



Agir pour
une économie
éthique
responsable

RAPPORT
ANNUEL
2024





© Dominique Fofanah / Fairtrade - Sierra Leone

SOMMAIRE

Édito	03
Temps forts 2024	04
Notre vision	06
Des outils fondamentaux	07



1 Accompagner les producteurs

• Agir sur le terrain pour un impact systémique	08
• Carte des risques, carte des impacts et carte des prix	10
• Suivi numérique des produits : une nouvelle solution pour renforcer la traçabilité	12



2 Plaider pour changer les règles

• Agriculture en France : des prix planchers pour protéger les rémunérations	13
• Libre-échange : pour un commerce intégrant les droits humains et les limites planétaires	14
• Les actions de plaidoyer dans le secteur textile et auprès des collectivités	15



3 Transformer les marchés

• Les chiffres dans le monde	16
• Les chiffres en France	18
• Cacao, café et banane : des filières en croissance	20
• Face aux crises agricoles, le label origine France prend racine	21



4 Sensibiliser les publics

• Intéresser le grand public et les professionnels aux défis du commerce équitable	22
• Mettre en lumière les messages grâce une communication multicanale	23



5 Mobiliser les citoyens

• Un pôle pour déployer l'engagement	24
--------------------------------------	----

Une démarche de responsabilité sociale pour un élan collectif	26
Utilisation des ressources en 2024	27



Le rapport que vous tenez entre les mains dresse le bilan d'une année 2024 marquée par deux réussites majeures de plaidoyer pour le commerce équitable.

- **Au niveau européen.** En mai, le Conseil de l'Union européenne vote en faveur de la **directive sur le devoir de vigilance des entreprises**¹, qui oblige les grandes entreprises à prendre en compte l'impact de leur activité sur les droits humains et sur l'environnement tout au long de leurs chaînes d'approvisionnement. Ce texte historique met au programme des entreprises nos préoccupations majeures depuis trente ans : les revenus et salaires vitaux, les pratiques commerciales responsables, et l'environnement. Il instaure un cadre réglementaire solide là où les organisations non gouvernementales (ONG) et les labels citoyens agissaient trop seuls.
- **En France.** En février, au Salon de l'agriculture et en réponse aux difficultés des agricultrices et agriculteurs, le président de la République annonce vouloir **instaurer des prix planchers pour protéger leur rémunération**. C'est une **victoire culturelle pour le commerce équitable**, dont le prix minimal est un mécanisme-clé (p. 13). Cette revendication est partagée par les Françaises et Français : 86 % se déclarent favorables à des prix garantis aux productrices et producteurs pour leur assurer un revenu digne¹.



Blaise DESBORDES

Directeur général
Max Havelaar France

Ces deux avancées nous apparaissent porteuses de sens dans un contexte mondial de dérégulation économique et de guerre commerciale. Nous espérons que ce cadre innovant résistera aux tentations de le détricoter qui se font jour au début de 2025.

Autre élément positif pour 2024 : **Max Havelaar France connaît une année rassurante**, avec un chiffre d'affaires de 1,38 milliard d'euros pour les entreprises partenaires labellisées Fairtrade / Max Havelaar, et une croissance en valeur de 4,13 % (pp. 18-19). Ces bons résultats s'expliquent notamment par la ténacité des petites et moyennes entreprises (PME) et des entreprises de taille intermédiaire (ETI) françaises engagées, et par la confiance renouvelée des consommatrices et consommateurs, attestée en novembre par notre cinquième « Baromètre »².



Vincent DAVID

Président
Max Havelaar France

De fait, **les entreprises engagées avec le label démontrent un dynamisme impressionnant** (pp. 18-21), avec de nouveaux produits, des gammes complètes, des offres pour la restauration collective, et le développement du commerce équitable origine France avec une filière du lait prometteuse... Hors alimentation, **Max Havelaar France s'efforce de développer une filière du coton textile équitable**, en réponse aux abus de la fast-fashion. À cet égard, nous avons en 2024 à la fois plaidé pour une loi contre la fast-fashion (p. 15) et organisé en octobre à Paris un forum international du textile équitable.

Saluons enfin **l'engagement des acteurs de proximité, les collectivités publiques**. Plusieurs d'entre elles (Rennes, Rouen, Nice, Paris, Nanterre...) ont été récompensées cette année lors des Trophées Fairtile au Salon des maires pour leurs efforts visant à développer une commande publique équitable dans leurs cantines (p. 15).



1. « Corporate sustainability due diligence directive » (CSDDD).

2. « Baromètre de la transition alimentaire », Max Havelaar France / OpinionWay, 2024

Temps FORTS 2024

JANVIER

Stand dans l'espace Impact du salon Who's Next, réservé à la mode responsable



FÉVRIER

Salon de l'agriculture (p. 22)

Troisième participation consécutive. Dans un contexte agricole difficile, le commerce équitable s'impose comme solution au défi de juste rémunération.



MARS

L'Assemblée nationale vote en faveur d'une loi visant à réduire l'impact écologique de la fast-fashion (p. 15)

Une victoire pour Max Havelaar France après des mois de plaidoyer au sein de la coalition Stop Fast-Fashion et plusieurs amendements proposés. La loi doit désormais passer au Sénat.

[Communiqué de presse Max Havelaar France](#) →



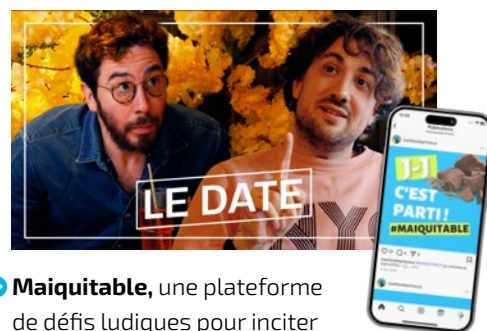
MAI

Première historique, le Conseil de l'Union européenne adopte la directive sur le devoir de vigilance des entreprises en matière de durabilité¹.

[Communiqué de presse Max Havelaar France](#) →

Quinzaine du commerce équitable (p. 23)

→ **Campagne pour sensibiliser les jeunes actifs** aux défis du commerce équitable (rémunération, droits des travailleuses et travailleurs, et déforestation) : trois vidéos d'humoristes youtubeurs sont diffusées sur les réseaux sociaux.



→ **Maiquitable**, une plateforme de défis ludiques pour inciter les consommatrices et consommateurs à vivre l'équitable pendant tout le mois de mai.

Stand au Forum Agores de la restauration collective publique



JUIN

Convention des partenaires

Nouveau format pour ce rendez-vous annuel avec nos partenaires commerciaux : discours sur leur engagement dans le commerce équitable, rencontre avec des producteurs et table ronde sur les conséquences du changement climatique et sur les filières agricoles.



Stand au Salon Restau'co

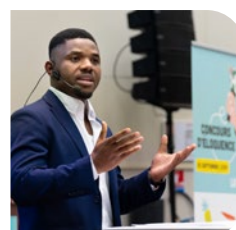
SALON RESTAU'CO

SEPTEMBRE

Fête de l'Humanité

Sensibilisation et mobilisation des citoyens aux défis de la filière du cacao et organisation d'un débat sur le devoir de vigilance des grandes entreprises.

La Fête de l'Humanité



Concours d'éloquence (p. 25).

Des étudiantes et étudiants de quatre universités françaises ont été formés à l'art oratoire et à l'agriculture et l'alimentation responsables.

Stand à Natexpo, salon international des produits biologiques



OCTOBRE

Première édition du Forum textile international Fairtrade

Cofinancé par l'Union européenne, ce forum a réuni à Paris tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement textile certifiée Fairtrade, des productrices et producteurs de coton et usines de transformation aux marques et réseaux de distribution.

Campagne « Pas de producteurs... pas de café ! » (p. 23)

Nouvelle opération de communication pour alerter sur les difficultés des caféicultrices et caféiculteurs face à la flambée des coûts de production et aux conséquences du changement climatique, et pour présenter le label comme une réponse.



Stand au Salon international de l'alimentation



NOVEMBRE

Deuxième édition des Trophées Fairtile au Salon des maires (p. 15)



Action de la coalition Stop Fast-Fashion lors du Black Friday (p. 15)

Mobilisation sur les réseaux sociaux pour dénoncer les dérives sociales et environnementales de l'industrie du textile et pour appeler à repenser l'ensemble de la filière.

Cinquième édition du « Baromètre de la transition alimentaire » Max Havelaar France / OpinionWay

La consommation responsable s'installe durablement, et, malgré les crises, les Français veulent :

- des prix maîtrisés, mais pas au détriment des agricultrices et agriculteurs ;
- davantage de transparence.

La concurrence environnementale et sociale déloyale est le premier obstacle à la généralisation de l'alimentation durable.

Première participation à EquipHotel, salon des professionnels de l'hôtellerie-restauration



Stand au Salon du chocolat



1. Les avancées de cette directive sont aujourd'hui remises en question par l'omnibus proposé en novembre 2024 par la Commission européenne. Cette proposition est actuellement en cours de discussion par les institutions européennes.



© Fairtrade NAPP - Inde

Notre VISION

Une autre mondialisation économique est possible. Fondée sur un commerce éthique et responsable qui ne serait pas synonyme d'exploitation humaine, de violation des droits ni de destruction de la planète. L'ensemble des productrices et 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 productrices et producteurs et les travailleuses et travailleurs des secteurs 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, socle de notre alimentation, sont le théâtre d'inégalités et d'une concentration importante de la valeur entre 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 **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 (économique, sociale et environnementale), la démarche se fonde sur une conviction forte : la durabilité appelle avant tout une réponse robuste aux défis 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 par la modification des traités de commerce.

Que le commerce équitable et durable ne soit plus une exception, voilà une ambition dont l'intérêt est conforté par les effets 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 consommatrices et consommateurs aux problématiques des productrices et producteurs, 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 sociale.

Des **OUTILS** fondamentaux

1 LE PRIX MINIMAL GARANTI POUR UNE SÉCURITÉ ÉCONOMIQUE

Non négocié, il est calculé pour couvrir les coûts de production. Fixe et public, il est indépendant de la fluctuation des cours de la Bourse des matières premières.

2 LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT POUR DE MEILLEURES CONDITIONS

Versée à l'organisation de productrices et producteurs, 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 POUR ENCADRER LE TRAVAIL

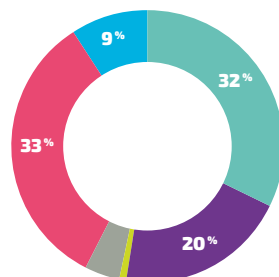
Respect des droits humains, des conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT), égalité femmes-hommes, interdiction du travail des enfants, contrat de travail, droit de syndicalisation, congé de maternité, etc.

4 LE MODÈLE COOPÉRATIF POUR UN IMPACT SOCIAL, ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTAL

L'organisation des productrices et producteurs en coopératives leur permet de mutualiser leurs compétences et leurs outils, mais aussi de maximiser leur poids commercial et leurs bénéfices.

Utilisation de la prime de développement

ORGANISATIONS DE PRODUCTRICES ET PRODUCTEURS



33 % Production

Installations, infrastructures, outils, intrants...

32 % Développement commercial et organisationnel

Ressources humaines, formations et renforcement des capacités

20 % Bénéfices financiers

Pailements aux membres et à leurs familles, services financiers

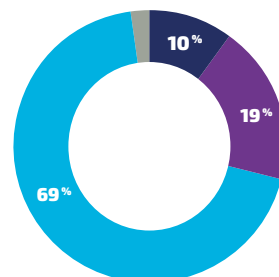
9 % Investissement social

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

1 % Investissement environnemental

4 % Autres

ORGANISATIONS AYANT RECOURS À LA MAIN-D'ŒUVRE SALARIÉE



69 % Investissement social

Investissement dans des projets consacrés aux travailleur·se·s et à leurs familles (logement, éducation, santé, infrastructures communautaires)

19 % Bénéfices financiers

Pailements directs aux travailleur·se·s et services de crédit

10 % Formation et autonomisation

Comités des primes, formations pour les travailleur·se·s

2 % Autres

PRIME DE DÉVELOPPEMENT GÉNÉRÉE



DANS LE MONDE EN 2023
212 M€¹



EN FRANCE EN 2024
15,2 M€²
(+ 1,2 % vs 2023)

CONTRIBUTION DES PROJETS FINANCÉS EN 2023 PAR LA PRIME DE DÉVELOPPEMENT AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE²



55 %
FAIM « ZÉRO »



19 %
PAS DE PAUVRETÉ



10 %
TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



6 %
ÉDUCATION DE QUALITÉ



4 %
VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES



3 %
BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



2 %
AUTRES

**OBJECTIFS
DE DÉVELOPPEMENT
DURABLE**

1. Source : « Monitoring 2023 » Fairtrade International.
2. Source : Connect 2024.



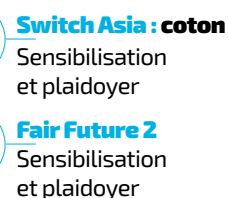
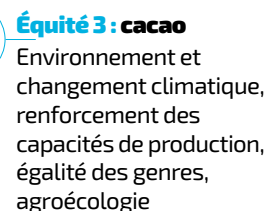
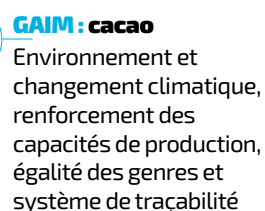
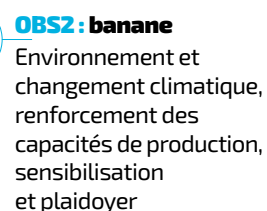
Agir sur le terrain pour un impact systémique

Aujourd'hui, une cinquantaine de projets multifilières soutiennent les productrices et producteurs dans plus de quarante pays. Max Havelaar France déploie des programmes en propre (cinq en 2024) pour développer les innovations dans ses coopératives partenaires.

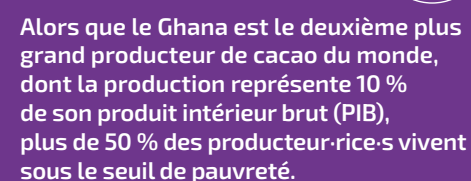


DÉCOUVRIR LES PROJETS
<https://impactmap.fairtrade.net/>

CINO PROGRAMMES EN COURS DE MISE EN ŒUVRE PAR MAX HAVELAAR FRANCE



GHANA AGROFORESTRY FOR IMPACT (GAIM)



Le projet GAIM répond à deux défis liés à la production de cacao au Ghana :

- la dépendance des cacaoculteur·rice·s à cette seule source de revenu
- la vulnérabilité des cacaoyères vieillissantes face au changement climatique, et donc des cacaoculteur·rice·s, qui doivent étendre leur production à des zones protégées.

Avec GAIM, Max Havelaar France et Fairtrade Africa visent à :

- renforcer les capacités des coopératives de cacao Fairtrade dans la transition agroécologique par l'intensification écologique des systèmes de production, permettant la diversification des revenus des cacaoculteur·rice·s et l'amélioration de leurs moyens de subsistance.

Pour assurer la pérennité des actions, Max Havelaar France et Fairtrade Africa mettent l'accent sur le renforcement du leadership des femmes et l'engagement des jeunes, assurant la transmission intergénérationnelle par des formations de l'École du leadership des femmes, action emblématique du mouvement Fairtrade.

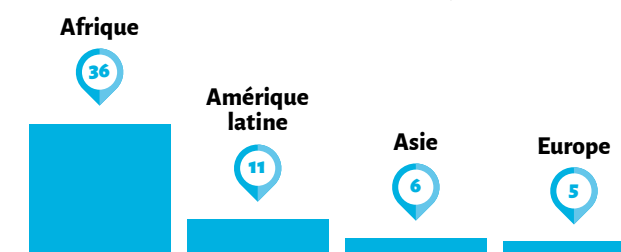
Grâce au projet GAIM,

1200

**agriculteur-rice-s
augmenteront leur revenu
et mettront en place des techniques
d'exploitation plus résilientes
face au changement climatique.**

LES PROJETS
41,1 M€ ENGAGÉS DEPUIS 2021

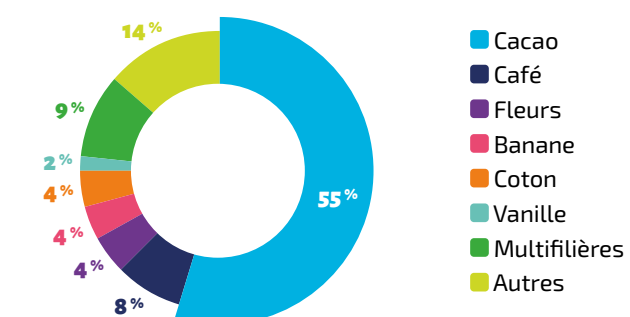
RÉPARTITION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (en nombre de projets)



RÉPARTITION PAR THÈME (en nombre de projets)

Environnement et changement climatique	28
Égalité des genres	26
Renforcement des capacités et production des coopératives	26
Inclusion de la jeunesse	19
Accès au marché	12
Diversification des revenus des producteurs-riceuses	12

RÉPARTITION PAR FILIÈRE (en part budgétaire)



Un projet peut concerner plusieurs régions, filières et thèmes.



Carte des risques, carte des impacts et carte des prix : guider les entreprises vers des pratiques commerciales équitables

Pour renforcer la connaissance et éclairer la prise de décision de ses partenaires certifiés en matière de devoir de vigilance et de soutien des organisations de productrices et producteurs, partout dans le monde, le mouvement Fairtrade publie et met à jour trois outils cartographiques-clés pour :

- 1 | identifier et combattre les atteintes aux droits humains et à l'environnement ;
- 2 | montrer les impacts du commerce équitable dans le monde ;
- 3 | aider les entreprises à déterminer les prix qu'elles doivent payer pour garantir des revenus et des salaires vitaux dans leurs chaînes d'approvisionnement.

1 | La carte des risques, pour des chaînes d'approvisionnement plus durables

Cet outil est conçu 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. Cette carte découle d'une étroite collaboration entre d'une part les productrices et producteurs des coopératives agricoles, les travailleuses et travailleurs des plantations et les membres du mouvement Fairtrade présents sur tous les continents, et d'autre part des experts externes.

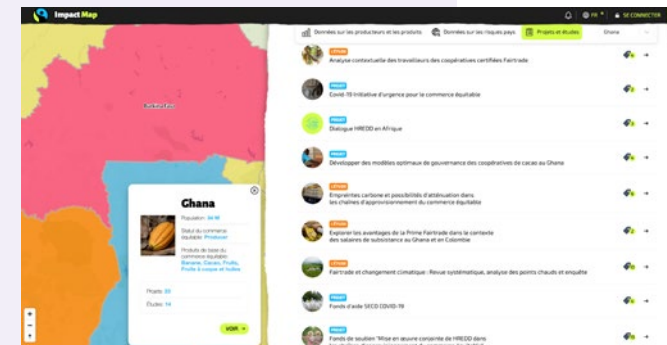
Elle offre des informations précieuses pour orienter les efforts en matière de durabilité et favoriser ainsi le dialogue et la collaboration entre tous les acteurs d'une chaîne d'approvisionnement. Elle permet de comprendre comment ces risques sont indissociablement liés à leurs causes profondes, telles que la pauvreté, les inégalités et l'exploitation.

Cette carte est particulièrement destinée aux entreprises européennes, de plus en plus soumises par la loi à procéder à des évaluations pour prévenir et atténuer les risques les plus importants de leurs chaînes d'approvisionnement.



Exemple de la Bolivie

2 | La carte des impacts, pour visualiser les champs d'action du mouvement Fairtrade



Zoom sur le Ghana



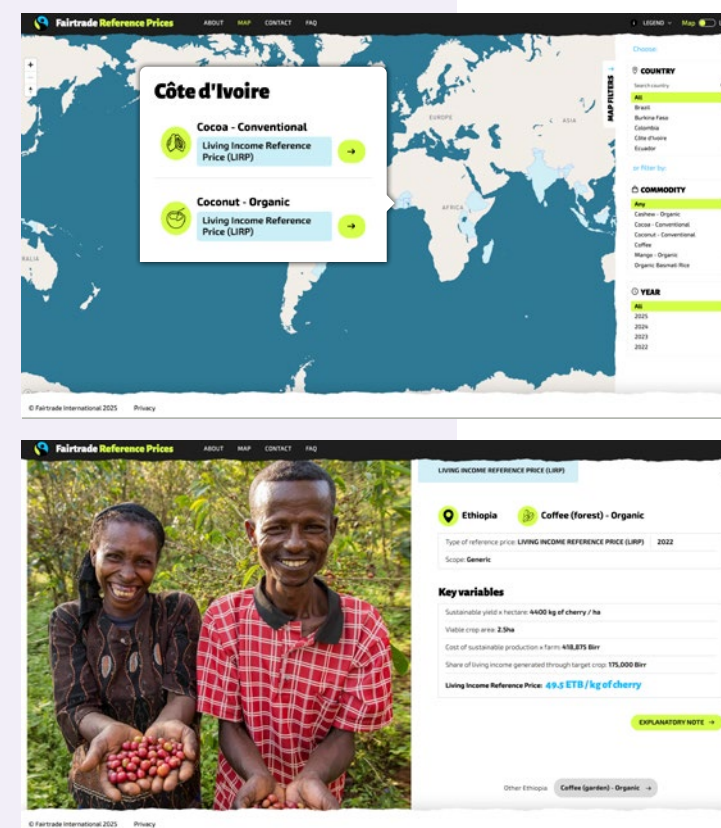
Se fondant sur plus de cent études et projets menés par le mouvement Fairtrade, la carte des impacts donne à voir les actions, au-delà de la certification. Ces projets peuvent être des études (faisabilité, impact...) ou des recherches plus larges (comme la revue des politiques publiques impactant les mécanismes de commerce équitable), tout comme des initiatives de soutien aux organisations de production, allant de l'assistance technique agricole à des actions de promotion de l'égalité des genres au sein de ces organisations.

Cet outil comprend également les indicateurs du mouvement, présentés par pays, tels que le nombre d'organisations de productrices et producteurs, le nombre d'agricultrices et agriculteurs et de travailleuses et travailleurs, le volume produit, la superficie certifiée, les volumes Fairtrade vendus et la prime de développement générée. La navigation peut se faire par pays, par région, par filière, par thème, par programme ou par année.

La carte est conçue comme un outil de plaidoyer, de communication et d'engagement avec les partenaires commerciaux, de plus en plus confrontés aux nouvelles exigences relatives au devoir de vigilance et à l'approvisionnement durable. Elle donne un meilleur aperçu des actions menées par le mouvement en regard des risques identifiés par ailleurs.

3 | La carte des prix, pour s'acheminer vers des revenus et des salaires vitaux

Recherche par pays, par filière et par année.
Exemple de prix de référence en Côte d'Ivoire



Exemple de l'Éthiopie

Dernière-née du dispositif, la carte des prix de référence permet d'aider les entreprises à déterminer les prix qu'elles doivent payer pour garantir des revenus et des salaires vitaux dans leurs chaînes d'approvisionnement.

Grâce à cette carte interactive, il est possible de consulter les prix de référence Fairtrade pour un revenu vital (living income reference price, LIRP) par produit ou par pays. Des rapports sont disponibles pour chaque prix de référence, présentant les informations essentielles sur la méthodologie de calcul. On trouve également des informations générales sur les prix de référence et une foire aux questions (FAQ) complète.

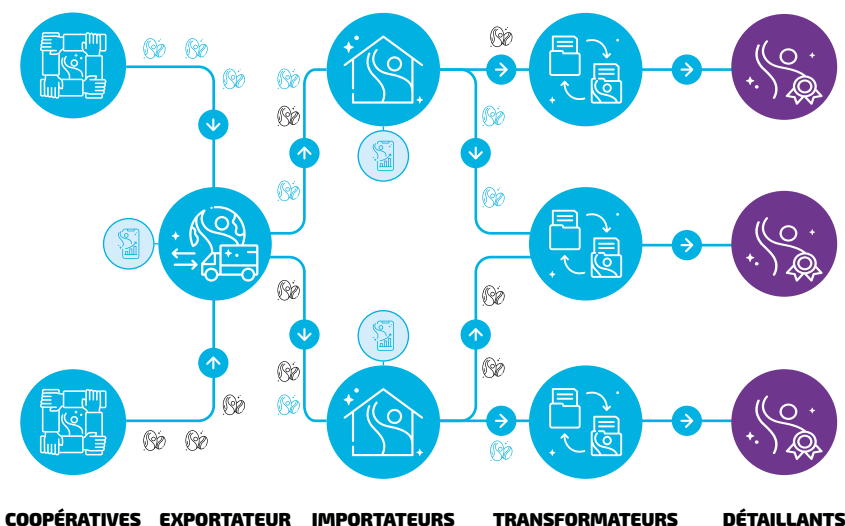
Par la suite, des prix de référence pour le salaire vital (c'est-à-dire les prix à payer pour que les productrices et producteurs atteignent un revenu vital) seront ajoutés, afin d'accéder aux deux ensembles de prix sur un seul portail.

Les prix de référence du revenu vital jouent un rôle essentiel dans la mission du mouvement Fairtrade / Max Havelaar qui consiste à garantir une rémunération vitale aux agricultrices et agriculteurs et aux travailleuses et travailleurs du monde entier. Ces prix établissent une norme en matière de paiement équitable, en favorisant des moyens de subsistance durables et des conditions commerciales équitables.



Suivi numérique des produits : une nouvelle solution pour renforcer la traçabilité

En 2024, le mouvement Fairtrade, conscient des exigences croissantes en matière de transparence et de réglementation, a lancé une solution numérique pour suivre les lots de café certifié tout au long de leur parcours dans la chaîne d'approvisionnement, de la coopérative jusqu'au fabricant. La plateforme Fairtrace, utilisée par les coopératives et les entreprises certifiées Fairtrade, évolue afin de mieux documenter les mouvements de lots de produits entre acteurs et, ainsi, de renforcer la transparence quant à l'origine des produits.



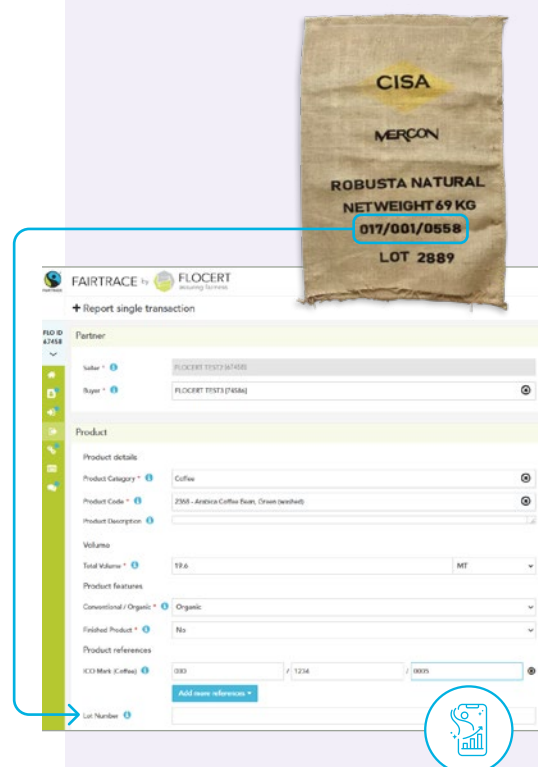
Conscient des exigences croissantes en matière de transparence et de réglementation, le mouvement s'est doté d'un **pôle d'expertise consacré aux données et au numérique**. Ce pôle s'appuie sur des **plateformes de Fairtrade (Fairtrace, Connect et FairInsight) bien établies** auprès des entreprises et des intermédiaires.



En 2025, un module permettant de retracer les lots de café jusqu'aux productrices et producteurs renforcera le dispositif, facilitant la mise en conformité avec des réglementations, comme le règlement de l'Union européenne contre la déforestation et la dégradation des forêts (RDUE).



L'extension de cette approche aux produits **cacao et banane** débutera dès 2025, avec des premiers tests en conditions réelles. Pragmatique et intuitive, cette solution s'aligne avec les standards de traçabilité physique et numérique en vigueur dans l'industrie. Grâce au projet Sustainable Traceability for Empowered Producers, financé par l'ISEAL, le mouvement Fairtrade travaille en étroite collaboration avec les productrices et producteurs et les entreprises pour répondre au mieux à leurs besoins.



Une solution pratique prend forme, afin d'être compatible avec les systèmes de traçabilité existants, et de répondre à ces trois critères :

- ➔ **s'intégrer aux pratiques physiques et numériques de l'industrie**, pour éviter toute redondance dans la saisie des données ;
- ➔ **encourager l'autonomie des producteur-riche-s** dans la propriété, la gestion et le partage de leurs données ;
- ➔ **favoriser l'alignement sectoriel**, afin de simplifier la conformité et d'assurer une interopérabilité entre les standards.



Agriculture en France : des prix planchers pour protéger les rémunérations

«Agriculteur :
enfant on en rêve,
adulte on en crève.»

En réponse à ce slogan, symbole de la colère des agricultrices et agriculteurs, le président de la République a annoncé en février 2024 vouloir instaurer des prix minimaux.

L'ONG Max Havelaar France, dont le label Fairtrade / Max Havelaar porte depuis plus de trente ans la garantie d'un prix minimal comme filet de sécurité pour les agricultrices et agriculteurs, n'est pas étrangère à l'émergence de cette mesure. Elle s'engage pour faire bouger les lignes grâce à plusieurs leviers et auprès de divers publics ; chaque année depuis 2023, au Salon de l'agriculture, elle organise notamment une table ronde pour permettre aux experts de répondre aux idées reçues et aux caricatures qui entourent la notion de prix planchers dans le débat public.

En 2024, plusieurs auditions à l'Assemblée nationale ont fourni l'occasion à Max Havelaar France de continuer à faire vivre cette conviction : oui, des prix planchers sont possibles pour des agricultrices et agriculteurs de certaines filières en France. Par exemple, dans la filière du lait, dans laquelle 25 % des agricultrices et agriculteurs vivent avec un revenu inférieur au seuil de pauvreté, il est possible de garantir une rémunération au-dessus de ce niveau, sans empêcher les autres d'évoluer dans une économie de libre concurrence.

Pour Max Havelaar France, contrer les idées reçues est indispensable à la **bataille culturelle pour une juste rémunération**. C'est en remportant ce combat que le commerce équitable deviendra la norme, pour les agricultrices et agriculteurs de tous les pays.



Table ronde sur les prix et les marges sur le stand de Max Havelaar France, au Salon de l'agriculture 2024



MAX HAVELAAR FRANCE A DÉMONTRÉ QU'IL EST POSSIBLE DE :

- ➔ distinguer des coûts de production spécifiques par territoire : lait de montagne ou de plaine, conventionnel ou bio... ;
- ➔ définir un prix plancher qui ne soit pas un plafond et n'empêche pas de négocier à la hausse en fonction de critères de qualité ;
- ➔ définir un prix plancher qui ne favorise pas les produits importés et ne fragilise pas les exportations ;
- ➔ proposer des prix planchers aux filières qui se portent volontaires et considèrent la mesure adaptée à leurs objectifs.



PLAIDER

Libre-échange : pour un commerce intégrant les droits humains et les limites planétaires

Le mouvement Fairtrade s'est donné comme mission de transformer l'économie pour rendre les échanges commerciaux plus justes et équitables. Pour atteindre cet objectif, il est essentiel de tenir compte de l'impact des politiques commerciales sur les conditions de travail des productrices et producteurs du monde entier, ainsi que de leurs effets sous-jacents sur l'environnement.

Plaider pour des accords équitables

En 2024, Max Havelaar France a renforcé son travail de plaidoyer à propos des accords de libre-échange. L'un des temps forts de l'année a été de se questionner sur l'accord commercial entre l'Union européenne et les pays du Mercosur. De nombreuses voix s'élèvent pour dire que cet accord a beaucoup de conséquences néfastes pour les agricultrices et agriculteurs en France, mais c'est également vrai pour les petites productrices et petits producteurs des pays membres du Mercosur. En effet, **cet accord est pensé pour l'agriculture intensive**, c'est-à-dire favorisant les grandes productions peu respectueuses de la planète, tournées vers l'export et privant les citoyennes et citoyens de leur droit de choisir leur modèle de souveraineté alimentaire.

L'accord est aussi conclu avec des pays où les droits des travailleuses et travailleurs ne sont pas toujours pris en compte.

En multipliant les accords fondés sur des principes délétères, les États favorisent le dumping social, les externalités négatives qui pèsent sur leurs finances et la course au moins-disant environnemental.

Dans son plaidoyer, Max Havelaar France a mis en lumière les mécanismes problématiques sur l'ensemble de la chaîne de production alimentaire mondiale, en :



signant plusieurs appels et interpellations politiques avec des collectifs de représentants de la société civile engagés contre les accords commerciaux inégaux ;

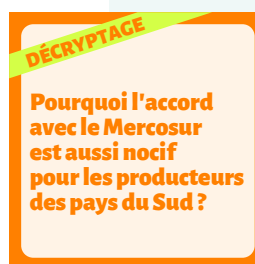


développant du contenu de sensibilisation pour aider les consommatrices et consommateurs et les politiques à mieux saisir les implications globales de cet accord ;



rédigeant une tribune publiée dans *Le Monde* appelant à repenser les règles du commerce.

Des solutions existent, et notre modèle prouve qu'il est possible d'échanger autrement. En 2025, le plaidoyer en ce sens va s'approfondir, notamment par un travail de recherche au sein du réseau Fairtrade International, l'organisation de débats et la rédaction de documents de position.



Les actions de plaidoyer dans le secteur textile et auprès des collectivités

Lutter contre la fast-fashion pour parvenir à un salaire vital



Depuis 2023, Max Havelaar France est membre de la coalition Stop Fast-Fashion, qui réunit une dizaine d'associations engagées contre les dérives sociales et environnementales de l'industrie du textile. Au sein de cette coalition, Max Havelaar France défend le droit des travailleuses et travailleurs à un salaire vital.

En 2024, la coalition s'est efforcée de rendre la plus ambitieuse possible la loi anti-fast-fashion déposée à l'Assemblée nationale. Prévues pour être débattues au Sénat en 2025, cette loi représente une véritable avancée en matière de régulation des quantités de production de vêtements et d'encadrement de la publicité.

La coalition s'est également mobilisée à plusieurs reprises sur les réseaux sociaux, notamment lors du Black Friday, le 29 novembre (*visuels ci-contre*), pour appeler à repenser l'ensemble de l'industrie.

Fairtile, pour une juste rémunération dans la commande publique



100 % des bananes sont équitables à Rennes, à Nantes et à Strasbourg



15 % des produits laitiers sont issus du commerce équitable origine France dans le 20^e arrondissement de Paris



6 produits équitables origine France sont proposés chaque jour à ses agents par l'Économat des armées, la plus grande centrale d'achats publics française, avec 11,6 millions de repas par an



Lancée en 2022, Fairtile, l'initiative pour une commande publique équitable, a poursuivi cette année son travail pour fédérer, recenser, accompagner et valoriser les collectivités engagées pour une juste rémunération dans la commande publique.

FAIRTILE
INITIATIVE POUR UNE COMMANDE
PUBLIQUE ÉQUITABLE

Son action s'est portée sur cinq missions principales :

- ➔ **l'accompagnement personnalisé des collectivités pour leurs marchés publics** (une vingtaine de collectivités et services de l'État accompagnés en 2024) ;
- ➔ **la deuxième édition des Trophées de la commande publique équitable au Salon des maires ;**
- ➔ **l'organisation de petits déjeuners presse en région : en présence de l'équipe Fairtile, les villes de Nice et de Rennes ont pu valoriser les engagements en faveur d'une alimentation équitable auprès de la presse locale ;**
- ➔ **le lancement des diagnostics de juste rémunération :** constatant que les collectivités ne connaissaient pas le niveau de rémunération des agricultrices et agriculteurs approvisionnant leurs cantines, Max Havelaar France a mis en place des évaluations pour mesurer l'écart entre ce que la commande publique permet et un revenu décent (minimum 1,5 SMIC). Trois collectivités ont souhaité bénéficier de ce dispositif ; les résultats et les recommandations paraîtront en 2025 ;
- ➔ **le « Catalogue consommation hors domicile » :** pour donner aux acheteurs publics une plus grande visibilité des produits équitables disponibles en restauration hors domicile, Max Havelaar France a élaboré cette liste, dont l'actualisation est prévue deux fois par an.



[À retrouver ici](#) ➔



3

TRANSFORMER

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



DANS LE MONDE
EN 2023

L'une des missions principales de Max Havelaar France est de mobiliser les entreprises pour changer leurs pratiques et de trouver des débouchés aux conditions équitables pour les productrices et producteurs vulnérables des pays d'Amérique latine, des Caraïbes, d'Afrique et d'Asie. Aux côtés de vingt-cinq 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.

© Francis Kokoroko/Fairtrade - Ghana

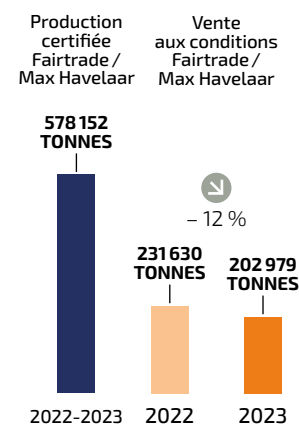


Si toute la production d'une organisation de productrices et producteurs est nécessairement certifiée, celle-ci n'est pas toujours entièrement vendue aux conditions du commerce équitable (prix minimal et prime de développement, notamment), faute de débouchés suffisants. Les ONG de promotion du mouvement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

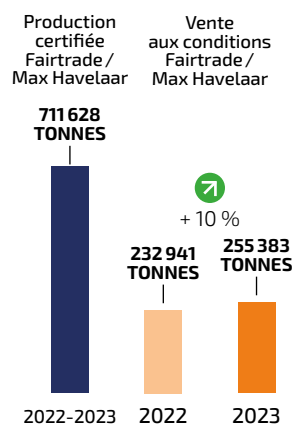
Attention : ces chiffres concernent l'année 2023. Les chiffres 2024 seront communiqués en 2026, compte tenu du temps nécessaire pour collecter les données de terrain. Le calendrier des récoltes fait que la production s'étale, en réalité, sur 2022 et 2023.



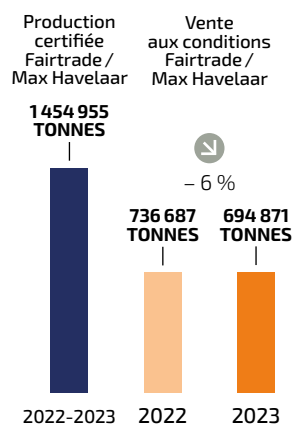
CAFÉ



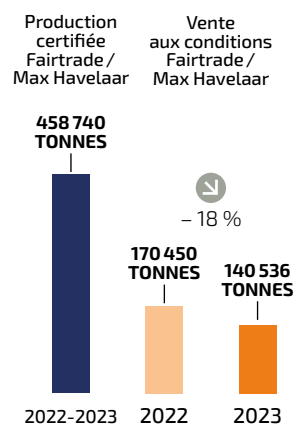
CACAO



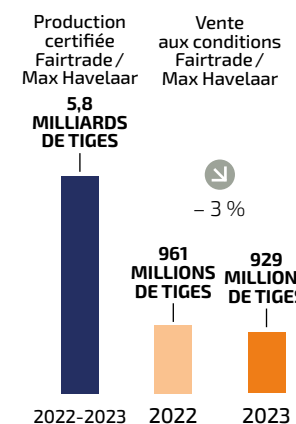
BANANE



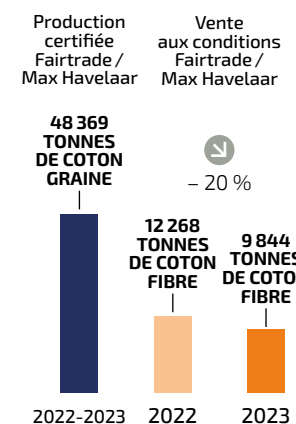
SUCRE



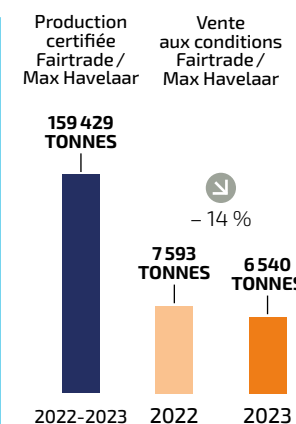
FLEURS



COTON



THÉ



PRIME DE DÉVELOPPEMENT
VERSÉE

82,4 M€

57,7 M€

35,2 M€

8,2 M€

7,3 M€

1,4 M€

3,6 M€



775 709
producteur-rice-s

484 783
producteur-rice-s

37 111
7 329 producteur-rice-s
29 782 travailleur-se-s

38 264
producteur-rice-s

75 668
travailleur-se-s

41 111
producteur-rice-s

330 953
286 224 producteur-rice-s
44 729 travailleur-se-s

4 471
acteurs commerciaux
certifiés

+ 2 500
entreprises partenaires
dans le monde

Source : « Monitoring 2023 » Fairtrade International.



France : une consommation au ralenti, mais un chiffre d'affaires des partenaires Fairtrade en hausse



Matières premières plus chères

L'année 2024 est marquée par la hausse du coût des matières premières, parmi lesquelles le cacao et le café, produits emblématiques du commerce équitable, dont les cours ont flambé. En France, malgré un ralentissement de l'inflation, la consommation n'est pas repartie à la hausse, notamment dans les enseignes de la grande distribution.

1,38 Md€
Chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar

Croissance en valeur + 4,13 %

Réseaux spécialisés bio et restauration hors domicile en forte croissance

En progression dans les réseaux traditionnels de distribution, les produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar ont connu une croissance à deux chiffres dans les réseaux spécialisés bio (+ 28 %) et en restauration hors domicile (+ 13 %).

Cacao, café, banane : des produits ancrés dans le quotidien

Malgré cette conjoncture, le chiffre d'affaires des produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar enregistre en 2024 une croissance de 4,1 % par rapport à 2023, similaire à celle de l'année précédente. Trois produits concentrent une large majorité du marché : le cacao, le café et la banane, qui représentent 83 % du chiffre d'affaires. Il s'agit de produits ancrés dans le quotidien des Françaises et Français, présents dans tous les circuits de distribution, avec de larges gammes et des positionnements de prix aussi bien accessibles que premium. La banane équitable a retrouvé des volumes record, équivalents à ceux d'avant-crise (12 % de part du marché de la banane).

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

EN FRANCE EN 2024

CAFÉ
13 100 TONNES
- 1 % VS 2023

BANANE
91 812 TONNES
+ 5 % VS 2023

CACAO
17 372 TONNES
+ 8 % VS 2023

SUCRE
8 046 TONNES
+ 95 % VS 2023

FLEURS
36 MILLIONS DE TIGES
+ 8 % VS 2023

COTON FIBRES
1 862 TONNES
- 68 % VS 2023

THÉ
415 TONNES
- 9 % VS 2023

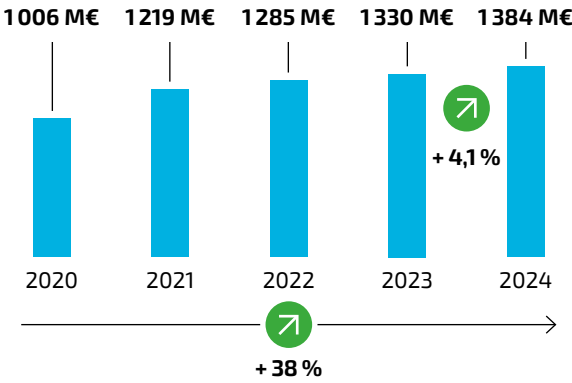
Chiffres fiables à 98 % en mai 2025. Les données définitives seront connues en juillet 2025.

5 871
produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar commercialisés, dont 68 % bio (83 % pour les produits français)

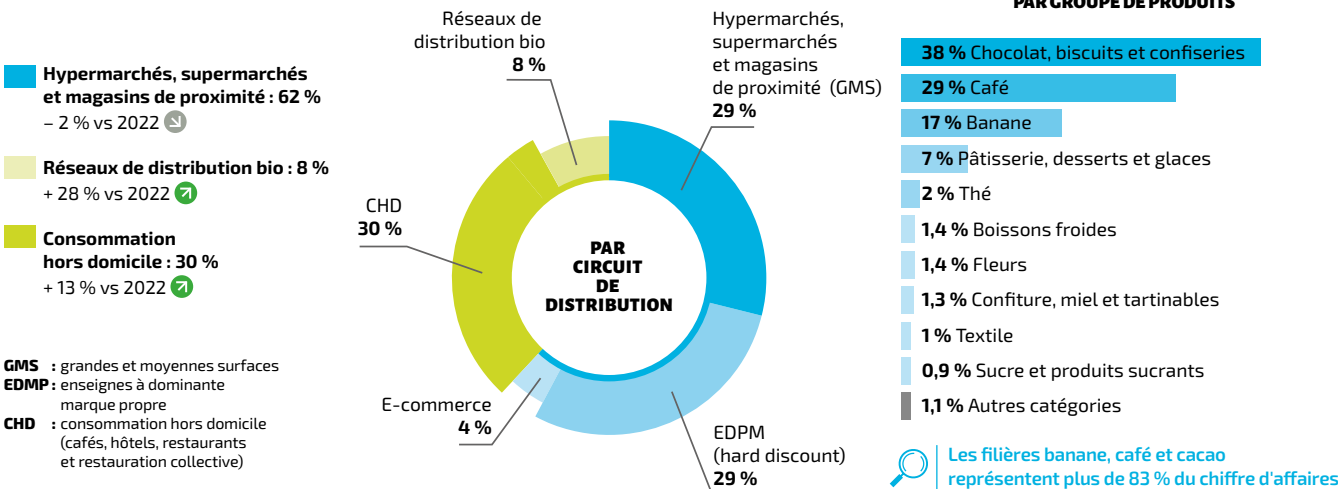
358
entreprises partenaires vendent en France des produits labellisés
➔ 190 étrangères
➔ 168 françaises

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

15,2 M€
de prime de développement versés
+ 1,2 % vs 2023



Répartition du chiffre d'affaires en 2024



Nouvelles offres

Outre la fidélité et l'engagement des consommatrices et consommateurs¹, la croissance est portée par l'innovation des entreprises partenaires engagées. De nombreux produits intégrant des ingrédients ou des matières premières du commerce équitable ont été élaborés : labellisation d'une gamme complète de **sucre de canne Saint Louis**, première gamme de rooibos **Lobodis** avec **La Route des Comptoirs**, lancement de la marque Les Chocolats de Pauline par **Saveurs & Nature** pour la grande distribution, lancement d'un P'tit Yop et d'une mousse au chocolat par **Yoplait** pour la restauration collective...

Satisfaire la demande de la restauration hors domicile en produits laitiers équitables

Le développement de la filière laitière équitable française s'est accéléré en 2024, avec le lancement de briques de lait de 1 litre de la marque régionale La Brique Rose, de Yéo Frais, et de deux références de la marque Campagne de France, pour satisfaire la demande croissante en restauration hors domicile (p. 21).

1. Le « Baromètre de la transition alimentaire » Max Havelaar France / OpinionWay de 2024 confirme la volonté des Françaises et Français d'adopter une consommation plus responsable face aux crises (inflation, crises agricole et écologique).



TRANSFORMER

Des filières en croissance

Le cacao, le café et la banane labellisés Fairtrade / Max Havelaar connaissent une augmentation de chiffre d'affaires dans un contexte de hausse généralisée des matières premières. Quant au lait certifié, il enregistre une progression prometteuse en 2024.

Chiffres fiables à 98 % en mai 2025. Les données définitives seront connues en juillet 2025.



CACAO

Des prix qui flambent et un marché en plein développement

La consommation de chocolat, produit plaisir par excellence, ne faiblit pas, même en temps de crise, alors que les prix du cacao ont flambé sur les marchés internationaux, à la suite de la chute de la production en Côte d'Ivoire et au Ghana. Conséquence, les prix des produits chocolatés ont augmenté de 5 à 10 %. Cette hausse a touché les produits labellisés Fairtrade / Max Havelaar. Dans un contexte de budget contraint, les gammes de tablettes de chocolat de marque de distributeurs ont enregistré des résultats remarquables dans les enseignes Lidl, Aldi, Action, Intermarché, Monoprix, Biocoop et La Fourche. La croissance est aussi le fruit des nombreux lancements de produits et de nouvelles entreprises engagées (Merveilles du Monde, Yoplait, Bonneterre, Saveurs & Nature...).

+ 8 % en volume ↗

17 372 tonnes de fèves vendues

520 M€ de chiffre d'affaires

2 409 références

3,8 M€ de prime de développement générés



CAFÉ

Les ventes résistent malgré l'envolée des prix

L'année 2024 a été marquée par une hausse historique des prix internationaux, causée par une sécheresse au Brésil (premier producteur mondial), et des précipitations excessives en Colombie, générant une réduction de la production et le plus haut niveau de prix de la livre d'arabica depuis quinze ans (3,48 dollars). Malgré la contraction de l'offre et la concurrence accrue, le marché des cafés labellisés Fairtrade / Max Havelaar France est resté stable. Suivant la tendance de consommation à budget restreint, les ventes ont connu une progression importante dans les enseignes de hard discount (+ 7 % en volume). La boîte des Petits Producteurs de Malongo reste un incontournable des rayons.

- 1 % en volume ↘

13 100 tonnes vendues

397 M€ de chiffre d'affaires

1 228 références

5,3 M€ de prime de développement générés



BANANE

Retour au niveau d'avant-crise

Autre produit emblématique du commerce équitable, la banane a retrouvé en 2024 des volumes record, équivalents à ceux d'avant-crise, ce qui s'explique par l'envolée de l'approvisionnement de bananes en France, par la performance des enseignes (les cinq premiers partenaires commerciaux sont en croissance) et par la solidité de la banane équitable dans le temps, restée une valeur stable pendant les deux années de crise.

+ 5 % en volume ↗

91 812 tonnes vendues

230 M€ de chiffre d'affaires

12 % de part du marché

4,6 M€ de prime de développement générés



© Freepik



LE LAIT ÉQUITABLE PREND SA PLACE EN RESTAURATION COLLECTIVE

Le lait certifié par Max Havelaar France est la première filière origine France du label. Deux coopératives sont actuellement engagées. Même si les volumes restent encore modestes, les produits répondent à une demande importante en restauration collective : l'exigence de la loi EGalim en matière de durabilité est un levier essentiel pour le développement de l'offre de produits laitiers équitables (p. 21).

Face aux crises agricoles, le label origine France prend racine

En 2024, la question du revenu agricole est plus que jamais au cœur du débat public. Alors que les mobilisations ont mis en lumière la précarité structurelle des agricultrices et agriculteurs en France, Max Havelaar France a réaffirmé que le commerce équitable n'a pas de frontières : c'est un principe universel qui s'applique dans les filières du monde entier. Cette conviction s'est exprimée à travers plusieurs initiatives au cours de l'année.



Plaidoyer en faveur d'une meilleure réglementation pour protéger les revenus des productrices et producteurs en France

Au Salon de l'agriculture comme à l'Assemblée nationale, Max Havelaar France a pris la parole pour expliquer les besoins des agricultrices et agriculteurs, et pour identifier les solutions à mettre en œuvre par les responsables politiques, mais aussi par les entreprises et les acheteurs publics : l'instauration de prix planchers pour certaines filières, l'intégration des impératifs sociaux et environnementaux dans les accords de libre-échange, l'application renforcée de la loi EGalim en restauration collective, ainsi que l'incitation à l'adoption des labels équitables par les entreprises et le renforcement de leur reconnaissance par les consommatrices et consommateurs.



↘
Deux livrets pour comprendre comment le commerce équitable répond aux difficultés des agricultrices et agriculteurs

NOTRE ENGAGEMENT AUPRÈS DES AGRICULTEUR-RICE-S EN FRANCE EST FONDÉ SUR LES MÊMES PILIERS DU COMMERCE ÉQUITABLE QUE CEUX QUI SONT DÉVELOPPÉS DEPUIS PLUS DE TRENTE ANS :

- ➔ un **prix minimal garanti**, défini pour chaque production et par territoire en concertation avec les producteur-rice-s ;
- ➔ une **prime collective**, dont l'utilisation est décidée démocratiquement par les producteur-rice-s certifié-e-s ;
- ➔ une **contractualisation sur trois ans**, qui sécurise l'engagement et la prise en compte des variations des coûts pour les agriculteur-rice-s ;
- ➔ une démarche de **progrès environnemental** avec des exigences progressives au fur et à mesure de la certification.

Un partenariat avec Yéo Frais et Les éleveurs de La Brique Rose pour soutenir la construction d'une filière locale et rémunératrice pour les éleveuses et éleveurs laitiers en Haute-Garonne

En 2024, l'association Les éleveurs de La Brique Rose et leur partenaire industriel Yéo Frais ont franchi une étape majeure en s'engageant pour le commerce équitable : en collaboration avec Max Havelaar France, ils ont lancé une brique de lait de 1 litre labellisée Fairtrade / Max Havelaar. L'objectif ? Rendre visible leurs actions en faveur d'une rémunération juste, sécuriser leurs volumes de production et valoriser leur lait sur le marché de la restauration hors domicile.





4



SENSIBILISER

Intéresser le grand public et les professionnels aux défis du commerce équitable

SALON DE L'AGRICULTURE

Cela fait déjà trois ans que Max Havelaar France participe à cet événement majeur, qui s'est déroulé en 2024 dans un contexte de crise. En tant qu'acteur du paysage agricole français, Max Havelaar France a déployé un dispositif important sur 80 mètres carrés pour montrer que le commerce équitable était une réponse aux préoccupations agricoles actuelles, notamment la question de la rémunération :

- ➔ des messages forts et des livrets pédagogiques ;
- ➔ des tables rondes d'experts du monde agricole (sur les questions de juste rémunération, de pouvoir d'achat, de fiscalité, de changement climatique, etc.) ;
- ➔ et toujours des animations et des dégustations en collaboration avec des partenaires, pour découvrir le commerce équitable de façon vivante et incarnée.

SALON INTERNATIONAL DE L'ALIMENTATION (SIAL)

Max Havelaar France était présente à la soixantième édition de ce carrefour international de l'innovation alimentaire bisannuel. Une nouvelle occasion de faire connaître les produits labellisés et les principes du commerce équitable aux fabricants, aux distributeurs, aux restaurateurs et aux importateurs-exportateurs, notamment à travers des dégustations proposées par ses partenaires commerciaux sur notre stand.



EQUIPHOTEL

Première participation de Max Havelaar France à ce salon international de l'hôtellerie-restauration pour présenter l'étendue de l'offre équitable d'articles en coton (linge et tenues professionnelles), de produits d'hygiène et de produits alimentaires (café et machines à café, cacao, fruits, snacking, produits laitiers origine France, etc.).

MAIS AUSSI :



natexpo
Salon professionnel international des produits biologiques



FÊTE DE L'HUMANITÉ

Cela fait plusieurs années que Max Havelaar France honore ce rendez-vous militant, en y tenant un stand. Cette année, elle a animé un débat sur le devoir de vigilance des grandes entreprises.



SALON DU CHOCOLAT
MONDIAL DE CHOCOLAT & DU CACAO
ET DE LA PÂTISSERIE

Mettre en lumière les messages grâce une communication multicanale

Numérique

RÉSEAUX SOCIAUX

➔ 600 publications

LETTRES D'INFORMATION

➔ 14 000 abonnés

(partenaires économiques et institutionnels, grand public...)

OPÉRATION MAIQUITABLE

Pour que les consommatrices et consommateurs deviennent les héros de l'équitable

À l'occasion de la Quinzaine du commerce équitable (QCE), Max Havelaar France a créé une plateforme en ligne de défis ludiques pour inciter les consommatrices et consommateurs à vivre l'équitable pendant tout le mois de mai.

➔ 4 défis

➔ 1 badge par défi

➔ 26 marques partenaires engagées



Campagnes

FAIR FUTURE

À destination des jeunes actifs

Dans le cadre du programme Fair Future 2, soutenu par l'Agence française de développement (AFD), Max Havelaar France a mené une campagne vidéo sur les défis du commerce équitable auprès des actifs de 25 à 30 ans.

➔ 3 vidéos d'une minute créées avec l'agence Les Vidéalistes et les humoristes youtubeurs Ludovik et Kemar

➔ Thèmes : les conditions des producteur-riche-s de café, le droit des travailleur-se-s du textile, et la déforestation

➔ Diffusion sur Facebook, sur Instagram et sur YouTube

➔ + de 7,8 millions de personnes touchées



CAFÉ : sensibiliser le public aux difficultés des producteur-riche-s

Face à la flambée des coûts de production et aux difficultés grandissantes résultant du changement climatique, les producteur-riche-s de café abandonnent leurs exploitations à la recherche de nouvelles perspectives.

Max Havelaar France a donc lancé la campagne « Pas de producteurs... pas de café ! », pour alerter sur cette situation et présenter et expliquer la valeur ajoutée du label Fairtrade / Max Havelaar

Diffusion :

➔ dans une centaine de stations de métro

➔ sur les réseaux sociaux

➔ 1,7 millions de personnes touchées



Retombées médiatiques

➔ 654 parutions dans la presse

➔ 45 interviews

➔ 7 tribunes cosignées par des député-e-s et des personnalités publiques

Quinzaine du commerce équitable

➔ 5 interviews et 47 articles

Voyage de presse au Laos avec le magazine Géo, à la rencontre des producteur-riche-s

➔ Publication à paraître en 2025



Cinquième « Baromètre de la transition alimentaire »

Max Havelaar France / OpinionWay

➔ 31 parutions dans la presse



Le Monde

LesEchos





5

MOBILISER

Un pôle pour déployer l'engagement

L'année 2024 a marqué la volonté de l'association de renforcer la mobilisation, en constituant une équipe spécialisée et en élaborant une stratégie pour développer sa communauté, grâce à des initiatives citoyennes et étudiantes.

➔ **ATTEINDRE DE NOUVEAUX PUBLICS ET PARTENAIRES**
à travers des actions innovantes

En septembre 2024, Max Havelaar France a lancé un outil donnant le pouvoir d'agir aux citoyennes et citoyens, par l'interpellation de leurs élus locaux quant à la situation dans les cantines scolaires, et l'invitation à y proposer du chocolat équitable.

➔ <https://interpellation.maxhavelaarfrance.org>



+ de **300** villes ont été interpellées par des citoyennes et citoyens. Une action relayée par de nouveaux partenaires de la société civile, comme la Fédération des conseils de parents d'élèves (FCPE), ou encore l'ONG All4trees.



➔ **ÊTRE IDENTIFIÉE COMME UNE ONG DE MOBILISATION**
en portant les demandes citoyennes sur le terrain

C'est ce que Max Havelaar France a fait au Congrès des maires 2024, en interpellant les personnalités politiques pour les sensibiliser et les pousser à agir dans leurs collectivités (photo ci-contre).



➔ **RENFORCER LES CAPACITÉS D'ACTION DES JEUNES**
avec le programme Génération équitable

Cette initiative, portée avec l'association FAIRE un monde équitable, accompagne les étudiantes et étudiants dans la diffusion des valeurs du commerce équitable sur leur campus.



Quatre actions majeures déployées en 2024

1 Avec le soutien financier de l'Agence française de développement (AFD), un groupe d'étudiantes et étudiants a été formé à la prise de parole en public et aux techniques de plaidoyer. Max Havelaar France l'a accompagné pour élaborer un manifeste et un débat en amont des élections européennes.



2 Des ambassadrices et ambassadeurs ont été mobilisés et soutenus pour intervenir au European Youth Event et lors des événements-clés auxquels participait Max Havelaar France : Fête de l'Humanité, convention des partenaires, ou encore assemblée générale.

3 Concours d'éloquence : « Défends ta vision d'une agriculture et d'une alimentation soutenables ».



Lancé en 2023, ce projet a été conçu par Bio Consom'acteurs, en partenariat avec Max Havelaar France et FAIRE un monde équitable, dans le cadre du programme Fair Future 2, et avec le soutien de l'AFD. L'objectif ? Doter les jeunes de connaissances des défis du commerce équitable et de l'agriculture biologique, et de techniques oratoires. Pendant près d'un an, une trentaine d'étudiantes et étudiants volontaires de quatre universités françaises ont suivi un parcours de formation en partenariat avec Eloquentia. Le 30 septembre, les finalistes choisis pour défendre les couleurs de leur université ont présenté leur plaidoirie au campus des Cordeliers (La Sorbonne). Objectif atteint pour devenir des ambassadrices et ambassadeurs avertis ayant développé expertise et esprit critique.

4 Inspirer et inciter les associations étudiantes à porter des projets partout en France pour changer les pratiques et instaurer une alimentation plus juste et plus équitable sur les campus. À l'occasion de la cinquième édition de l'appel à projets innovants « Cultiver l'équité », lancé dans le cadre du programme Génération équitable, dix associations ont présenté des actions pour leurs campus. Lors d'une cérémonie conviviale, un jury d'experts a décerné quatre grands prix et quatre prix tremplin, soulignant l'ingéniosité et l'engagement de la jeune génération.



À SUIVRE EN 2025



En 2024, l'équipe a réfléchi à des programmes supplémentaires destinés à de nouveaux publics, afin d'élargir le spectre d'action. Ces programmes seront mis en place dès 2025.

Fairtrade Academy

Un programme qui s'adresse aux **étudiantes et étudiants des universités et des écoles** pour leur permettre d'appréhender les valeurs du commerce équitable Fairtrade / Max Havelaar, de manière ludique et pédagogique, afin de les comprendre, de les respecter et de les défendre au quotidien.

Fairtrade @work

Un programme pour donner les moyens d'agir et de porter les valeurs du commerce équitable Fairtrade / Max Havelaar **en milieu professionnel**.



Pour en savoir plus
mobilisation@maxhavelaarfrance.org

Une démarche de responsabilité sociale pour un **ÉLAN COLLECTIF**

Chaque année, Max Havelaar France met en place un plan d'actions prenant en compte ses priorités aux niveaux social et environnemental. En 2024, l'organisation a atteint 90 % de ses objectifs, attestant du bon degré d'appropriation de sa démarche, à travers **trois piliers**.



1 Garantir un cadre favorable à l'épanouissement des collaboratrices et collaborateurs

Max Havelaar France déménage en 2025

Pour améliorer les conditions de travail, répondre aux attentes énoncées dans l'enquête sur la qualité de vie et les conditions de travail et remplir les besoins d'une équipe qui s'est agrandie, Max Havelaar France a choisi de s'installer à L'Arboretum, un **campus d'entreprises à Nanterre, 100 % bois et écoconçu**. L'objectif est également de réduire l'impact environnemental de son activité.

Ressources humaines : l'importance de la formation

Afin que chaque collaboratrice et collaborateur puisse développer pleinement ses compétences et évoluer durant son parcours au sein de l'association, la priorité est portée sur la formation. Max Havelaar France a construit un **plan annuel de développement des compétences** à partir des demandes qui ont été exprimées.

En 2024

53 % des salarié-e-s ayant fait une demande de formation en ont suivi au moins une dans l'année.

23 formations, soit 566 heures

1 205 euros de budget moyen par salarié-e

En parallèle, des réunions générales bimestrielles permettent aux collaboratrices et collaborateurs de partager leur expertise du métier, et des ateliers thématiques sont proposés pour développer des compétences transverses (gestes qui sauvent, gestion du stress au travail...).

Améliorer la marque employeur

Un important travail a été mené afin de développer la visibilité et l'attractivité de l'association, notamment l'actualisation de la page sur la plateforme Welcome to the Jungle, et la **participation aux salons étudiants** (Paris-Nanterre, Sciences Po, AgroParisTech). En 2024, le nombre de candidatures a doublé par rapport à 2023.

Favoriser le bien-être au travail

La cohésion et le renforcement du collectif ont été le fil rouge des actions en 2024, à travers le maintien d'activités de bien-être (yoga...), des moments informels conviviaux, ou encore la **participation au Trailwalker Oxfam** de Dieppe, mais aussi le **teambuilding** estival de deux jours à l'Écosite de Villorceaux.



2 Améliorer l'impact économique et social dans les relations avec les parties prenantes externes

Développer le lien avec l'écosystème local

- ➔ Depuis 2023, les collaboratrices et collaborateurs peuvent effectuer **deux demi-journées de volontariat** dans l'année pour soutenir l'association Relais-Bébé de Nanterre, qui aide des mères et des familles en situation de précarité (collecte et distribution des produits maternels) : en 2024, douze salarié-e-s (un quart de l'équipe) ont répondu à l'appel.
- ➔ Dans le cadre de la collaboration avec Règles élémentaires, Max Havelaar France a organisé une collecte de produits périodiques en faveur de femmes en situation de précarité menstruelle.



3 Réduire l'impact environnemental

L'analyse menée en 2024 a permis d'enrichir le catalogue de fournisseurs responsables et d'identifier les marges d'amélioration : seuls 23 % des achats sont faits auprès de fournisseurs dont la démarche de responsabilité sociale (RSE) est exemplaire. La stratégie 2025 consiste à viser 100 % d'achats responsables à terme.

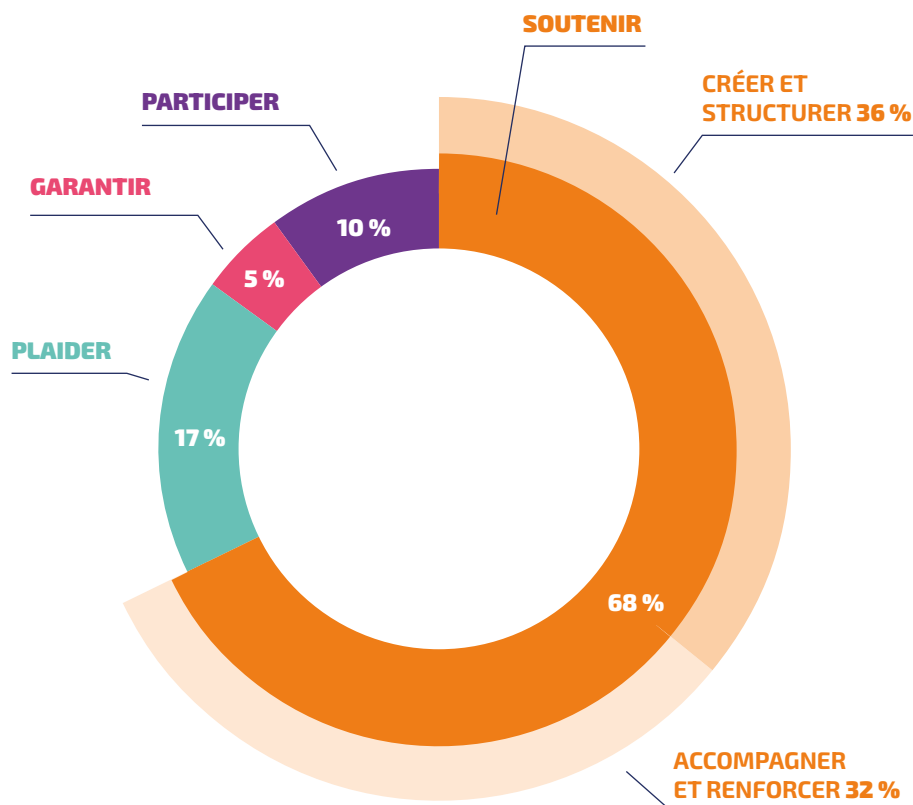
En 2024

- ➔ Animation d'une fresque numérique
- ➔ Sensibilisation sur la pollution numérique
- ➔ Digital Cleanup Day



Utilisation des ressources EN 2024

- SOUTENIR les producteur·rice·s du Sud et du Nord
- CRÉER ET STRUCTURER des débouchés commerciaux équitables pour les producteur·rice·s
- ACCOMPAGNER ET RENFORCER les organisations de producteur·rice·s
- PLAIDER et sensibiliser
- GARANTIR la bonne utilisation du label
- PARTICIPER : frais de structure et de gouvernance
Max Havelaar France et Fairtrade International



UN MODÈLE FINANCIER SOLIDE

Max Havelaar France est une association qui **s'autofinance à 93,7 %**. Son modèle économique 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 affecté à l'objet social, conformément à la législation en vigueur. Les comptes sont régulièrement vérifiés par les instances de gouvernance et ils sont certifiés par un commissaire aux comptes.

En 2024, **les revenus de l'association se sont élevés à 8,8 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 consommatrices et consommateurs engagé·e·s, ONG et organisations œuvrant dans le domaine du développement durable ou de la solidarité internationale, réseaux de productrices et producteurs, et entreprises partenaires expertes.

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



Association Max Havelaar France

Arboretum

1, place des Papeteries – 92000 NANTERRE

info@maxhavelaarfrance.org

www.maxhavelaarfrance.org

