles des pays en développement les moyens de lutter par eux-mêmes contre la pauvreté. La mission de Max Havelaar France est de sensibiliser l'opinion publique au commerce équitable et de développer l'engagement des acteurs économiques auprès du label sur le territoire français. Plus d'informations sur [www.maxhavelaarfrance.org](http://www.maxhavelaarfrance.org)

## Contacts presse :

Agence ETYCOM - Aelya Noiret - [a.noiret@etycom.fr](mailto:a.noiret@etycom.fr) - 06 52 03 13 47  
Max Havelaar France – Valeria RODRIGUEZ - [v.rodriquez@maxhavelaarfrance.org](mailto:v.rodriquez@maxhavelaarfrance.org) - 06 07 37 74 81