



# Agir pour une économie éthique et responsable

RAPPORT ANNUEL 2023



FAIRTRADE  
MAX HAVELAAR  
FRANCE

© Adobe Stock

© Getty Images

Notre vision .....	2
Des outils fondamentaux   Transformer durablement .....	3



## SOUTENIR

Les programmes d'appui sur le terrain pour maximiser l'impact .....	4
Réduire les risques sociaux et environnementaux pour des chaînes d'approvisionnement plus durables .....	6
L'expertise climat du mouvement Fairtrade.....	8



## TRANSFORMER

La production écoulee aux conditions du commerce équitable Fairtrade ...	10
Un marché français qui résiste à la crise en poursuivant sa croissance .....	12
Les filières cacao et banane toujours en croissance .....	14
Commerce équitable Origine France .....	16



## PLAIDER

Fairtile, l'initiative pour une commande publique équitable .....	17
Plaidoyer pour les filières cacao et banane .....	18
Des avancées significatives en termes de défense des droits humains .....	19



## SENSIBILISER

2023, l'année des 30 ans ! .....	20
Accompagner l'engagement des générations futures .....	21
Prendre part aux salons pour faire connaître le commerce équitable .....	22
Une communication multicanale pour accroître la visibilité de nos actions .....	23

Notre démarche de responsabilité sociale comme organisation .....	24
L'utilisation de nos ressources en 2023 .....	25

## “ En 2023, notre association a fêté ses 30 ans d'existence.

C'est au cours d'une soirée mémorable que nous avons pu réunir des productrices et des producteurs d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie, nos membres, nos partenaires ainsi que des organisations de la société civile afin de les remercier de leur présence au long cours à nos côtés. Par ailleurs, tout au long de l'année, nous avons sensibilisé les consommatrices et les consommateurs aux enjeux et à la diversité des filières et des produits équitables (p.20).

Cette **célébration de l'engagement de différentes parties prenantes en faveur d'un commerce plus juste et plus respectueux de l'environnement** prend d'autant plus de sens cette année que nous traversons un **contexte de crise inflationniste et de réduction généralisée de la consommation**.



Blaise DESBORDES,  
Directeur Général  
Max Havelaar France

La bonne nouvelle est que, en dépit de ce contexte morose, **notre modèle a résisté et a même continué de progresser**. Ainsi, en 2023, le chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar a enregistré une croissance de 4 %, notamment grâce au chocolat, à la banane, aux pâtes et au riz, au thé et au textile (p.12-15).

Cette résilience s'explique par de **nombreuses innovations, telles que l'élargissement de la labellisation à des produits origine France**, dont la gamme s'est étoffée en 2023 (p.16), mais aussi par nos **actions de communication, de plaidoyer et de mobilisation** pour promouvoir le commerce équitable auprès de différents publics : grand public et consommateurs (salons, campagnes...) étudiants, dirigeants politiques, collectivités, etc. (p.17-23).



Vincent DAVID,  
Président  
Max Havelaar France

Par ailleurs, c'est à la fin de l'année 2023 qu'ont commencé à s'élever les **protestations des agriculteurs et des agricultrices français contre leurs conditions de travail difficiles**, contestation qui s'est amplifiée début 2024. En élaborant des cahiers des charges spécifiques au contexte français, **Max Havelaar France propose une réponse pertinente à cette problématique grâce au prix minimum garanti** qui contribue à la juste rémunération des productrices et des producteurs.

Alors qu'un sondage d'OpinionWay\* révèle que **89 % des Français souhaitent que les prix planchers figurent sur le packaging des produits, le commerce équitable se veut plus que jamais une réponse économique, écologique et sociale, capable de réconcilier les consommateurs et les producteurs**.



\* Étude OpinionWay « Les Français et le soutien à l'agriculture » pour Max Havelaar France, avril 2024

# Notre vision

**Une autre mondialisation économique est possible.**

**Fondée sur un commerce éthique et responsable, elle ne serait pas synonyme d'exploitation humaine, de violation des droits, ni de destruction de la planète.**

**Rappelons que tous les producteurs méritent un prix équitable !**



## Un commerce équitable comme levier d'un monde plus juste

Le modèle qui permet de fonder l'économie mondiale ainsi que les économies locales sur plus de justice sociale et environnementale existe. Ensemble, les membres du mouvement Fairtrade ont l'ambition de construire un monde dans lequel les producteur-rice-s et les travailleur-euse-s du secteur agricole et textile pourraient **vivre dignement de leur travail**, orienter leur production vers des méthodes respectueuses de l'environnement et disposer de ressources pour choisir leur avenir.



## Le partage de la valeur

Les filières agricoles mondiales, qui nous nourrissent, sont le théâtre d'inégalités et d'une concentration importante de la valeur dans les mains de quelques acteurs, d'intermédiaires, d'industriels et de distributeurs. Le commerce équitable rééquilibre ce rapport de force en imposant aux entreprises engagées un partage plus juste de la valeur, plus que jamais nécessaire **pour assurer la durabilité réelle des filières.**



## Un outil concret de transformation

Le commerce équitable est un outil efficace et concret qui permet à chaque acteur (producteur, négociant, fabricant, consommateur, etc.) de **participer à la transformation écologique et solidaire de notre société.** En agissant sur l'ensemble des dimensions du développement durable (économiques, sociales et environnementales), la démarche se fonde sur une conviction forte : la durabilité appelle avant tout une réponse robuste aux enjeux économiques.



## Pour un commerce rééquilibré qui devienne la norme

Si le changement est porté par **des entreprises qui s'engagent**, il requiert, parallèlement, la mise en œuvre de **politiques publiques fortes.** Sur ce plan, le cadre réglementaire doit encore évoluer en France et en Europe, notamment via la modification des traités de commerce.

Faire du commerce **équitable et durable la norme et non l'exception** : voilà une ambition dont l'intérêt est conforté par les impacts mesurés sur le terrain et en adéquation avec l'évolution actuelle des comportements tels que la prise de conscience grandissante de l'impact de la consommation, l'attention accrue portée par les consommateur-rice-s aux problématiques rencontrées par les producteur-rice-s, la priorité donnée de plus en plus souvent aux produits équitables, sans oublier l'engagement des entreprises, toujours plus nombreuses, dans une démarche de responsabilité sociétale.



© Chloé Mazoyer

# Des outils fondamentaux

## Transformer durablement

1

### Le prix minimum garanti outil de sécurité économique

Prix non négocié, il est calculé pour permettre de couvrir les coûts de production. Fixe et public, il est indépendant de la fluctuation des cours de bourse des matières premières.

2

### La prime de développement outil de développement

Versée à l'organisation de producteur-riche-s, la prime sert à améliorer les conditions de travail, les capacités de production, les pratiques agricoles durables et les conditions de vie des communautés (infrastructures, centres de santé, microcrédits, etc.). Son utilisation est votée démocratiquement.

3

### Des cahiers des charges stricts outils sociaux d'encadrement des conditions de travail

Respect des droits de l'Homme, des conventions de l'OIT, égalité hommes-femmes, interdiction du travail des enfants, contrat de travail, droit de syndicalisation, congé de maternité, etc.

4

### Le modèle coopératif outil social, économique, environnemental

Organisation des producteur-riche-s en coopérative pour leur permettre la mutualisation des compétences et des outils, mais aussi de maximiser leur poids commercial et leurs bénéfices.



## L'utilisation de la prime de développement \*

### Organisations de producteur-riche-s

#### 36 % • Production

Installations, infrastructures, outils, intrants, etc.

#### 28 % • Développement commercial et organisationnel

RH, formations et renforcement des capacités du CA des OP

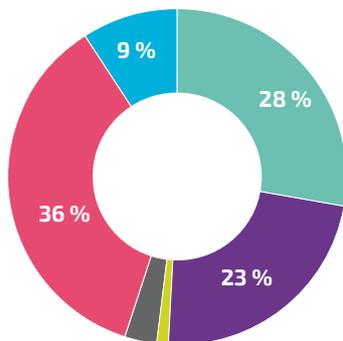
#### 23 % • Bénéfices financiers

Paiements aux membres et à leurs familles, services financiers

#### 9 % • Investissement social

Services sociaux pour les membres (éducation, santé, infrastructures, etc.)

1 % • Investissement environnemental | 3 % • Autres



### Organisations ayant recours à la main-d'œuvre salariée

#### 75 % • Investissement social

Investissement dans des projets dédiés aux travailleurs et à leurs familles (logement, éducation, santé, infrastructures communautaires)

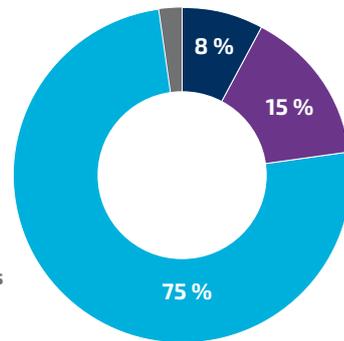
#### 15 % • Bénéfices financiers

Paiements directs aux travailleurs et services de crédit

#### 8 % • Formation et autonomisation des travailleurs

Comités des primes, formations pour les travailleurs

2 % • Autres



### DANS LE MONDE EN 2022

Prime de développement versée  
**224 millions €** \*\*



### EN FRANCE EN 2023

Prime de développement générée  
**15 millions €** (- 1% vs 2022) \*

## Contribution des projets financés en 2022 par la prime de développement aux Objectifs de Développement Durable \*\*



**56 %** FAIM «ZÉRO»



**22 %** PAS DE PAUVRETÉ



**8 %** TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



**6 %** ÉDUCATION DE QUALITÉ



**4 %** SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



**3 %** VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES

**OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE**

**1 %** AUTRES ODD

\*Source : Connect 2022 \*\*Source : Monitoring 2022 Fairtrade International

# Les programmes d'appui sur le terrain pour maximiser l'impact

En 2023, Max Havelaar France a déployé six projets terrain.

 <p><b>Switch Asia 2 : switching to green &amp; fair fashion</b></p>  <p>Filière : <b>coton</b> Calendrier : <b>2022-2026</b> Pays : <b>Inde</b></p>	<p><b>Objectif</b> : atténuer les risques environnementaux et sociaux générés par l'industrie indienne du coton et du textile en introduisant et en généralisant des pratiques plus durables et plus efficaces dans l'utilisation des ressources par tous les acteurs de ces chaînes de valeur.</p> <p><b>Bénéficiaires</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ en Inde : plus de 50 000 travailleur·euse·s du textile et 32 000 producteur·ice·s de coton et leurs familles, plus de 140 fabricants de textile à travers les chaînes de valeur, plus d'1 million de consommateur·ice·s</li> <li>→ dans l'Union européenne : 130 marques et détaillants de textile</li> </ul> <p><b>Budget du projet</b> : <b>1 983 000 €</b></p> <p><b>Financement</b> : <b>Union européenne et Mouvement Fairtrade</b></p>
 <p><b>École du leadership des femmes</b></p>  <p>Filière : <b>cacao</b> Calendrier : <b>2020-2023</b> Pays : <b>Côte d'Ivoire</b></p>	<p><b>Objectif</b> : promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes au sein des organisations de producteurs certifiées Fairtrade via des modules de formation et en identifiant des ambassadeur·rice·s pour sensibiliser leur communauté aux enjeux de genre.</p> <p><b>Bénéficiaires</b> : 144 participant·e·s de 14 coopératives</p> <p><b>Budget du projet</b> : <b>690 966 €</b> dont 420 000 € du programme Équité 2</p> <p><b>Financement</b> : <b>AFD, FFEM, Mouvement Fairtrade</b></p>  
<p><b>Ghana Agroforestry for Impact (GAIM)</b></p> <p>Filière : <b>cacao</b> Calendrier : <b>2023-2026</b> Pays : <b>Ghana</b></p> 	<p><b>Objectif</b> : soutenir des coopératives dans leur transition agroécologique et leur diversification des cultures pour favoriser la diversité des sources de revenus des cacaoculteurs, l'amélioration de leurs moyens de subsistance et la lutte contre la déforestation. Le projet répond à deux des principaux enjeux liés à la production de cacao au Ghana : le faible revenu des cacaoculteurs et leur dépendance à cette seule culture d'une part et la vulnérabilité des cacaoyères vieillissantes face au changement climatique provoque l'extension des cultures dans des zones protégées, d'autre part.</p> <p><b>Bénéficiaires</b> : 3 coopératives certifiées Fairtrade et 1 200 producteur·ice·s de cacao</p> <p><b>Budget du projet</b> : <b>1 195 182 €</b></p> <p><b>Financement</b> : <b>AFD, Mouvement Fairtrade</b></p> 
 <p><b>Fair Future 2</b></p> <p>Filière : <b>toutes les filières</b> Calendrier : <b>2022-2025</b> Pays : <b>France</b></p>	<p><b>Objectif</b> : sensibiliser et mobiliser les étudiant·e·s en vue de l'adoption de modes de consommation durables. Fair Future inclut le programme Génération Équitable coporté, notamment, avec FAIRE un monde équitable.</p> <p><b>Bénéficiaires</b> : les jeunes de moins de 30 ans (16 594 jeunes et 218 organisations d'éducation au commerce équitable)</p> <p><b>Budget du projet</b> : <b>2 085 971 €</b> dont 300 343 € pour Max Havelaar France et 181 000 € pour l'AFD.</p> <p><b>Financement</b> : <b>AFD, ASP, FONJEP MEN, Mairie de Paris, Ville de Montreuil et Max Havelaar France</b></p> 
 <p><b>Programme Bananes Durables</b></p> <p>Filière : <b>banane</b> Calendrier : <b>2020-2024</b> Pays : <b>Pérou et République dominicaine</b></p>	<p><b>Objectif</b> : renforcer durablement les moyens de subsistance des producteur·ice·s de bananes grâce à l'amélioration des pratiques agricoles et de la productivité, à la mise en place de micro-usines d'intrants biologiques et au renforcement des capacités des producteur·ice·s.</p> <p><b>Bénéficiaires</b> : Plus de 1 000 producteur·rice·s issu·e·s de 11 coopératives certifiées Fairtrade</p> <p><b>Budget du projet</b> : <b>1 054 516 €</b></p> <p><b>Financement</b> : <b>AFD, Carrefour et Max Havelaar France</b></p>  

Outre la mise en œuvre des standards Fairtrade, nous déployons aussi sur le terrain des programmes de développement afin de répondre aux enjeux spécifiques auxquels sont confrontés les producteurs et les travailleurs et dont le financement est réalisé grâce à divers contributeurs : des bailleurs institutionnels, des entreprises privées engagées mais aussi des fonds propres du mouvement Fairtrade.

Pour en savoir plus sur l'ensemble des programmes menés sur le terrain, consultez la nouvelle carte interactive : [www.projects.fairtrade.net](http://www.projects.fairtrade.net)



## 68 programmes

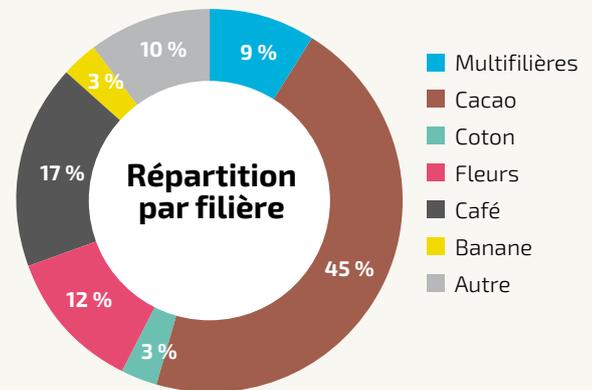
### Répartition par zone géographique

1 projet peut concerner différentes régions

Afrique	50
Amérique latine	15
Asie	8
Europe	6
Pacifique	2

### Répartition par thématique

Droits des femmes et des jeunes	29%
Environnement et changement climatique	22%
Renforcement des capacités et production	22%
Amélioration des revenus	22%
Sensibilisation et plaidoyer	5%



## FOCUS Le programme IMS

Filière : cacao  
Calendrier : 2020-2023  
Pays : Côte d'Ivoire



**Bénéficiaires :** 25 coopératives certifiées Fairtrade soit 14 600 producteur-ice-s bénéficiaires indirects dont 1 700 femmes  
**Budget du projet :** 675 492 € dont 420 000 € du programme Équité 2  
**Financement :** AFD, FFEM et Mouvement Fairtrade  
**Mise en œuvre :** Fairtrade Africa, Max Havelaar France



## Contexte

Le projet IMS (Système de gestion interne) a été lancé en 2020 à la suite d'une étude réalisée en 2019 sur la gestion de l'information au sein des organisations de producteurs (OP) de cacao en Côte d'Ivoire. Celle-ci démontrait que, si les OP collectaient bien l'information pour se conformer aux exigences de leurs partenaires, elles ne maîtrisaient pas, en revanche, le fonctionnement des systèmes et ne savaient pas comment utiliser ces données (sur les producteurs, leurs foyers, leurs exploitations, le volume de production, etc.)

## Objectif

Renforcer les capacités des coopératives en les sensibilisant à la valeur de leurs données et en mettant en place des systèmes de gestion interne afin de collecter, stocker et analyser les informations et de garantir leur fiabilité dans un contexte d'augmentation des exigences du marché.

Exemple : Grâce à sa connaissance des réglementations, à sa capacité à produire et à analyser des données fiables, une OP sera en capacité d'identifier ceux de ses membres qui récoltent dans une zone à risque (zone protégée ou à la limite d'une zone protégée) et pourra chercher des solutions de réinsertion (via des projets d'agroforesterie par exemple) au lieu des les exclure.

### Quelques chiffres sur le projet :

- 100% des OP collectent des données liées à la lutte contre le travail des enfants ;
- 75% des OP ont défini les données devant être collectées, analysées et partagées avec leurs partenaires.

L'évaluation du projet révèle que 24 OP ont pu mettre en place un système de gestion interne grâce à de considérables investissements dans des équipements modernes. L'enquête démontre la pertinence du projet qui offre aux coopératives les outils nécessaires pour maintenir leur compétitivité sur le marché mondial, mais aussi pour répondre aux exigences de plus en plus strictes en matière de traçabilité, de durabilité et de responsabilité sociale.

“ Le projet IMS est clé : en dotant les OP d'informations fiables sur leur activité, il leur permet de prendre des décisions éclairées. Fairtrade Africa a la conviction que ce projet leur permettra de se conformer aux normes en vigueur. ”

Abubakar Afful, Coordinateur de la filière cacao pour Fairtrade Africa en Afrique de l'Ouest

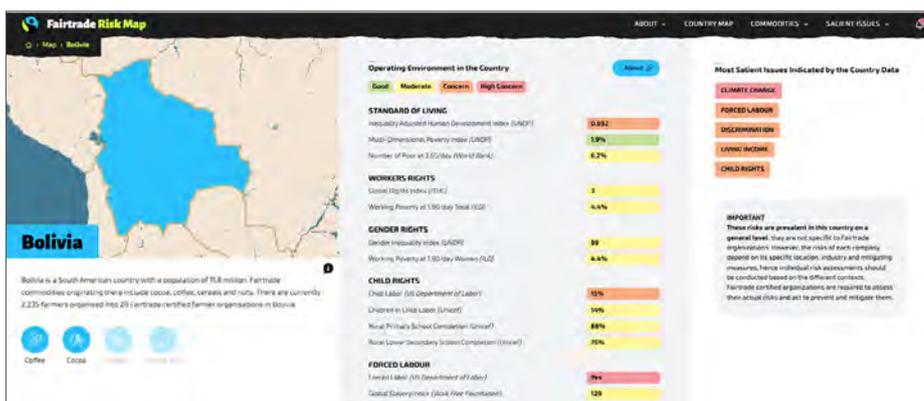
# Réduire les risques sociaux et environnementaux pour des chaînes d'approvisionnement plus durables

## La risk map

Le mouvement Fairtrade a développé une carte d'évaluation des risques par filières et par zones géographiques.



↑ Carte des risques pour les droits humains et l'environnement présentés par régions et par filières - Exemple pour la filière cacao



↑ Exemple de la Bolivie



Pour accéder à l'outil :  
<https://riskmap.fairtrade.net/>



Identifier les risques est la première étape pour combattre les atteintes aux droits humains et à l'environnement. La risk map met en lumière les causes profondes des risques les plus importants.

Fruit d'un travail réalisé conjointement par Fairtrade International et le centre d'excellence HREDD (devoir de vigilance en matière de droits humains et d'environnement), l'évaluation des risques s'appuie sur une étroite collaboration entre divers acteurs : les producteurs des coopératives agricoles, les travailleurs des plantations, les membres des ONG nationales et des réseaux de producteurs du mouvement présents sur les six continents, mais aussi des experts externes. Cette carte est conçue pour aider l'ensemble des acteurs intervenant dans les chaînes de valeur mondiales à évaluer les risques, qu'il s'agisse d'organisations paysannes ou d'acteurs commerciaux.

Elle est particulièrement utile aux entreprises européennes auxquelles la loi impose de procéder à la mise en œuvre de mesures destinées à réduire les dommages associés à des risques dans leurs chaînes d'approvisionnement, voire d'y remédier. L'outil, qui offre des informations précieuses pour orienter les efforts en matière de durabilité, vise ainsi à favoriser le dialogue et la collaboration entre tous les acteurs d'une chaîne d'approvisionnement en vue de faire émerger des solutions. Il aide à comprendre comment ces risques sont indissociablement liés à leurs causes profondes telles que la pauvreté, les inégalités et l'exploitation de la main-d'œuvre.

# L'impact map

Pour mieux comprendre tous les champs d'action de Fairtrade

Fairtrade International vient de lancer l'impact map : une plateforme interactive qui cartographie l'impact du commerce équitable dans le monde.

L'impact map permet de **visualiser plus de 100 études et projets menés par le mouvement Fairtrade** dans le monde et d'en présenter les impacts.

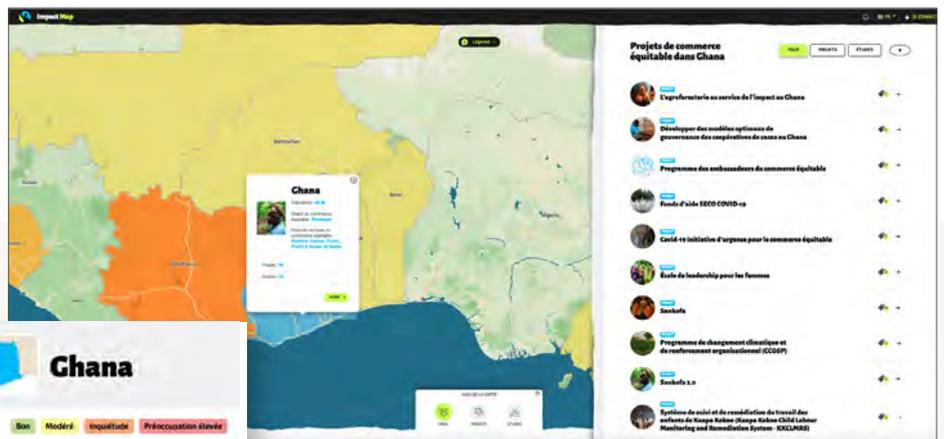
**Complémentaire de la risk map**, l'impact map permet aux utilisateurs de voir avec précision ce que fait le mouvement pour atténuer les risques identifiés dans un pays donné. La navigation peut se faire par pays, régions, filières, thèmes, programmes ou bien encore par années.

“ La plateforme nous permet de présenter nos réalisations sur le terrain en étant transparent sur les grands défis à venir. Ces informations sont **précieuses pour les entreprises qui doivent répondre à des exigences de plus en plus fortes en matière de transparence, de devoir de vigilance et d'approvisionnement.** ”

Arisbe Mendoza, Director of Global Impact chez Fairtrade International



Pour accéder à l'outil : <https://impactmap.fairtrade.net/fr>



## EXEMPLE

### De l'identification des risques à la mise en place de solutions

L'étude des risques au Ghana révèle l'existence de deux enjeux majeurs : celui du niveau de vie, avec un taux de pauvreté et des inégalités importantes, et celui de la vulnérabilité au changement climatique. Face à ce constat, Max Havelaar France a mis en place **le projet Ghana Agroforestry for Impact (GAIM) dont l'objectif est d'appuyer les coopératives productrices de cacao dans leur transition agroécologique afin de diversifier les revenus des cacaoculteurs et d'améliorer leurs moyens de subsistance.**



# L'expertise climat du mouvement Fairtrade

## Les cahiers des charges Fairtrade : des leviers de protection des ressources naturelles et de l'environnement

Les cahiers des charges Fairtrade intègrent des critères qui obligent les organisations certifiées (coopératives ou acteurs commerciaux) à améliorer leurs pratiques environnementales pour qu'elles concourent à l'atténuation du changement climatique.

Le mouvement a renforcé ses actions en incluant les thématiques de protection des ressources naturelles et du climat dans toutes ses interventions, et ce, de manière transverse.

## Une approche globale, partagée et multidimensionnelle

La stratégie globale du mouvement Fairtrade repose sur trois piliers stratégiques.



**Résilience : adaptation et atténuation des effets du changement climatique**

- Mise à jour des standards
- Documentation des risques et des effets / impacts
- Coût de la production durable
- Formation des PN et NFOs



**Positionner Fairtrade International comme leader environnemental au sein des certifications et du mouvement climat**

- O2B
- Alignement de la stratégie produit et du standard « Climat »
- Développement de partenariats
- Plaidoyer et recherche



**Améliorer la connaissance des thématiques climat et environnement au sein du système**

- Communauté de pratiques
- Centre d'expertise
- Système d'apprentissage
- Cohérence des politiques internes



**Prime et prix minimum garanti**



**Standard et certification**



**Appui aux producteurs et réseaux de producteurs**



**Marque et développement commercial**



**Données terrain**



**Partenariats et plaidoyer**

Les actions Fairtrade se déclinent :

- au niveau du **prix minimum garanti et du différentiel bio** qui donnent aux producteurs les moyens de mettre en œuvre des pratiques prenant en compte l'environnement et le climat ;
- dans la mise à jour des **cahiers des charges** pour les coopératives et les acteurs commerciaux cultivant et commercialisant du café (en 2021) et du cacao (en 2023) sur des thématiques variées : déforestation, gestion des déchets, gestion de l'eau, produits toxiques, etc. ;
- **en plaidant auprès des gouvernements, de l'Union européenne et des organisations internationales** (UNFCCC, OMC...) pour éviter de faire peser toute la responsabilité de la protection environnementale sur les organisations de producteurs ;
- en menant des **programmes d'appui aux coopératives sur le terrain pour favoriser la transition agroécologique** des organisations et s'assurer que cette transition profite aux producteurs eux-mêmes ;
- et en incluant les **risques environnementaux dans ses outils d'atténuation des risques** conçus pour aider les entreprises et les organisations paysannes à évaluer leurs risques en matière de droits humains et d'environnement.

## L'appui aux organisations de producteurs sur le terrain

Le plus souvent, les organisations de producteurs du Sud maîtrisent les connaissances et les techniques nécessaires à la mise en place de pratiques capables de protéger leurs cultures et les ressources naturelles dont elles dépendent. En revanche, elles **manquent parfois**

**de moyens humains et financiers pour tester ces pratiques, les développer** et les mettre en place à une échelle suffisamment large pour qu'elles bénéficient à tous leurs membres et aient un impact significatif sur leur environnement. **C'est ce rôle d'accompagnement que les réseaux**

**de producteurs du mouvement jouent, et plus largement de structuration et de renforcement organisationnel, afin de soutenir des pratiques environnementalement et socialement responsables.**

## Une politique d'agriculture durable fondée sur l'agroécologie

En 2022, **le mouvement Fairtrade a adopté l'agroécologie comme approche transformative** en faisant la base théorique de sa politique d'agriculture durable. L'agroécologie est une approche holistique qui s'applique aux aspects à la fois écologiques et sociaux d'un système agricole et vise à transformer progressivement les pratiques en œuvre dans ces systèmes. Elle englobe des

thèmes clés comme la **justice sociale, la biodiversité et l'empowerment des petits producteurs**. Elle est considérée comme une voie pour atteindre l'objectif de développement durable des Nations Unies.

S'étant interrogé sur ce qui rend une agriculture véritablement durable, le mouvement Fairtrade a opté pour cette politique fondée sur les principes de l'agroécologie. Cette politique définit la

façon dont nous concevons la durabilité sociale, économique et écologique.

**Fairtrade a choisi une approche orientée sur les risques et identifié 25 risques majeurs liés la non-durabilité.** Cette base permet aux organisations certifiées de lancer des analyses et des actions pour l'adoption de pratiques durables de la part des organisations certifiées.

## Pas de justice climatique sans justice sociale et économique : un mot d'ordre pour le mouvement

Le mouvement Fairtrade défend l'idée que la justice sociale - et notamment le fait que les personnes reçoivent des revenus décents - doit être le fondement de toute action climatique.

Ce lien part des constats suivants :

- Les communautés agricoles sont les plus touchées par l'accélération de la crise climatique et elles ont besoin de solutions maintenant ;
- Elles sont les mieux placées pour savoir ce dont elles ont besoin pour s'adapter

au changement climatique et doivent être au cœur de toutes les négociations sur le climat ;

- La pauvreté doit être combattue de toute urgence, celle-ci étant étroitement liée aux atteintes à l'environnement.

## Un mot d'ordre porté haut et fort à la COP 28

Le mouvement du commerce équitable appelle à **repenser d'urgence l'action climatique**. Ce combat l'a mené en 2023 dans les instances de plaidoyer ainsi que lors de la COP 28 à l'occasion de laquelle il a publié un **document de position**. L'idée est aussi défendue à l'OMC par la CLAC



En tant que chef de file du plaidoyer porté par le Centre d'Expertise Climat & Environnement au sein du Mouvement, et afin de partager ces enjeux avec tous les acteurs du développement, Max Havelaar France a souhaité travailler avec des représentants du monde scientifique et de la recherche. À cette fin, il a notamment mis en place, en partenariat avec le CIRAD, des rencontres scientifiques trimestrielles sur la double thématique sociale et environnementale pour différentes filières rencontrant des grandes difficultés : coton, café...



## La production écoulée aux conditions du commerce équitable Fairtrade dans le monde

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

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



**DANS LE MONDE**  
en 2022



**CAFÉ**

Production certifiée Fairtrade/Max Havelaar



Vente aux conditions Fairtrade/Max Havelaar



**96,4 millions €** de prime de développement versée



**845 175** producteur-riche-s



**CACAO**

Production certifiée Fairtrade/Max Havelaar



Vente aux conditions Fairtrade/Max Havelaar



**52,7 millions €** de prime de développement versée



**471 518** producteur-riche-s



**BANANES**

Production certifiée Fairtrade/Max Havelaar



Vente aux conditions Fairtrade/Max Havelaar



**38,2 millions €** de prime de développement versée



**35 704**  
8 638 producteur-riche-s  
27 066 travailleur-euse-s

Sources : Monitoring 2022 Fairtrade International

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

**Attention :** ces chiffres concernent l'année 2022. Les chiffres 2023 seront communiqués en 2025 compte tenu du temps nécessaire pour collecter les données terrain. Le calendrier des récoltes fait que la production s'étale, en réalité, sur 2021 et 2022.

**4 451** acteurs commerciaux certifiés

**2 451** entreprises partenaires dans le monde



# Un marché français qui résiste à la crise en poursuivant sa croissance

La crise inflationniste qui s'est installée a entraîné une baisse généralisée de la consommation en magasin, mais les ventes de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar ont continué leur progression avec un taux de croissance de 4 % et un chiffre d'affaires s'établissant à 1,32 milliard d'euros.

## Le commerce équitable, une habitude quotidienne de consommation qui privilégie une offre importante en marque propre

Cette année encore, le commerce équitable est resté ancré dans les habitudes de consommation des Françaises et des Français. L'augmentation des ventes de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar dans les « **Enseignes à Dominante Marque Propre** » (+5 %), comme *Action*, *Lidl* ou *Aldi*, en est une parfaite illustration. À noter également une **progression des ventes en grandes et moyennes surfaces (+1,4 %)**. **Les principales enseignes de la grande distribution ont maintenu une offre de produits équitables importante, notamment des produits à marque propre.** Ainsi, les engagements pris en 2022 par l'enseigne *Intermarché* et par la chaîne de restauration *La Mie Câline*, et qui ont atteint leur plein impact en 2023, constituent un facteur notable de croissance de l'année. Autre exemple, *Intermarché*, qui propose toute sa gamme de produits chocolatés à marque propre avec 100 % de son cacao certifié Fairtrade/Max Havelaar. Quant à *La Mie Câline*, l'intégralité de sa gamme de cookies est composée de cacao équitable. Ces engagements s'ajoutent à ceux d'autres enseignes comme *Monoprix*, *Action* ou encore *Lidl*, qui utilisent 100 % de cacao équitable depuis quelques années.

## Une croissance portée par certaines catégories de produits...

La progression des ventes est portée principalement par les **produits chocolatés (+ 15 %)**, **la banane équitable (+ 11 %)**, **le thé (+ 38 %)**, **les pâtes et le riz (+ 26 %)**, ainsi que **les produits textile (+ 55 %)**. D'autres produits ont, eux, connu une légère baisse de la consommation, comme le café (- 3 %).

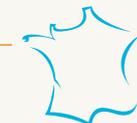
## ...et par un élargissement de l'offre

Des marques importantes ont innové et développé l'équitable en 2023 :

- **La coopérative des Maîtres Laitiers du Cotentin** a étendu sa gamme de laits *Campagne de France* certifiée Fairtrade/Max Havelaar avec deux nouvelles références en format 1 litre (version lait entier ou écrémé) et une nouvelle référence de briquette de lait fraise 200 ml ;
- **L'enseigne Naturalia** a développé une gamme complète de café (grains, moulus) en marque propre, fabriquée par les cafés *Chapuis* ;
- **La marque Bonneterre** a fait bénéficier toute sa gamme de tablettes de chocolat et de pâtes à tartiner d'une labellisation Fairtrade/Max Havelaar et l'a diffusée, tout au long de l'année 2023, dans les enseignes spécialisées et bio.

Par ailleurs, du côté des circuits de distribution, le **réseau E-commerce** enregistre une belle progression (+ 35,7 %) grâce à *La Fourche* et à *Greenweez*.

### Principaux volumes vendus par les producteurs-rice-s du mouvement Fairtrade



EN FRANCE  
en 2023



**CAFÉ**  
13 184 TONNES  
- 7% vs 2022



**BANANES**  
87 547 TONNES  
+ 1% vs 2022



**CACAO**  
16 103 TONNES  
+ 9% vs 2022



**SUCRE**  
4 028 TONNES  
- 19% vs 2022



**FLEURS**  
33 MILLIONS DE TIGES  
- 3% vs 2022



**COTON FIBRE**  
5 845 TONNES  
+ 134 % vs 2022



**THÉ**  
404 TONNES  
+ 8% vs 2022

Ces chiffres sont des estimations et seront fiabilisés en juillet 2024.



**6 193** produits labellisés  
Fairtrade/Max Havelaar  
commercialisés dont **69 % bio**  
(83 % sur les produits français)

**+ 368** produits en 2023

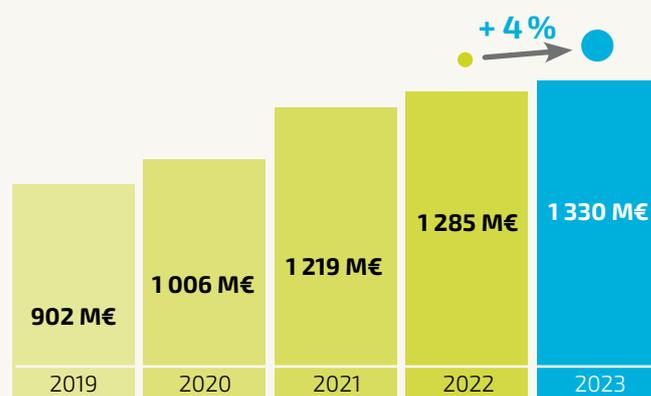
**1 330 M€** de chiffre d'affaires  
générés par la vente de produits  
labellisés Fairtrade/Max Havelaar  
**+ 4 % vs 2022**

**15 M€** de prime de développement  
versés  
**- 1 % vs 2022**



**356** entreprises partenaires  
vendent en France  
des produits labellisés

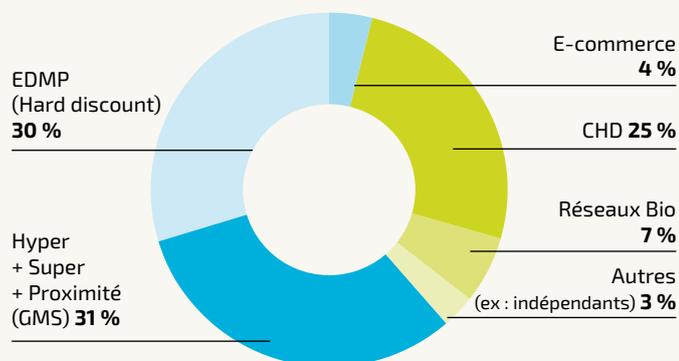
→ 184 étrangères → 172 françaises



Progression constante du chiffre d'affaires  
des produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar

## Répartition du chiffre d'affaires en 2023

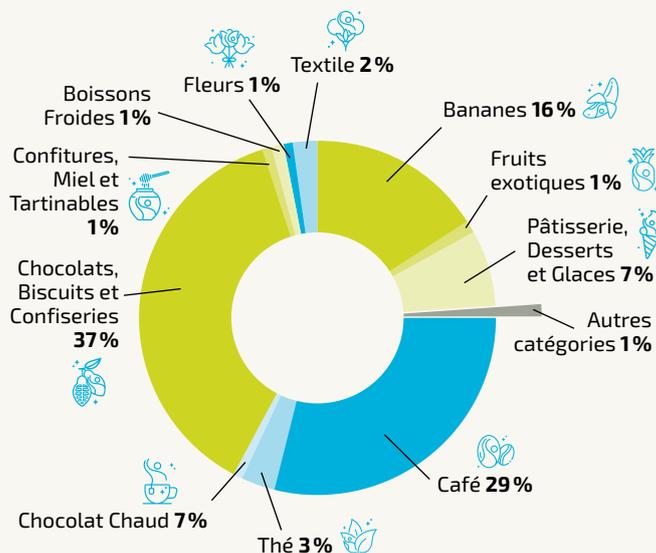
par circuits de distribution



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

**GMS 65 %** + 3 % vs 2022  
**HORS GMS 35 %** + 4 % vs 2022

par groupes de produits



Les filières banane, café et cacao représentent plus de 82 %

## Focus sur le thé, en forte croissance

Le marché du thé labellisé Fairtrade/Max Havelaar a connu une **croissance exceptionnelle de 38 %** en 2023, une dynamique impulsée par les produits *Jardins Bio Etic* (+ 67 %) du groupe **Léa Nature**, qui a lancé 3 innovations, et par les bonnes performances de *Thés de la Pagode* (+ 48 %) qui a augmenté considérablement son nombre de références durant l'année 2023.

## L'offre équitable Origine France continue à se développer en étendant sa gamme

Max Havelaar France a ouvert depuis 2021 son label aux produits d'origine française en mettant en place **un nouveau cahier des charges**. Les premiers produits labellisés ont ainsi vu le jour en 2022. Pour découvrir les développements intervenus en 2023, [lire la page 16](#).

# Les filières cacao et banane toujours en croissance



## Cacao : un marché en forte croissance

Durant l'année 2023, les ventes de biscuits, chocolats et confiseries labellisés Fairtrade/Max Havelaar en France ont connu une croissance de 15% de leur chiffre d'affaires et de 9% en volume de fèves de cacao. Bien qu'une partie de la croissance en valeur s'explique par l'inflation, ce résultat reflète également le dynamisme du marché du commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar avec le succès de plusieurs entreprises engagées, mais aussi l'arrivée de nouvelles marques et de nouvelles gammes de produits. Si deux nouveaux partenaires se sont engagés dans la démarche, *Sunshine Chocolats* et *Marie Janine*, d'autres ont innové, comme la marque *Saveurs & Nature* qui a baissé ses prix de 30%, renouvelé tous ses packagings et lancé deux nouvelles pâtes à tartiner.

Avec la hausse des prix, les ventes de produits chocolatés ont fortement progressé en GMS (+18% en chiffres d'affaires) et dans les enseignes à marques propres (+5%), notamment avec l'extension du nombre de magasins *Action* en France.

## Révision des standards Fairtrade/Max Havelaar pour accompagner la lutte contre la déforestation

En 2023, l'Union européenne a voté un nouveau règlement qui oblige les entreprises à prouver que les produits mis sur le marché européen ne sont pas à l'origine de la déforestation. Le mouvement Fairtrade a révisé ses standards pour aider les producteurs à se mettre en conformité avec la nouvelle réglementation qui entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2025. Celle-ci s'appuie sur un dispositif de traçabilité qui nécessite des investissements techniques et humains générant des coûts supplémentaires pour les producteurs et leurs coopératives au moment où ces derniers font face à des conditions de production de plus en plus difficiles (changement climatique, inflation). Les cahiers des charges Fairtrade/Max Havelaar complètent la réglementation et encouragent un partage plus équitable de la charge que représente cette mise en conformité entre tous les acteurs de la chaîne. D'autres critères ont été ajoutés pour préserver l'accès au marché européen aux conditions du commerce équitable comme la géolocalisation des parcelles et l'élaboration d'un plan de prévention et d'atténuation des risques.

- + 9 % en volume
- 16 103 tonnes vendues dont 76 % avec le label ingrédient Fairtrade/Max Havelaar
- 2 582 références
- 3,7 millions d'€ de prime de développement générés





## Le marché du café labellisé Fairtrade/Max Havelaar en légère baisse

Impactées par l'inflation qui a entraîné une augmentation de l'indice du prix du café de 5,7% sur le marché français, les ventes générées par les cafés labellisés Fairtrade/Max Havelaar en France affichent un léger recul en 2023 : - 3% en valeur. Depuis plusieurs années, **les cours du café connaissent plus globalement de fortes hausses de prix liées au dérèglement climatique** comme l'illustrent le phénomène El Niño en Amérique latine ainsi que les records de chaleur et la diminution des pluies en Asie du Sud-Est. À cette hausse, s'ajoutent des problèmes logistiques persistants au niveau mondial et notamment entraînant une augmentation des coûts du fret et des emballages. Malgré ces difficultés, **le marché des cafés labellisés Fairtrade/Max Havelaar affiche une belle résilience** et connaît une progression de son chiffre d'affaires de 12,2% depuis 2019.

### Les initiatives de marques engagées

En 2023, de **nouveaux partenaires** ont rejoint le label Fairtrade/Max Havelaar : les torréfacteurs **Café Bonnac**, **Freecoffee**, **Café Mokalp** et le fournisseur des boulangeries et des pâtisseries **Coup de Pates**. **Partenaire historique, Malongo** s'est engagé auprès des caféicultrices de la République démocratique du Congo en produisant « *le café des femmes* » qui participe à l'**amélioration des conditions sociales des productrices** de la région du Parc National des Virunga. **Malongo** a également décliné ses cafés dans de nouveaux formats avec notamment un paquet de café en grains de 500 grammes afin de s'adapter à l'évolution de la consommation du café. L'enseigne Naturalia s'est engagée avec le label pour 7 produits à marque propre dans ses 140 magasins.



© Didier Gentilhomme

- -7% en volume
- 13 184 tonnes vendues
- 1 332 références
- 5,4 millions d'€ de prime de développement générés



© Fairtrade Anna-Maria Langer

### Révision du prix minimum garanti café

**Si la consommation de café n'a fait que croître au cours des vingt dernières années, cette croissance profite surtout aux négociants et non aux producteurs, qui n'ont pas bénéficié de cette valeur ajoutée.** Malgré les 200 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel générés par l'industrie mondiale du café, presque un quart des producteurs vivent sous le seuil de pauvreté et ne touchent que 6 à 10% de la valeur du produit final. La pérennité de la filière du café dépend de sa capacité à faire vivre celles et ceux qui le cultivent. Or, depuis les années 1980, la libéralisation des marchés a été synonyme de volatilité, de précarité et de pauvreté. C'est pourquoi le **mouvement Fairtrade/Max Havelaar a décidé de procéder, en 2023, à une révision du prix minimum pour assurer aux caféiculteurs un filet de sécurité adapté** : le prix minimum de l'arabica lavé est ainsi passé de 1,40 à 1,80 US la livre.



## Le marché de la banane équitable se maintient malgré la hausse des prix

Avec plus de 11 kilos annuels de bananes consommés par habitant, la banane est le 2<sup>ème</sup> fruit préféré des Français et la France est le 3<sup>ème</sup> importateur de l'Union européenne. Après une production mondiale en baisse et un léger ralentissement des ventes en 2022, en raison notamment de la crise inflationniste, **la consommation de la banane labellisée Fairtrade/Max Havelaar reste stable, avec une croissance en chiffre d'affaires de 11%** et une part de marché à 12%, le prix d'importation à la caisse ayant atteint un niveau historiquement haut. Cette croissance en chiffres d'affaires est portée principalement par la **progression des ventes en GMS (+14%)** grâce à la valorisation de la banane Fairtrade/Max Havelaar dans les enseignes qui a fait l'objet de promotions régulières et d'une bonne présence en rayon.

- + 1% en volume
- 87 695 tonnes vendues
- 93% bio
- 4,4 millions d'€ de prime de développement générés



© Fairtrade Anna-Maria Langer



© CLAC

### Le projet Banane équitable durable (2020-2023)

**Contexte** : Face au changement climatique, à la baisse des prix mondiaux, à la hausse des coûts de production et à la concurrence de grandes exploitations privées, les producteurs et productrices se retrouvent pris en étau au sein d'une chaîne de valeur inéquitable qui ne leur permet pas de s'assurer un revenu décent. Pour soutenir leur activité dans 11 coopératives réparties entre le Pérou et la République dominicaine, le mouvement Fairtrade a lancé et financé, en 2020, le projet *Banane équitable durable*, financé par l'AFD et Carrefour France.

**Bilan** : Ce projet a permis à plus de **1 000 producteurs et productrices d'améliorer le rendement de leur culture de bananes (+18,83% entre 2021 et 2023) et de mener des actions d'adaptation au changement climatique**. Ainsi, 80% des unités de production intègrent désormais de nouvelles pratiques telles que le recours aux engrais organiques, la conservation de la matière organique du sol, des pratiques pour éviter la pollution de l'eau, le recyclage des déchets organiques, la gestion de l'eau d'irrigation et le recyclage de l'eau, etc.

# Commerce équitable Origine France

Élargir l'offre pour toujours mieux répondre aux besoins des agriculteurs et agricultrices français-es

En 2021, Max Havelaar France lançait son offre de certification/labellisation pour les produits composés d'ingrédients français (lait et blé) et d'ingrédients provenant des pays du Sud certifiés Fairtrade/Max Havelaar. **L'offre s'est concrétisée en 2022 avec le lancement des premiers produits labellisés** : des fromages frais à la vanille et des fromages frais au sucre de canne. 2023 a représenté une année majeure, marquée par **l'élargissement de l'offre**.



© Tristan Vergnault

## Une ouverture de la labellisation à d'autres catégories de produits

En 2023, le cahier des charges a été **ouvert au lait et au blé issus de filières 100 % françaises (« mono-ingrédients ») et à toutes les grandes cultures (légumineuses, céréales...)**. Une décision qui offre de belles perspectives à Max Havelaar France qui pourra ainsi **donner l'accès à un prix équitable à davantage d'agriculteurs** au moment où ces derniers font entendre leur mécontentement face à leurs difficultés pour vivre dignement de leur métier. L'approche de Max Havelaar France se veut plus que jamais d'actualité : travaux de plaidoyer sur les prix planchers, évolution de l'offre en coconstruction avec les producteurs afin de concilier les exigences des cahiers des charges avec les réalités du terrain, etc. **Le contexte agricole français actuel met en lumière la pertinence et l'importance d'une démarche centrée sur la juste rémunération.**



## Un élargissement de gamme chez notre partenaire historique

Partenaire pionnier, **la coopérative laitière Les Maîtres Laitiers du Cotentin a complété sa gamme de briquettes de lait Campagne de France Fairtrade** (lait + ingrédients du Sud : cacao, café, vanille) avec deux briques de lait 1 litre (demi-écrémé et entier) et une briquette de lait à la fraise.

*Les Maîtres Laitiers du Cotentin s'appuient sur France Frais, leader de la distribution alimentaire en consommation hors domicile, pour distribuer leurs produits aux acteurs de la restauration commerciale et collective (écoles et hôpitaux notamment).*



## Un accompagnement des collectivités dans l'offre de restauration collective

En parallèle, l'accompagnement des collectivités publiques, à travers l'Initiative Fairtite, a été renforcé afin d'identifier et de **structurer collectivement de nouvelles filières labellisées équitables et locales.**



© Getty Images

# Fairtile

Pour dynamiser les achats publics

Fin 2022, Max Havelaar France annonçait son projet de lancer une initiative pour soutenir le développement de la commande publique équitable, levier majeur pour la juste rémunération des agriculteurs, en France, en Afrique, en Amérique latine et en Asie. L'année 2023 a été consacrée au déploiement de l'initiative en lien avec les territoires, au ralliement des collectivités publiques engagées, mais aussi à la création des Trophées Fairtile dans le but de récompenser et de valoriser les acteurs impliqués.



## Déploiement de Fairtile

### Une plateforme web

2023 a vu la démarche Fairtile se structurer et se doter d'un **site internet centralisant toutes les informations utiles** : missions de Fairtile, membres, offre de produits équitables disponibles en restauration hors domicile, actualités sur la commande publique, sans oublier le premier observatoire des achats équitables en France. [www.fairtile.org](http://www.fairtile.org)



### Mise en avant de Fairtile lors des salons professionnels



JUIN 2022

Pour cette 2<sup>ème</sup> participation, Max Havelaar France a accueilli plusieurs partenaires (*Compagnie Fruitière, Délices agro, Mulliez-Flory et Les Maîtres Laitiers du Cotentin*) et multiplié les échanges sur les enjeux du développement des produits équitables Fairtrade/Max Havelaar en consommation hors domicile et de la commande publique durable.



OCTOBRE 2022

Max Havelaar France a renouvelé sa présence au Salon des Maires pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive. Outre son stand, Max Havelaar France a **organisé et animé une table ronde intitulée « Juste rémunération des agricultrices et des agriculteurs : comment répondre par la commande publique »** qui a réuni Les Eco Maires, le réseau interprofessionnel Restau'co, un élu en charge de l'Alimentation à Lyon ainsi qu'une élue et que le responsable restauration de la ville de Bordeaux.

### Première édition des Trophées Fairtile



Pour compléter le dispositif Fairtile et donner de la visibilité aux collectivités engagées, Max Havelaar France a lancé les premiers **Trophées de la commande publique équitable** au Salon des Maires. C'est ainsi que **14 collectivités ont été distinguées pour leurs efforts en faveur de la transition écologique et sociale, via l'achat de produits alimentaires issus des filières de commerce équitable** et destinés à la restauration collective **ou de coton** de ces filières pour l'équipement en vêtements de travail de leurs agent-e-s. Le jury d'expert-e-s était composé de personnalités choisies au sein de *Agores, de Restau'Co, de l'Observatoire des achats responsables (Obsar)* et des Eco Maires.

Une occasion à nulle autre pareille de dresser un état des lieux inédit du commerce équitable dans les commandes publiques en France. Rendez-vous à l'automne pour la deuxième édition !



# Plaidoyer pour les filières cacao et banane



## CACAO

### Initiative Française pour un Cacao Durable (IFCD) : état des lieux



Fin 2021, Max Havelaar France signait l'IFCD aux côtés de l'État, des

industriels, des enseignes de la distribution, des organisations de la société civile et des instituts de recherche. En 2023, **des feuilles de route ont été définies pour chacun des acteurs ainsi que des indicateurs pour la première année de reporting.** Un accord a aussi été signé avec d'autres initiatives du même type en Europe. Des ateliers coorganisés avec les membres sur le *living income* (revenu vital) ont permis de présenter les programmes mis en œuvre ainsi que la méthode de calcul Fairtrade de prix de référence pour un revenu vital.

### Délégation parlementaire en Côte d'Ivoire

Au printemps, l'association a organisé un voyage pour les député·e·s Anne-Laure Babault (Modem), Pascal Lavergne (Renaissance) et Gérard Leseul (PS) afin de leur faire **découvrir les enjeux de la filière cacao au travers de rendez-vous institutionnels à Abidjan et de la visite de deux coopératives.** Convaincu·e·s de la nécessité d'agir sur la filière, les député·e·s ont notamment cosigné une tribune à leur retour.

## Journée mondiale du cacao, le 1<sup>er</sup> octobre

### Tribune parlementaire pour les cacaoculteur-riche-s

Signée par près de 60 parlementaires, **une tribune transpartisane a été publiée dans La Tribune afin de réclamer une vie décente pour les cacaoculteur-riche-s et d'appeler au développement « de chaînes d'approvisionnement durables, permettant aux producteur-riche-s de gagner un revenu vital et de vivre dans des conditions décentes. »**

### Journée mondiale du cacao

Lors de cette journée organisée au sein du Ministère de la transition écologique par le Syndicat du chocolat qui rassemble les acteurs du secteur du cacao-chocolat, Max Havelaar France a invité Deborah Osei-Mensah, de la coopérative Asunafo (Ghana), à intervenir au nom des producteurs de cacao. Celle-ci a rappelé **l'importance de la redevabilité individuelle des entreprises et du paiement de prix justes pour garantir un revenu décent.**



### Table ronde au Salon du Chocolat « Quel est le juste prix du chocolat ? »

Autour de la table Max Havelaar France avait réuni Marion Feige-Muller, responsable de projets à Le Basic, Sanata Thiero, directrice générale de la coopérative de producteurs de cacao SCOOPS (Côte d'Ivoire), et François-Xavier Mignon, président des Chevaliers d'Argouges, chocolaterie artisanale française. Au centre des débats ? **L'urgence d'agir et le dilemme de l'inflation pour les producteurs et les consommateurs.** L'occasion de pointer du doigt, devant 150 personnes, l'asymétrie systémique existante au sein de la filière cacao qui désavantage les producteur-riche-s qui se trouvent dans l'incapacité de faire face à l'augmentation des coûts de production ou de mettre en œuvre des pratiques agroécologiques, malgré l'envol des cours du cacao.



## BANANE

### Lancement de l'Initiative française pour une banane durable (IFBD)



Première initiative du genre en France, l'IFBD a été lancée en février 2023 au Salon International de l'Agriculture par le CIRAD, avec le soutien de l'Association interprofessionnelle de la banane (AIB), de Banana Link et de Max Havelaar France.

Deux plénières ont réuni les principaux acteurs du secteur pour présenter les objectifs de l'IFBD (durabilité économique, environnementale et sociale) et le calendrier des groupes de travail. Max Havelaar France coordonne le groupe de travail sur le partage de la valeur et des responsabilités, avec l'objectif de prioriser certains enjeux comme la **rémunération vitale de chaque maillon de la chaîne, le développement des pratiques d'achats responsables et la valorisation de la durabilité de la filière auprès des consommateurs.**



# Des avancées significatives en termes de défense des droits humains

## Un accord européen historique sur le devoir de vigilance des entreprises



En décembre, l'Union européenne a conclu un accord politique sur la directive européenne relative au devoir de vigilance des entreprises en matière de durabilité, obligeant ces dernières à évaluer les impacts de leurs activités sur les droits humains et sur l'environnement, mais aussi à les prévenir et à y remédier.

Cet accord, bien qu'insuffisant à plusieurs égards, représente **une avancée majeure vers la redevabilité des entreprises. Il intègre notamment les quatre points pour lesquels le mouvement Fairtrade a plaidé :**

- intégration et reconnaissance du revenu vital dans les droits humains
- prise en compte des pratiques commerciales non durables dans le devoir de vigilance
- engagement significatif avec les détenteurs de droits à chaque étape du processus
- désengagement responsable en dernier recours



## Un plaidoyer très actif dans le secteur du textile

### La Fashion Revolution Week

L'événement commémorait cette année les **10 ans du drame du Rana Plaza au Bangladesh**.

Max Havelaar France a organisé :

- une **action de mobilisation sur le parvis de l'Académie du Climat** pour interpeller les député-e-s européen-ne-s et les citoyen-ne-s au sujet du vote relatif à la directive sur le devoir de vigilance et de la campagne *Good Clothes, Fair Pay*.
- une **soirée de sensibilisation auprès des jeunes et des étudiant-e-s** sur les moyens de stopper la *fast fashion* avec Youth We Can ! et en partenariat avec Fashion Revolution France, le CCFD-Terre Solidaire, les Amis de la Terre France et Génération Équitable.



### Campagne Good Clothes, Fair Pay : fin et suite

La campagne lancée par Fashion Revolution et Fair Wear, et soutenue par plus de 50 associations et syndicats européens, **demandait à l'Union européenne d'exiger de toutes les entreprises de textile et d'habillement qu'elles s'assurent du paiement d'un salaire vital à tou-te-s les travailleur-euse-s de leurs chaînes d'approvisionnement**. Max Havelaar France s'est fortement mobilisée : initiatives menées lors de la *Fashion Revolution Week*, production de vidéos, tribune dans le journal *Le Monde*, partenariats avec des influenceur-euse-s, etc. Si le million de signatures visé n'a pas été atteint, la campagne a permis de sensibiliser l'opinion publique aux enjeux sociaux de l'industrie textile et servira de base pour continuer notre plaidoyer textile auprès de l'Union européenne.



### La coalition Stop Fast Fashion et le Black Friday 2023

« *Il faut lutter contre les abus de la fast-fashion* » : cette déclaration du ministre Bruno Le Maire à l'Université d'été de l'économie de demain n'a été suivie d'aucune annonce politique pour agir face aux problématiques environnementales et sociales posées par la *fast fashion*. En amont du *Black Friday*, Max Havelaar France a donc lancé avec 7 autres associations (ActionAid, Amis de la Terre France, Emmaüs France, Fashion Revolution France, France Nature Environnement, Halte à l'Obsolescence Programmée et Zero Waste France) une **campagne pour**

**demander à Bruno Le Maire et au gouvernement de mettre en place une loi encadrant le secteur et ses impacts sociaux et environnementaux.**

Cette campagne d'interpellation en ligne a été accompagnée d'une lettre ouverte à Bruno Le Maire et Christophe Béchu et d'une action de mobilisation devant les Halles, organisée par le collectif Le Bruit qui Court et Alternatiba Paris.



[Campagne Stop Fashion](#)



[Campagne d'interpellation](#)



## 2023, l'année des 30 ans !

C'est tout au long de l'année 2023 que Max Havelaar France a célébré ses 30 ans d'action pour un commerce plus juste.



### Une soirée d'anniversaire fédératrice

Le 16 mai dernier, Max Havelaar France a fêté son anniversaire en présence de producteurs et de productrices d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine, de membres, de partenaires, d'organisations de la société civile, etc. Cette soirée, qui s'est tenue dans le cadre unique et chaleureux du Cabaret Sauvage, a été propice aux échanges et aux rencontres.

La célébration a été marquée par l'intervention de personnalités inspirantes telles qu'**Erik Orsenna**, écrivain et académicien, qui a partagé son regard sur

la mondialisation, **Dominique Potier**, député rapporteur de la loi sur le Devoir de vigilance, fervent défenseur d'un commerce plus juste, **Sandra Uwera**, directrice générale de Fairtrade International, mais aussi **Merling Preza** et **Sanata Thiero**, respectivement directrices de coopératives de café au Nicaragua et de cacao en Côte d'Ivoire, qui ont apporté leur précieux témoignage.

Ce rassemblement, qui a donné l'occasion à Max Havelaar France, de remercier ses partenaires pour leur engagement, a aussi permis aux participants de se projeter

ensemble dans **l'avenir des filières du commerce équitable** et dans la vision d'un **commerce mondial plus juste et respectueux de l'environnement**.



[Découvrez la vidéo de la soirée](#)



### Une opération digitale en fil rouge

Pour la première fois, Max Havelaar France a développé une opération digitale mensuelle sous forme de jeu-concours pour faire découvrir **la diversité des filières équitables et les produits de ses partenaires**. Pour l'occasion, une page dédiée à chaque filière a été créée chaque mois afin de présenter les enjeux de la filière, les réponses apportées par le commerce équitable et les partenaires du dispositif. Ces derniers ont pu relayer l'opération et valoriser leur engagement grâce au kit réseaux sociaux qui leur a été fourni.

- 10 filières valorisées
- 280 produits gagnés
- 67 partenaires mis en avant
- Près de 85 000 participant-e-s



# Accompagner l'engagement des générations futures

Max Havelaar France poursuit la mobilisation des jeunes pour qu'ils portent haut et fort les couleurs de la justice sociale et climatique aux côtés d'associations partenaires.

## Le programme Génération Équitable<sup>(1)</sup>

Génération Équitable est un programme de mobilisation étudiante coporté par Max Havelaar France et FAIRE un monde équitable.

- 53 associations accompagnées, outillées et formées
- Plus de 6 300 étudiants sensibilisés
- 142 actions réalisées par les associations engagées dans le programme

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



[www.generation-equitable.fr](http://www.generation-equitable.fr)

[instagram.com/generation\\_equitable/](https://www.instagram.com/generation_equitable/)



## Les ambassadeurs et ambassadrices Génération Équitable



Au Parlement Européen de Strasbourg pendant l'European Youth Event

En 2023, cinq jeunes ambassadeurs et ambassadrices se sont engagé.e.s pour devenir les porte-paroles de la communauté Génération Équitable dans les campus et au-delà. Ils ont participé à six événements nationaux et à des rendez-vous de plaidoyer à Strasbourg et Bruxelles. Parmi les temps forts : une **prise de parole au Parlement Européen de Strasbourg pendant l'European Youth Event pour défendre la campagne de mobilisation Good Clothes Fair Pay (p.19)**, un discours engagé lors des Assises du commerce équitable et l'organisation d'une table ronde à Paris Assas sur les enjeux du secteur textile.

## Appel à projets innovants : les étudiants passent à l'action

Chaque année, Génération Équitable récompense des projets étudiants favorisant **l'accessibilité à une alimentation responsable et équitable**. Pour cette 4<sup>ème</sup> édition, un jury composé, entre autres, de *La Fourche*, de *Bio Équitable France*, du *Crous de Versailles* et de *Girl Go Green* a remis des bourses comprises entre 500 à 1500 € à 8 associations pour réaliser et valoriser leurs projets.

Prix coup de Cœur du Jury :  
*Mayday Student Music Festival*,  
festival alternatif étudiant  
inclusif, gratuit et ouvert à tous  
- Association MTECH - Campus  
Talence Peixotto,  
Université de Bordeaux



## Un concours d'éloquence sur l'alimentation et l'agriculture soutenables dans les universités<sup>(1)</sup>

L'année 2023 aura permis la mise en place et le lancement de cette initiative originale : un concours d'éloquence organisé par Bio Consom'acteurs, en partenariat avec FAIRE un monde équitable et Max Havelaar France dans le cadre de Génération Équitable.

**Pourquoi ce concours ?** Les jeunes sont non seulement les consommateurs de demain, mais aussi les citoyens qui prendront le relais pour faire bouger les lignes du commerce mondial en faveur des agriculteurs et d'une alimentation plus durable. **Le concours d'éloquence leur donne l'opportunité de devenir des porte-paroles de ces combats, en échangeant entre eux, mais aussi avec des spécialistes, afin d'être capables de construire un plaidoyer et de mobiliser leur entourage.**

C'est ainsi que, depuis novembre, des étudiantes et des étudiants très motivé.e.s de 4 universités françaises suivent un parcours de formation portant sur les enjeux agricoles et alimentaires face à la crise climatique, mais également sur les techniques de l'art oratoire avec *Éloquentia*.

La finale du concours d'éloquence aura lieu à la rentrée de septembre 2024 !



LETTRES  
SORBONNE  
UNIVERSITÉ

Université  
BORDEAUX  
MONTAIGNE

Université  
de Poitiers

Aix-Marseille  
université  
Socialement engagée

<sup>(1)</sup> Le concours d'éloquence et le programme Génération Équitable s'inscrivent dans Fair Future, un programme national d'éducation au commerce équitable des jeunes de moins de 30 ans. Porté par 7 partenaires acteurs de la transition écologique, de l'éducation des jeunes et du commerce équitable, il est soutenu par l'Agence française de développement.

AVEC

BIO  
CONSUM'ACTEURS

DANS LE CADRE DE

PROGRAMME  
D'ÉDUCATION  
AU COMMERCE  
ÉQUITABLE  
fair future

# Prendre part aux salons pour faire connaître le commerce équitable

En 2023, Max Havelaar France poursuit sa participation à de nombreux événements du secteur de l'alimentation et renoue avec le grand rendez-vous de l'année dédié au chocolat.

## Salon International de l'Agriculture

Pour la deuxième année consécutive, Max Havelaar France et ses équipes sont revenues au Salon international de l'agriculture afin d'affirmer leur statut d'acteur du paysage agricole français et de leader du commerce équitable. Sur le stand, trois tables rondes réunissant une diversité d'acteurs engagés sur les questions agricoles ont été organisées pour débattre des problématiques liées à la durabilité, aux réglementations, etc. Par le biais d'animations proposées sur son stand (dégustations, quiz, etc.), nos équipes se sont mobilisées en échangeant avec les visiteurs et en les sensibilisant aux enjeux du commerce équitable et aux garanties de notre label.



- Plus de 80 m<sup>2</sup> dédiés au commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar
- Plus de 6 000 visiteurs
- 3 tables rondes réunissant experts, responsables politiques, producteurs et marques engagées
- Dégustation et exposition assurées par 8 partenaires – Au nom de la rose, Bovetti, Cepovett, CSI, Krokola, Lemonaid Charitea, les Maîtres Laitiers du Cotentin et Malongo



## Salon du chocolat

Après plusieurs années d'absence, Max Havelaar France a fait son grand retour au Salon du chocolat. L'occasion de porter la voix des cacao-cultivateurs et d'affirmer son engagement en faveur de l'amélioration de leurs revenus et de leurs conditions de vie et de travail.



Aux côtés de partenaires engagés dans le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar, les équipes ont sensibilisé les visiteurs aux enjeux de la filière cacao - la pauvreté, la déforestation et le travail des enfants - et à ceux du commerce équitable, tout en expliquant les garanties de son label.

Autour d'une table ronde, Max Havelaar France a également réuni une experte de la filière cacao, une productrice et un chocolatier engagés dans la démarche Fairtrade pour échanger sur la problématique du juste prix du chocolat.

Nous y avons aussi participé :

**natexpo**

**SALON RESTAU'CO**

**salon des maires**  
et des collectivités locales

# Une communication multicanale pour accroître la visibilité de nos actions

## Communication digitale

### Réseaux sociaux



875 publications

### Mailings & newsletter



→ 47 emailings adressés aux partenaires économiques et institutionnels et au grand public

→ Newsletter : + 13 000 abonnés

## Campagnes

### Vous ne passerez plus à côté de ce label

Nouvelle vague de campagne TV pour renforcer la notoriété et la visibilité du label et valoriser la valeur ajoutée apportée par ses garanties.

→ Déploiement réalisé pendant la Quinzaine du Commerce Équitable : spots de 15 secondes banane et café sur les chaînes du Groupe France Télévision et sur Chérie 25, Arte et LCI et en replay



### Le chocolat ça tache

Une campagne d'interpellation sur les enjeux sociaux et environnementaux de la filière cacao (pauvreté, travail des enfants et déforestation) à l'occasion de la journée mondiale du cacao et du salon du chocolat.

→ Diffusion : affichage métro parisien ainsi que vidéos sur Youtube et en préroll sur des sites internet de médias (20 Minutes, Marie Claire, Capital, LeFigaro, etc.)



## Retombées médiatiques

- 530 articles
- 40 interviews
- Audience cumulée : 525 163 630



### Zoom sur le cacao

→ La presse en a parlé toute l'année dans plus de 30 articles entre Pâques et Noël. Autant d'occasions de sensibiliser à l'importance de choisir du chocolat équitable.

### Mobilisation contre la fast fashion → plus de 50 articles

sur le triste 10<sup>ème</sup> anniversaire du Rana Plaza, la campagne Good Clothes Fair Pay et les demandes des ONG pour plus de régulation dans le secteur du textile



### Quinzaine du Commerce Équitable

→ + de 90 retombées



# Notre démarche de responsabilité sociale comme organisation

L'association a continué en 2023 de placer la Qualité de Vie au Travail et la Responsabilité Sociale de l'Organisation (RSO) au centre de ses priorités Ressources Humaines (RH) et de l'action collective. Le plan d'action RSO correspondant, piloté par le service RH, a été réalisé à hauteur de 76 % des objectifs, confirmant ainsi les efforts de l'association pour améliorer en continu ses performances dans ce domaine.



## Garantir un cadre favorable à l'épanouissement des collaborateur·rice·s

### Qualité de vie au travail

→ 89 % des collaborateur·rice·s ont répondu à notre enquête interne annuelle sur la **qualité de vie** au travail 2023

### Bilan général

- 93 % estiment que l'ambiance et la cohésion contribuent à leur bien-être au travail
- 75 % des répondants considèrent que l'association est à l'écoute de leurs besoins et s'efforce d'y apporter des réponses

### RH

- 77 % des salariés ayant fait une demande ont suivi au moins une formation dans l'année
- 1,2 formation en moyenne par collaborateur·rice·s

L'année 2023 a par ailleurs été marquée par :

- le maintien d'**activités collectives fédératrices** (comme le yoga) et le déploiement d'ateliers RH sur de nouvelles thématiques (« communication nonviolente », « gestes qui sauvent ») ;
- le **renforcement du collectif et de la cohésion** avec le maintien de moments informels (pots d'équipe, petits-déjeuners), collectifs (teambuilding...) et sportifs (*Run For Planet*) ;
- la mise en œuvre de **deux ateliers participatifs** conçus par le service RH afin de renforcer l'appropriation de nos valeurs (Intégrité, Engagement, Coopération, Confiance) par le biais d'une mise en situation.



## Améliorer notre impact économique et social dans nos relations avec nos parties prenantes

Suite à l'important travail de bilan et de qualification du degré de responsabilité de nos achats mené en 2022, l'année 2023 a été consacrée à l'accompagnement des métiers (notamment services généraux et communication) par l'équipe RSO afin de leur permettre d'**améliorer leurs pratiques d'achats** (identification des leviers, appui au sourcing de fournisseurs engagés, etc.)

Pour **développer des liens avec les associations nanterriennes**, Max Havelaar France a, par ailleurs, fait évoluer sa politique RH afin de permettre à ses collaborateur·ice·s de consacrer deux demi-journées de bénévolat par an à l'association Relais Bébé de Nanterre qui soutient des femmes et des familles en situation de précarité.



## Réduire l'impact environnemental directement lié à nos activités

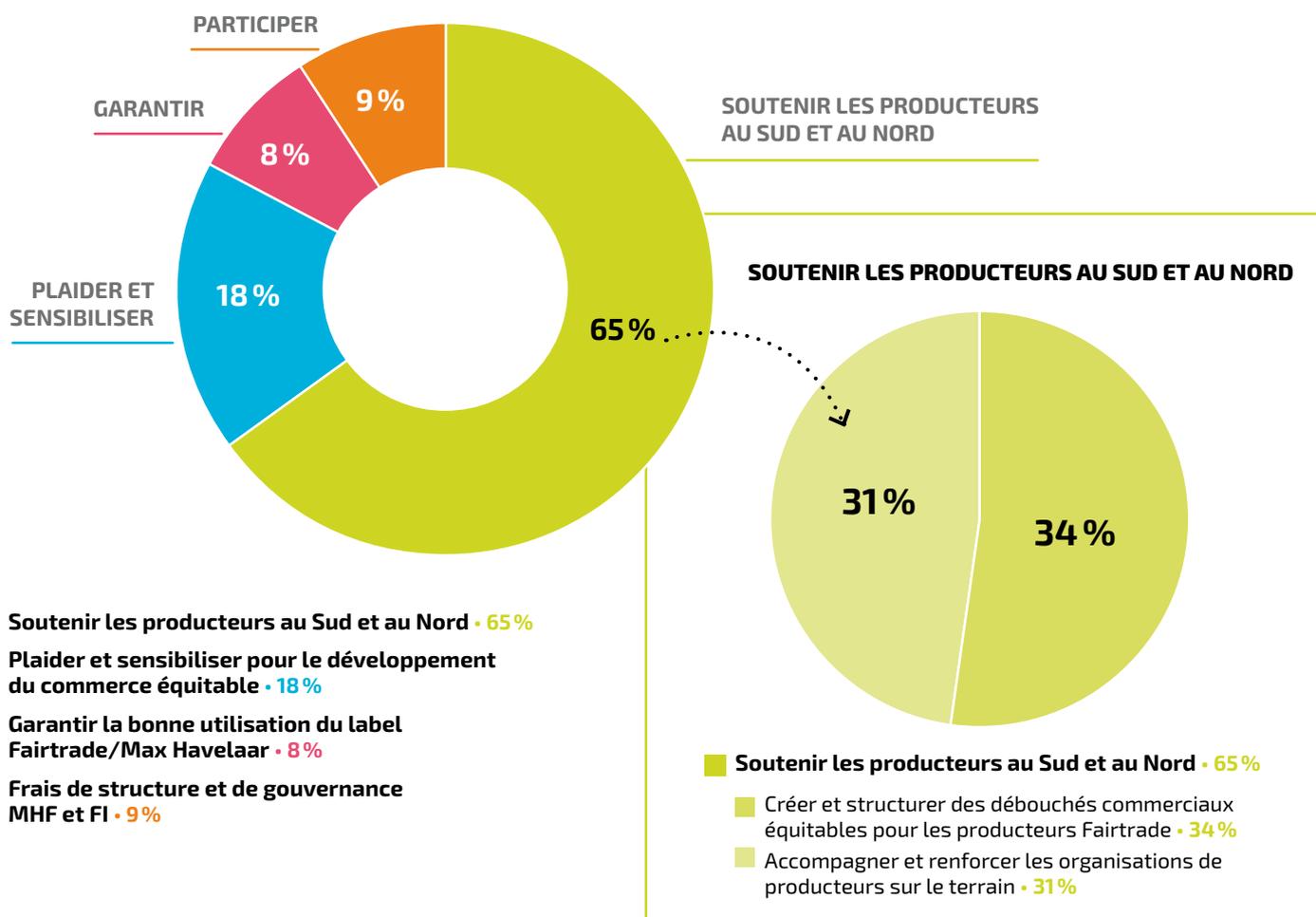
La **sensibilisation aux questions environnementales** constitue un axe important de notre démarche RSO.

Deux ateliers « **Fresque du Climat** » ont ainsi été animés en 2023 par des collaborateurs formés à cette fin afin que l'ensemble de l'équipe soit sensibilisé aux problématiques climatiques.

Nous avons également pris part au **Cyber World Cleanup Day**, une initiative internationale encourageant les organisations à nettoyer leurs données numériques. Enfin, notre module de **sensibilisation à la pollution numérique** a été actualisé en 2023 et fait désormais l'objet d'une présentation systématique aux nouveaux arrivants.

Concernant les déplacements, l'association a maintenu son dispositif de **soutien aux mobilités douces** au sein de l'organisation (compléments Pass Navigo, forfaits mobilité durable, etc.).

# L'utilisation de nos ressources en 2023



- Soutenir les producteurs au Sud et au Nord • 65%
- Plaider et sensibiliser pour le développement du commerce équitable • 18%
- Garantir la bonne utilisation du label Fairtrade/Max Havelaar • 8%
- Frais de structure et de gouvernance MHF et FI • 9%

- Soutenir les producteurs au Sud et au Nord • 65%
  - Créer et structurer des débouchés commerciaux équitables pour les producteurs Fairtrade • 34%
  - Accompagner et renforcer les organisations de producteurs sur le terrain • 31%



## Un modèle financier solide

Max Havelaar France est une association qui **s'autofinance à 91,6%**. Le modèle économique de Max Havelaar France repose sur le versement d'une redevance des entreprises partenaires en contrepartie 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 2023, **les revenus de l'association se sont élevés à 7,9 millions d'euros.**



## 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 domaine du développement durable ou de la solidarité internationale, réseaux de producteur·rice·s et entreprises partenaires expert·e·s.

Cette gouvernance mixte permet de confronter les points de vue et de partager les expertises (notamment sur les marchés Nord), qu'il s'agisse de notre engagement militant pour le commerce équitable ou pour des causes convergentes, de notre connaissance fine des problématiques de développement, etc.

---

## Association Max Havelaar France

Le Château Etic | 75 Allée des Parfumeurs | 92000 Nanterre  
+ 33 (0)1 42 87 70 21 | [info@maxhavelaarfrance.org](mailto:info@maxhavelaarfrance.org)

[www.maxhavelaarfrance.org](http://www.maxhavelaarfrance.org)

