



# LE COMMERCE ÉQUITABLE DU CAFÉ

Pour un café qui fait vraiment du bien!



FAIRTRADE  
MAX HAVELAAR  
BELGIUM

LA COOPÉRATION  
BELGE AU DÉVELOPPEMENT .be







<b>Chaud le café!</b>	<b>4</b>
<b>Arabica et robusta, du grain à la tasse</b>	<b>6</b>
Du grain à la tasse	6
Les principaux pays producteurs de café	8
Les principaux pays importateurs de café	8
La filière du café sous pression	10
<b>A quels défis sont confrontés les producteurs?</b>	<b>13</b>
Les fortes fluctuations de prix du café	13
Le changement climatique menace des milliers de producteurs	15
Un pouvoir accru pour négocier les prix	16
L'accès à l'assistance technique	17
<b>Le commerce équitable du café</b>	<b>19</b>
L'action du commerce équitable	19
Le café équitable en chiffres	21
Le commerce équitable place la barre plus haut	22
Témoignages de producteurs	24
<b>Switcher vers l'équitable, une bonne affaire!</b>	<b>26</b>
Pourquoi ces entreprises ont-elles opté pour l'équitable ?	26
La demande de café équitable continue à augmenter	28
L'équitable dans le circuit 'out of home' : quelques idées...	28
Et vous? Etes-vous consommateur ou consommateur ?	30

# Chaud le café



**D'un noir irrésistible.  
Délicieusement brûlant.  
Si puissant et intense...**

Tout le monde (ou presque) en raffole. Vous aussi ? Vous n'êtes pas le seul. Le café est aujourd'hui plus «*hot*» que jamais partout dans le monde.

**Les bars à café branchés** attirent chaque jour des millions de personnes. Une nouvelle génération d'entrepreneurs crée des concepts toujours plus innovants. Songez, par exemple, à «*Wash & Coffee*», un salon lavoir où l'on peut aussi s'offrir un café «plus propre». Ou au très stylé «*Stilleven met koffie*» où l'on déguste son café dans de la vaisselle ancienne, entouré de meubles vintage. Quant à «*The Village*», il propose une combinaison parfaite de café et de bonne musique. Haute teneur en *rock 'n roll* garantie.

**Boire du café, c'est un style de vie.**

**A la maison, au travail, au café du coin, après un bon repas, le café est devenu incontournable.**

L'offre de café est aussi très vaste en grandes surfaces. A la maison, vous aurez vite fait de préparer un café latte dans les règles de l'art. La petite tasse de café est devenue un vrai moment de plaisir parfaitement adapté à nos modes d'alimentation actuels. Boire du café, c'est vraiment un style de vie.

Et faites le compte: au total, nous buvons une solide dose de café. Le matin, pour nous réveiller, l'après-midi, pour rester éveillé, le soir après le repas, pour le plaisir,

tout simplement. Savez-vous que le Belge consomme en moyenne **7,3 kg de café brut** par an, soit 4,3 tasses **par jour**? Voyons donc d'où vient tout ce café.

**Chaque grain de café a sa propre histoire.**

Une histoire qui parle de production et de commerce :

Vous croyez que les **producteurs de café** font de bonnes affaires? Eh bien non. En moyenne, ils touchent à peine 7 à 10 % du prix de vente en grandes surfaces. Presque tout est empoché par les (trop) nombreux intermédiaires de la filière. Conséquence : des millions de petits producteurs sont confrontés à de très gros problèmes. Ils ont souvent le dessous lors des négociations avec les acheteurs. Et cela n'est pas favorable à la qualité de votre café.

**Heureusement, il y a le commerce équitable.**

Notre objectif? Construire un pont entre les petits producteurs qui sont au départ de la filière du café et le consommateur final que vous êtes. Un pont qui soutient l'établissement de **relations commerciales correctes** garantissant aux producteurs le paiement d'un prix équitable pour leurs produits. Un prix qui leur permette de combattre la pauvreté et de prendre eux-mêmes leur avenir en main.

Cette brochure vous explique comment nous agissons concrètement en faveur des producteurs de café du Sud. Lisez-là en buvant une bonne petite tasse de café. Équitable, naturellement.

☪ Quelque **125 millions de personnes** dans le monde vivent du café.

Le café est le produit agricole tropical le plus valorisé et commercialisé. ☪

☪ **25 millions de petits producteurs fournissent** 80% de l'ensemble du café.

☪ En 2011, la production mondiale de café a atteint **7,9 millions de tonnes**, la vente se faisant en sacs de grains verts de 60 kg en moyenne.

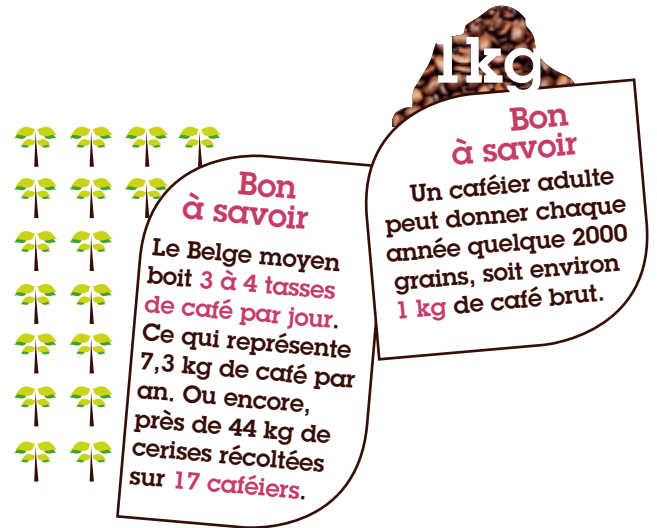
☪ Le café représentait à l'échelle mondiale une valeur marchande de plus de **70 milliards de dollars**.

☪ La consommation de café d'ici 2019 est évaluée à **9,09 millions de tonnes**.



# Arabica et robusta, du grain à la tasse

La production de café requiert peu de machines. Les plantations, l'entretien et la récolte se font manuellement. Il faut compter environ quatre ans pour qu'un plant de café donne des fruits et six ans pour que la production soit vraiment optimale. A partir de cet âge, le plant de café peut encore porter des fruits pendant vingt ans si la température et la pluviosité restent constantes.



## DU GRAIN À LA TASSE



## 1. LA VOIE HUMIDE

La voie humide est surtout indiquée pour le **café arabica**. Ce processus offre une meilleure qualité, gage d'un prix de vente plus intéressant.

### Nettoyage

Les cerises sont lavées par le producteur ou au centre de lavage.

### Élimination des cerises défectueuses

Dans le bassin, les cerises défectueuses flottent. Elles sont éliminées.

### Dépulpage

La pulpe des fruits est enlevée dans une machine «dépulpeuse» et les grains de café sont ainsi libérés.

### Fermentation et séchage

Une fois la fermentation terminée, les grains sont mis à sécher au soleil sur une dalle de béton.

### Epluchage et emballage

- La dernière enveloppe du grain est retirée dans une éplucheuse.
- Les grains sont ensuite ensachés.

## 2. LA VOIE SÈCHE

La voie sèche est la méthode utilisée pour la plupart des **cafés robusta** et pour l'**arabica brésilien**.

### Séchage

- Les cerises sont étalées sur des aires de séchage au soleil.
- Durant quatre semaines, elles sont régulièrement remuées pour éviter toute fermentation.

### Décorticage et emballage des grains

- Les grains sont à présent décollés dans les cerises.
- La peau, la pulpe et la dernière enveloppe sont ôtées mécaniquement.
- Les grains sont prêts à être mis en sacs.

## Exportation

Arrivée au port d'Anvers



Les grains verts sont torréfiés durant 8 à 15 minutes à une température variant de 180° C à 240° C. Le prix de vente variera selon le mode de torréfaction : plus brève est la torréfaction, plus douce est la saveur. A condition, toutefois, que la température ne soit pas trop élevée. Car si une torréfaction brève effectuée à haute température assure un rendement élevé et un prix plus bas, la qualité en est amoindrie.

## Emballage:

**Dans les 24 heures suivant la torréfaction**



## LES PRINCIPAUX PAYS PRODUCTEURS DE CAFÉ

Plus de septante pays dans le monde produisent du café. Mais, en tête du classement, les quatre pays suivants assurent 60% de la production totale de café. :

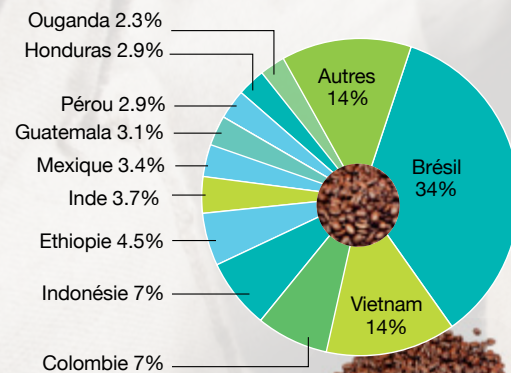
1. Brésil
2. Vietnam
3. Colombie
4. Indonésie

## LES PRINCIPAUX PAYS IMPORTATEURS DE CAFÉ

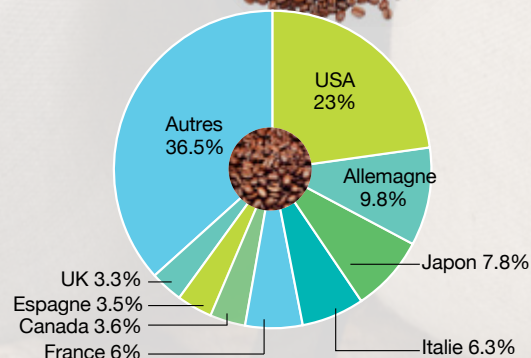
■ Les pays producteurs de café, Brésil en tête, **consomment eux-mêmes 30%** du café commercialisé sur le marché mondial.

■ Les 70% restants sont **commercialisés à l'international**. Les plus gros importateurs sont les Etats-Unis, l'Allemagne et le Japon.

■ Si, en 2010, les Etats-Unis ont importé 1,5 million de tonnes de café, la **Belgique**, pour sa part, en a accueilli 349.289 tonnes, dont une grande part a été revendue sur le marché européen.



Source: ICO



Source: ICO



## LES DEUX PRINCIPALES ESPÈCES DE CAFÉ



**Arabica**

plus douce,  
plus fine

Température  
de croissance

15°C - 25°C

Localisation:

en haute  
altitude

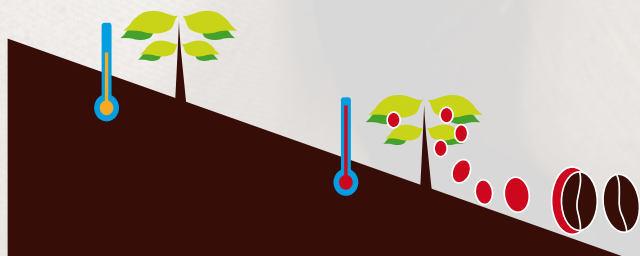


**Robusta**

plus forte

24°C - 30°C

au niveau de  
la mer



## Bon à savoir

Une étude sur la composition du prix d'un café de qualité en provenance du Kenya (2011) révèle que **87%** du prix de vente en grande surface revient aux importateurs, torréfacteurs et chaînes de supermarchés tandis que le producteur n'en touche que **7%**.



**Coopératives**

## LA FILIERE DU CAFÉ SOUS PRESSION

### Les producteurs à petite échelle

La plupart des producteurs **récoltent eux-mêmes leur café**. Lorsque les grains sont mûrs, ils en remplissent quelques sacs pour les vendre aussi vite que possible. Ces cultivateurs habitent dans des régions retirées et n'ont souvent qu'un accès difficile à l'eau courante et l'électricité ainsi qu'aux moyens de transport. C'est pourquoi ils en savent (trop) peu sur les cours du marché international et ne sont pas en mesure – ou à peine – de choisir les acheteurs de leurs grains.

Ils se contentent donc du premier acheteur venu, même si le prix proposé est beaucoup trop bas. Heureusement, depuis quelques années, un grand nombre de producteurs **se sont réunis** et sont devenus un peu plus forts, grâce notamment aux informations qu'ils s'échangent par GSM.

Dans les années '70, un producteur recevait 20% du prix de vente au consommateur. Ce pourcentage a chuté jusqu'à 3% et même 1% lors de la crise du café. Il se situe actuellement **entre 7 et 10%**.

**7%**  
du prix de vente







## Les importateurs et torréfacteurs

Il est difficile de déterminer avec précision le **gain réalisé** par les entreprises sur la vente du café. Quelques multinationales répartissent systématiquement ces revenus par produit dans leurs rapports financiers. Toutefois, même une estimation prudente fait clairement apparaître qu'il est question de centaines de millions de dollars par an. Chez Kraft Foods, par exemple, le café représentait, en 2010, 11% du total des revenus qui se montaient à 49,2 milliards de dollars. Et ce, avec deux marques réalisant chacune 1 milliard de dollars.

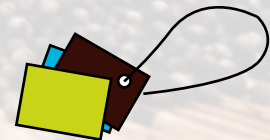
**Conclusion :** le café est une matière première qui rapporte gros à de nombreuses entreprises alimentaires.



du prix de vente

## Le choix offert au consommateur : vraiment si large ?

En tant que consommateur, vous disposez d'un large choix en grande surface. De nombreuses marques de café y sont en effet proposées. Mais derrière ces marques, on ne trouve **que quelques grosses entreprises**. Le café Douwe Egbert ne se vend pas uniquement sous ce nom. Des marques telles que Chat Noir, Mildou, Jacqmotte et Senseo appartiennent aussi au groupe Douwe Egbert. Résultat : un paquet vendu sur deux est du café Douwe Egbert. A côté de cela, on trouve le café vendu sous marque de distributeur. Et finalement, il ne reste que 5% pour les autres marques. Celles de torréfacteurs moins importants en volume mais non moins passionnés.









## A quels défis sont confrontés les producteurs ?

### LES FORTES FLUCTUATIONS DE PRIX DU CAFÉ

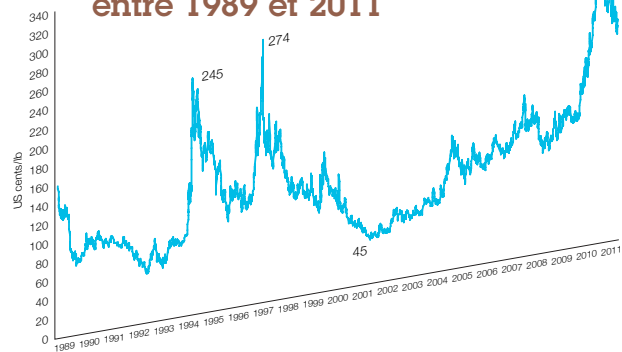
La production globale de café varie d'une année à l'autre.

Pluies, sécheresses et maladies sont autant de facteurs qui rendent le **marché du café instable** et en proie à de fortes fluctuations de prix.

Cette instabilité est lourde de conséquences pour les producteurs. Prévoir les revenus de la saison suivante et le budget dont ils disposeront pour leur famille et leur plantation revient chaque année... à lire l'avenir dans le marc de café !

Il suffit de quelques mauvaises **saisons** pour que les producteurs ne puissent remplacer les plants anciens, ni payer les frais médicaux, ni envoyer leurs enfants à l'école car ils ont besoin de leur aide aux champs.

### Fluctuations du prix sur le marché de l'arabica entre 1989 et 2011



## Comment se passe le commerce du café ?

De deux façons, comme c'est le cas pour les autres matières premières :

1. par achat et vente physiques,
2. sur les marchés à terme internationaux.

Les **négociants** appliquent les deux méthodes. Ils se protègent ainsi contre les risques futurs liés aux fluctuations de prix et contre les variations des cours boursiers. En soi, il s'agit là d'une façon normale d'agir en affaires car c'est ainsi qu'est fixé le **prix international du café**. Mais à partir du moment où il n'y a plus de relation entre le café et les négociants, on tombe très vite dans la spirale de la spéculation.

### La spéculation perturbe le marché.

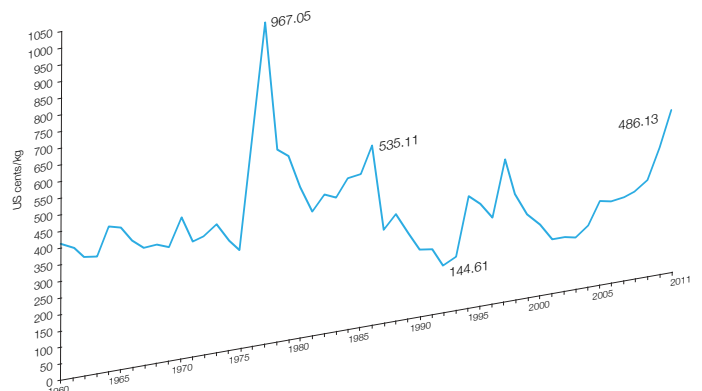
Les institutions financières (*via les hedge funds*, par exemple) et les particuliers spéculent par l'intermédiaire des marchés à terme sans avoir la moindre relation avec le commerce du café. Cette pratique exerce une forte pression sur le secteur car elle perturbe sérieusement le marché.

Pour expliquer la hausse tragique des prix du café en 2010, **Howard Schultz, CEO de Starbucks**, a pointé du doigt les spéculateurs financiers : «*C'est de la spéculation financière sous son jour le plus mauvais. Avec, pour conséquence, une forte volatilité des prix, sans aucun rap-*

*port avec des catastrophes climatiques ou autres fléaux. Cette spéculation doit dès lors être contrée d'urgence.*»

A l'opposé des prix record atteints récemment par le café, se profile **à long terme une chute du prix**. La hausse actuelle des cours sur le marché entraîne une augmentation importante des coûts de production. Tout augmente d'un coup : l'alimentation (qui, chez les plus pauvres, représente souvent 60% voire 80% du budget), le carburant, les transports, l'école et les soins médicaux. Et il en va de même pour le prix de la main d'œuvre, des engrais (qui ont augmenté de 45% de 2010 à 2011) et des pesticides. La dévaluation du dollar et l'augmentation des prix du marché ont fait **doubler les coûts de production**. Résultat : les cultivateurs gagnent moins qu'auparavant.

### Les prix du café arabica en termes réels entre 1960 et 2011





Anna Mlay, productrice de café et membre de la KDCU, en Tanzanie

## «Les cultivateurs ont faim.»

*«En janvier, nous attendions de fortes pluies, indispensables à la floraison de nos plants. Mais rien n'est tombé. Conséquence : une bonne partie de nos caféiers n'ont pas fleuri comme il le faut et n'ont pas donné de fruits. Beaucoup d'organisations membres de notre coopérative nous font savoir que les cultivateurs ont faim et que leurs enfants ne peuvent plus aller à l'école. Les gens d'ici dépendent du café. Et il y a peu d'alternatives car le climat ne s'y prête pas.»*

## LE CHANGEMENT CLIMATIQUE MENACE DES MILLIERS DE PRODUCTEURS

**Il est vital de trouver de nouvelles solutions stratégiques.**

La menace est déjà perceptible. Les producteurs sont d'autant plus atteints par le changement climatique qu'ils étaient déjà fragiles auparavant. Ils doivent trouver de nouvelles stratégies pour **s'adapter à ce changement** tout en y contribuant eux-mêmes le moins possible. Par exemple, un système d'irrigation plus efficace, des dispositifs de lutte contre l'érosion (terrasses, plantations de haies,...), des terrasses à haute altitude, ou encore, davantage de plantations d'arbres pour l'ombrage, afin de limiter la perte d'humidité et de protéger les sols.

**Un soutien technique et financier est nécessaire.**

Dans les circonstances extrêmes, il arrive que les cultivateurs doivent déménager vers des régions de plus haute altitude. Une alternative existe pourtant : la diversification des cultures. Pour beaucoup de cultivateurs, cette «solution» n'est toutefois pas réaliste dans la mesure où **ils manquent de terres, de moyens financiers et de formation**. Les gouvernements ont à cet égard un rôle important à jouer en donnant aux cultivateurs les terres et les infrastructures nécessaires à leur développement.





## UN POUVOIR ACCRU POUR NÉGOCIER LES PRIX

Les petits producteurs n'ont généralement pas accès - ou n'ont qu'un accès très limité - à l'**information relative aux marchés et aux prix**. Comme la vente de café constitue leur (seule) source de revenus, ils font tout pour que cette vente ait lieu le plus rapidement possible. Avec, pour conséquences, une **position particulièrement faible lors de la négociation** sur la vente des grains et des revenus forcément très bas.

Du producteur au consommateur, toute une série d'acteurs interviennent. Il est donc difficile pour le producteur de savoir exactement ce que veut le consommateur et de miser intelligemment sur cette demande. Il lui est donc quasi impossible de **créer de la valeur ajoutée** en prenant en compte les souhaits du consommateur.

C'est pourquoi plusieurs grandes entreprises **prennent en main la filière complète**. Elles rendent dépendants les producteurs en achetant leurs terres et les font travailler comme ouvriers agricoles. Les cultivateurs perdent ainsi le contrôle de leur propre production. On voit, par exemple, des entreprises qui essaient de s'approprier les producteurs par le biais de plants de café manipulés génétiquement : l'acheteur dispose ainsi du café de son choix pour ses clients et le producteur est lié pour longtemps à l'acheteur.

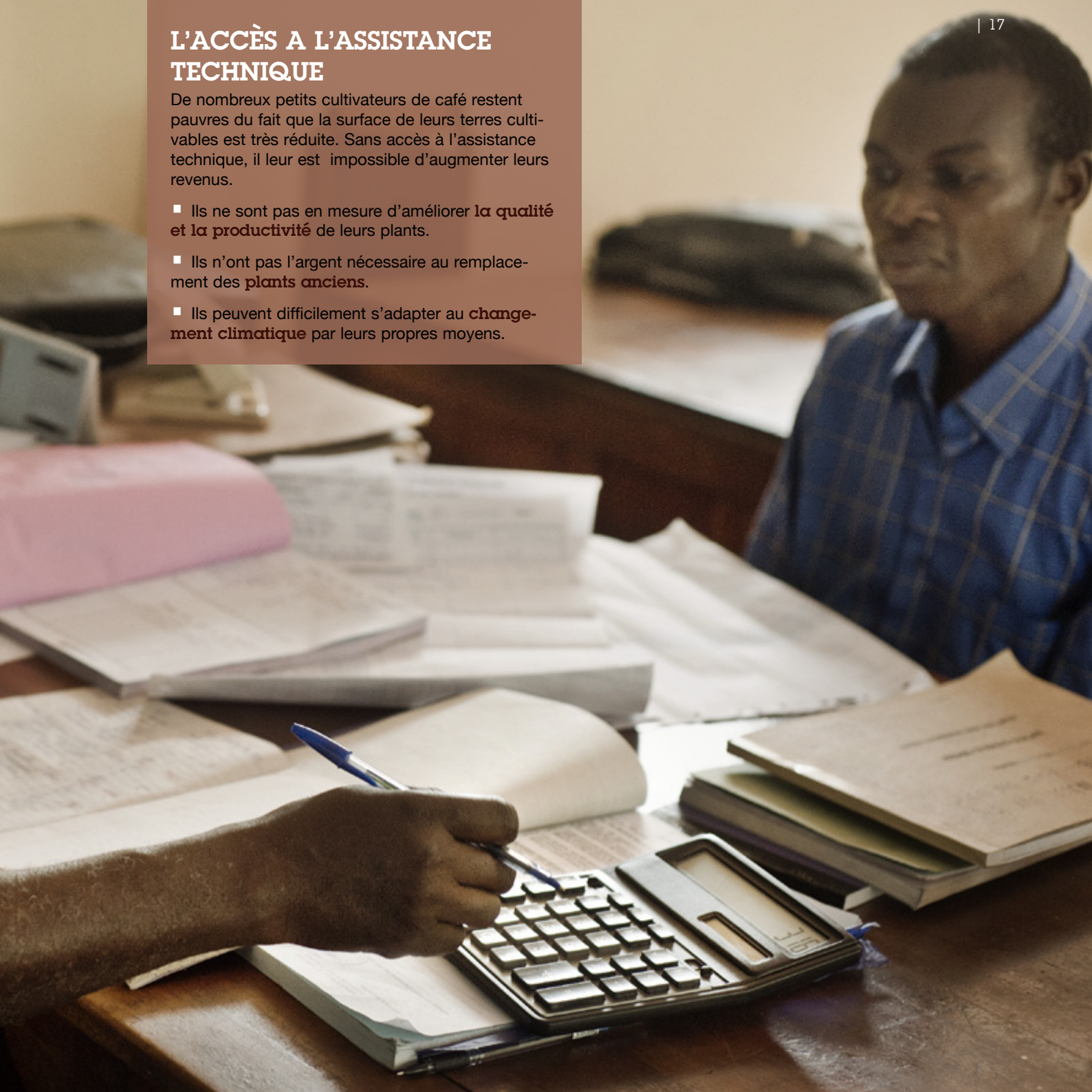




## L'ACCÈS A L'ASSISTANCE TECHNIQUE

De nombreux petits cultivateurs de café restent pauvres du fait que la surface de leurs terres cultivables est très réduite. Sans accès à l'assistance technique, il leur est impossible d'augmenter leurs revenus.

- Ils ne sont pas en mesure d'améliorer la **qualité** et la **productivité** de leurs plants.
- Ils n'ont pas l'argent nécessaire au remplacement des **plants anciens**.
- Ils peuvent difficilement s'adapter au **changement climatique** par leurs propres moyens.









## Le commerce équitable du café

En Belgique, le **commerce équitable** est représenté par le label «**Fairtrade Max Havelaar**», un label de qualité international, qui est entre les mains de producteurs, d'organisations Fairtrade, d'ONG et d'acteurs économiques.

### L'ACTION DU COMMERCE ÉQUITABLE

Le commerce équitable – ou Fairtrade - donne aux petits producteurs du Sud la possibilité de :

- renforcer leur pouvoir de négociation sur le marché ;
- combattre la pauvreté ;
- prendre eux-mêmes leur avenir en main.

En d'autres mots, le commerce équitable stimule le **développement social, économique et écologique d'organisations de producteurs à petite échelle**. En contrepartie d'un mode de production durable, les producteurs du système Fairtrade bénéficient d'un prix équitable qui couvre les coûts de production et leur donne une prime de développement. Le commerce équitable offre ainsi aux producteurs un **réseau viable dans un marché instable**.

### Le label Fairtrade est contrôlé et certifié par FLO-Cert

L'organisation de certification indépendante **FLO-Cert** est conforme à la norme ISO 65. Ce qui assure l'intégrité du système et garantit que les critères du commerce équitable, fixés par Fairtrade International, sont bien respectés.



## Quelles sont les principaux critères du commerce équitable pour le café ?

### ▪ Un système réservé aux organisations de petits producteurs.

Pour entrer en ligne de compte, les producteurs doivent se réunir en **coopératives**. Ils en acquièrent plus de force sur le marché et bénéficient d'économies d'échelle.

### ▪ La garantie de techniques de production adaptées.

Grâce à la concentration sur l'**agriculture à petite échelle**, nous pouvons garantir la mise en place de modes de production respectueux de la nature et propices à la biodiversité.

### ▪ L'assurance d'un prix minimum.

- Notre prix minimum est de **\$1,4 pour une livre de grains de café arabica**. Si le prix du marché est plus élevé, le prix minimum s'aligne sur ce prix (+\$0,3 pour le café bio).
- Pour les grains de café robusta, le prix minimum est de **\$1,01 la livre** et il s'aligne également sur le prix du marché si celui-ci est plus élevé (+\$ 0,3 pour le café bio)

### ▪ Une prime pour la coopérative.

L'organisation de producteurs reçoit **\$0,2 dollars par livre** de grains de café. Ce montant est destiné à financer :

- des investissements au bénéfice de la **communauté**. Par exemple, dans des projets d'enseignement,
- des investissements dans des **projets environnementaux**. Par exemple, pour la conversion à l'agriculture biologique,
- l'amélioration de la **qualité de la production de café**. 25% du montant total des primes est ainsi investi dans un programme d'amélioration de la qualité et de la productivité.

### ▪ Le préfinancement possible jusqu'à 60% du prix d'achat.

Concrètement, cela signifie que la coopérative peut payer ses membres directement, à la livraison des grains de café.

### ▪ Un système décisionnel démocratique accordant les mêmes droits à tous les membres.

Ce système assure des droits égaux à tous les membres de la coopérative.

### ▪ Des pratiques agricoles responsables via de stricts critères environnementaux.

Les critères équitables relatifs à l'environnement mettent l'accent sur :

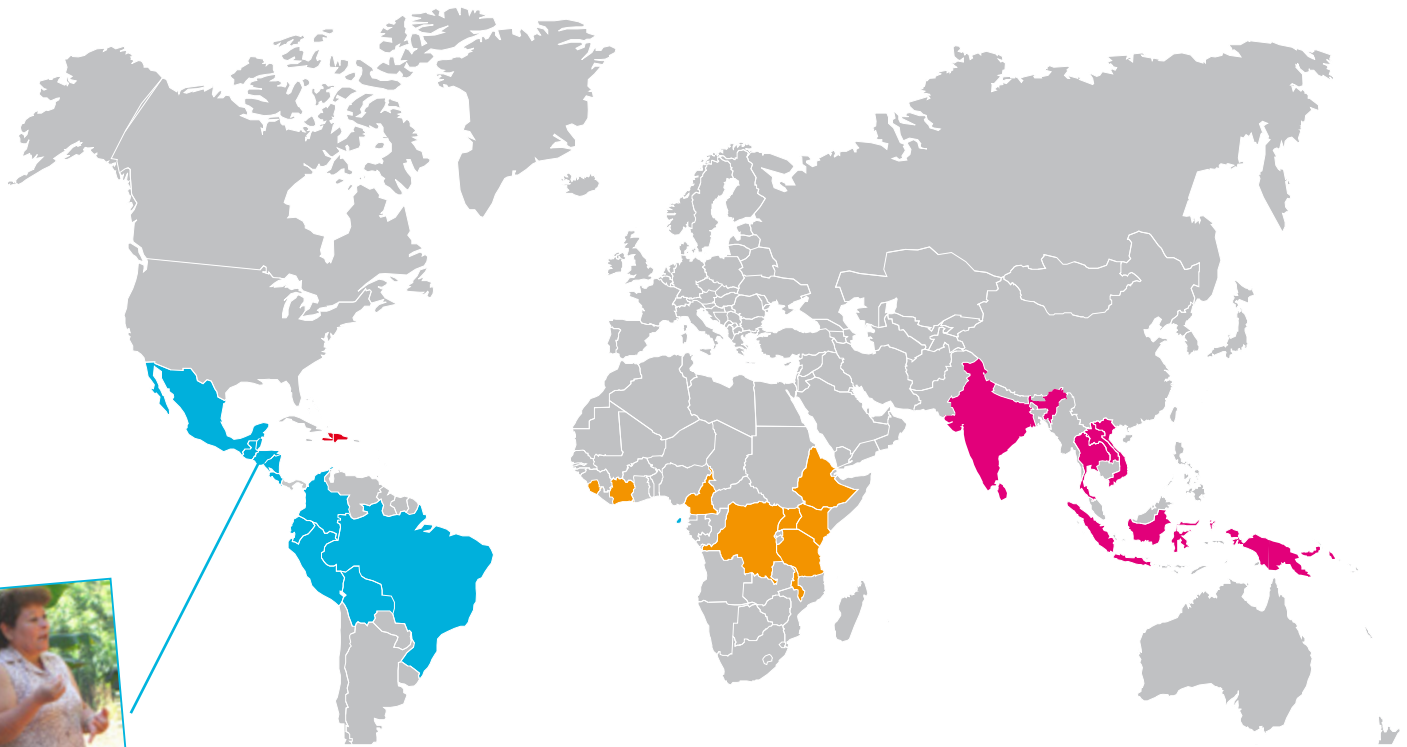
- l'usage limité et sécurisé des **pesticides**,
- la bonne **gestion des déchets**,
- la gestion responsable de la **fertilité du sol** et des **sources d'eau**,
- l'interdiction d'utiliser des organismes génétiquement modifiés (**OGM**).

### ▪ L'interdiction de l'esclavage et du travail des enfants.

### ▪ La stimulation de relations commerciales équitables.

- par des techniques de négociation équitables,
- par de bons contrats,
- en luttant contre la spéculation.





### Témoignage de Matagalpa:

«De 1999 à 2004, la crise du café s'est fortement ressentie à Matagalpa. Beaucoup de plantations ont disparu. Des milliers d'ouvriers agricoles ont perdu leur emploi et sont partis vers la ville. Où ils n'ont guère trouvé de travail.

Notre région vit du café. Un problème avec le prix du café, comme ce fut le cas à cette époque, provoque un effet domino : les banques font faillite, les magasins ferment et beaucoup de gens s'en vont au Costa Rica ou aux États-Unis.

Heureusement, les membres de notre coopérative ont pu tenir le coup. Nous avons continué à cultiver le café comme avant mais, grâce à nos investissements en diversification, nous étions moins dépendants de ce café. Et nos enfants pouvaient encore aller à l'école.

Sans le commerce équitable, je ne serais pas ici aujourd'hui. Je serais privée de mon petit lopin de terre, mes enfants ne pourraient pas étudier et moi-même, je n'aurais jamais eu la chance d'aller à l'université.

Tout cela ne fut possible que parce que nous étions réunis en coopérative et donc plus forts. Et parce que même lorsque la situation était mauvaise, nous pouvions compter sur un prix minimum stable»

Blanca Rosa Molina, Cecocafén, Nicaragua

### LE CAFÉ ÉQUITABLE EN CHIFFRES

- 440 000 producteurs de café
- 29 pays\*
- 369 coopératives

En 2010, il se vendit plus de 105 000 tonnes de café labellisé Fairtrade dans le monde.

\* **Amérique Latine :** Mexique, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Colombie, Pérou, Equateur, Bolivie, Brésil

**Caraïbes :** Haiti, République Dominicaine

**Afrique :** Cameroun, Côte d'Ivoire, Sierra Leone, Ouganda, Ethiopie, République Démocratique du Congo, Rwanda, Kenya, Malawi, Tanzanie

**Asie Pacifique :** Laos, Vietnam, Inde, Indonésie, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Thaïlande

## LE COMMERCE ÉQUITABLE PLACE LA BARRE PLUS HAUT

	Commerce équitable/Fairtrade	Rainforest Alliance	UTZ Certified
Accent sur	<b>Empowerment des producteurs</b> (lutte contre la pauvreté)	Préservation de la nature	Traçabilité et durabilité des <b>chaînes d'approvisionnement</b>
Origine	Né en 1950 au sein de la <b>société civile</b> , avec des pionniers, tel Oxfam Magasins du Monde	Créé aux USA en 1966 par le <b>mouvement écologique</b> de protection de la forêt tropicale	Démarré en 2002 à l'initiative d'une <b>entreprise</b> néerlandaise et d'une plantation de café pour garantir la sécurité alimentaire et la traçabilité
Groupe cible	Producteurs à petite échelle	Plantations	Plantations et producteurs à petite échelle
Pays producteurs concernés (2012, toutes matières premières confondues)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 63 pays</li> <li>▪ 1,2 million de producteurs et ouvriers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 36 pays</li> <li>▪ 2 millions de producteurs et ouvriers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 21 pays (café uniquement)</li> <li>▪ 161.000 producteurs (café uniquement)</li> </ul>
Les trois piliers du développement durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ecologique : fort</li> <li>▪ Social</li> <li>▪ <b>Economique</b> : prix minimum, prime et droit au préfinancement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Ecologique</b> : très fort</li> <li>▪ Social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ecologique : la base</li> <li>▪ Social</li> <li>▪ Economique : pas de prix minimum mais bien une prime, non obligatoire.</li> </ul>
Le café affiche le label s'il est	certifié à <b>100%</b>	certifié à <b>30%</b> minimum	certifié à <b>90%</b> minimum
Traçabilité du café	Oui	Oui	Oui



## Le commerce équitable est unique en termes de valeurs et de réalisations

### ▪ Le commerce équitable fonctionne par et pour les petits producteurs

80% des producteurs de café sont de petites unités agricoles familiales qui ne vivent souvent qu'avec 2 dollars par jour. Le Fairtrade veut les aider à se construire eux-mêmes un avenir durable. Parallèlement, nous nous battons partout dans le monde pour un commerce équitable des matières premières.

### ▪ Le commerce équitable part du producteur...

... et non pas des filières de café existantes, ni des besoins des entreprises. Le commerce équitable est un système ouvert à tous les petits producteurs. C'est :

- un **projet à long terme** de lutte durable contre la pauvreté,
- avec, pour tout producteur, le droit de décider du parcours à suivre: les producteurs détiennent **50% des voix** dans tous les organes de décision importants de Fairtrade International.

### ▪ Le commerce équitable offre un soutien maximal aux membres existants comme aux nouveaux.

- Les organisations de producteurs disposent d'un «**Responsable Fairtrade**» par pays ou région. Ce dernier leur assure le soutien nécessaire (technique,

organisationnel...) et les met en contact avec des experts spécifiques au produit concerné.

- Pour chaque continent, une organisation est **chargée d'une mission de représentation et d'assistance** pour des problèmes tels que l'esclavage des enfants. Elle assure également des **échanges** entre les organisations de producteurs (en Afrique : Fairtrade Africa; en Asie: Network of Asian and Pacific Producers; en Amérique Latine: Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo).

### ▪ Le commerce équitable garantit une production écologique et responsable.

Le commerce équitable recherche activement des **solutions au changement climatique** par le biais de standards, de primes à l'investissement et d'autres projets encore. Il vise également à proposer aux producteurs des modes de production assortis d'un impact environnemental minimal. Ces producteurs sont aussi encouragés à se convertir à l'**agriculture biologique** (prix minimum plus élevé).

### ▪ Le commerce équitable bénéficie d'un large soutien dans la société.

Le gouvernement fédéral reconnaît officiellement Max Havelaar Belgique en tant qu'**organisation de développement**. Tant chez nous qu'à l'international, le commerce équitable compte sur un large soutien et des ambassadeurs Fairtrade importants parmi les ONG, syndicats, pouvoirs publics et citoyens. Ses campagnes «La Semaine du Commerce Équitable» et les «Communes du Commerce Équitable» jouissent d'un beau succès.

## TÉMOIGNAGES DE PRODUCTEURS

Du Nicaragua :

### «Le commerce équitable préserve et améliore notre sol.»

«Pour nous le commerce équitable signifie la préservation et l'amélioration de notre sol. Il signifie que nous prenons soin de l'environnement et de l'air que nous respirons. Il signifie aussi l'accès à l'enseignement pour nos enfants et aux soins de santé pour nos familles... Le commerce équitable signifie aussi davantage d'opportunités, surtout pour les femmes. L'opportunité d'organiser des choses et de prendre des décisions. Le commerce équitable signifie que producteurs et consommateurs œuvrent ensemble à une vie meilleure. Le commerce équitable, c'est bien plus qu'un prix minimum.»

Blanca Rosa Molina, productrice de café et présidente de la CECOCAFEN



Du Pérou :

### «Ensemble, avec le commerce équitable, nous pouvons assurer la bonne vente de notre café.»

«Il est très important pour un petit cultivateur d'être membre d'une coopérative car ensemble, nous pouvons mieux assurer la bonne vente de notre café. C'est l'association couple COCLA qui s'en charge; elle nous paie un meilleur prix. Mais je bénéficie aussi d'un soutien technique pour la culture du café et de crédits bon marché. Je suis convaincu de ce que la coopérative est une des meilleures formes d'organisation pour vendre des produits. Et le commerce équitable a contribué à améliorer notre niveau de vie. J'accorde beaucoup d'attention à mon café car je sais que s'il est de bonne qualité, les gens seront plus nombreux à vouloir en boire et nous soutenir. Tous les cultivateurs devraient faire attention à l'environnement et tendre vers des méthodes de production biologiques.»

Alejandro, producteur de café et membre de la COCLA





De l'Ouganda :

**«Le Fairtrade nous assure un paiement équitable.»**

«Le commerce équitable repose sur une bonne idée. Il crée une grande différence pour nous. Il nous assure des débouchés sur les marchés et un prix équitable. Et nous savons que nous ne serons pas trompés.»

Oliva Kishero, producteur de café,  
Gumutindo Coffee Co-operative Enterprises

De Tanzanie :

**«Le commerce équitable nous a fait comprendre l'importance de préserver la nature.»**

«Nous avons beaucoup appris en travaillant au sein du commerce équitable dans le respect de ses standards. Cela nous a fait comprendre l'importance de préserver la nature. Nous ne pouvons plus utiliser de bois de chauffage pour les petits feux à la ferme. Et on nous a conseillé de construire des terrasses pour lutter contre l'érosion du sol. A côté des ateliers auxquels

nous pouvons participer en tant que membres de la coopérative, nous désirerions entrer en contact avec des organisations environnementales, question de vraiment comprendre les dessous de la nature.»

Anna Mlay, productrice de café et membre de la KDCU

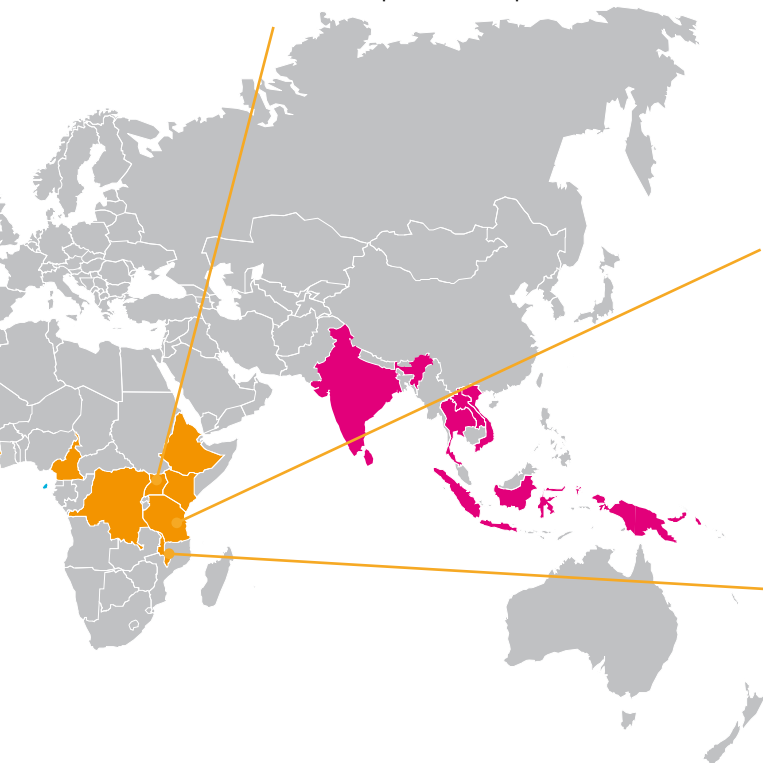


Du Malawi :

**«Le commerce équitable donne un peu de confort aux agriculteurs.»**

«La production de café est désormais considérée comme une opportunité intéressante. L'intégration dans le système du commerce équitable donne un peu de confort aux agriculteurs car ils peuvent compter sur un prix assuré. Résultat : de nombreux agriculteurs veulent aujourd'hui démarrer une production de café.»

Bernard Kaunda, directeur de la Mzuzu Coffee Planters Co-operative Union



# Switcher vers l'équitable, une bonne affaire.



## POURQUOI CES ENTREPRISES ONT-ELLES OPTÉ POUR L'ÉQUITABLE ?



### Exki, la restauration rapide de qualité

«Cela fait au moins 20 ans que je connais le commerce équitable en tant que consommateur. En 2003, Exki a opté pour l'équitable parce ce que ce système offrait **une réponse à un problème réel**: les fluctuations subies par les cultivateurs de café. Une réponse juste, efficace et adéquate pour un million de petits producteurs et leurs familles. Car il est particulièrement injuste que seul un petit nombre de spéculateurs boursiers profitent des fluctuations de prix sur le marché du café d'autant qu'ils infligent de graves dommages à tous ceux qui sont activement concernés par le café : producteurs, transformateurs, exportateurs et importateurs, torréfacteurs et distributeurs. Le plus grand défi du futur pour le commerce équitable sera de croître tout en préservant la structure et la cohérence actuelles. Et ce, en **se positionnant clairement** à l'égard des autres labels du café.»

Nicolas Steisel, co-founder et CEO

### Coffeeteam, grossiste en café

«J'ai appris à connaître le commerce équitable grâce au mémoire d'un étudiant sur le label. Lorsque j'achète et vends du café Fairtrade, j'agis exactement de la même manière qu'en achetant ou vendant du café 'normal'. Mais comme, avec l'équitable, je peux améliorer la vie des petits producteurs, je trouve mon choix parfaitement logique. Mes **visites aux plantations** et les conversations que j'y ai eues avec les producteurs ont eu un impact déterminant sur ma décision de switcher vers l'équitable. Mon défi pour l'avenir ? **Maintenir les volumes de vente actuels** dans un marché toujours plus compétitif (cafés conventionnels ou dotés d'autres certifications) alors que toute l'Europe traverse une crise.»

Gregory Dupuis, gérant



### Café Liégeois, torréfaction de café

«Les premiers à convaincre de switcher vers l'équitable, ce sont les industriels. Si eux s'y mettent, tout le monde suivra. Pour Café Liégeois, le commerce équitable n'a rien d'une promesse pompeuse. Lorsque vous êtes torréfacteur et que vous voyagez dans le Sud, vous êtes vite confronté à toutes les difficultés qui se posent là-bas. Soutenir le commerce équitable, c'est apporter sa petite pierre à l'édifice. C'est ainsi qu'est né le **concept «Mano Mano»**. Nous soutenons l'asbl «Terre Solidaire» à Chiapas, au Mexique: pour chaque paquet de café vendu, nous donnons 10% de plus que le prix Fairtrade. Nous développons un projet dans le même esprit au Congo. **Donner à l'humain une position centrale** et travailler dans le cadre du commerce équitable, cela a toujours été très important pour nous. Et aujourd'hui, j'y crois plus que jamais.»

Michel Liégeois, co-owner





## Delhaize, grande distribution

«J'ai vraiment découvert le commerce équitable à l'occasion d'un voyage au Pérou avec Max Havelaar. J'ai été impressionné par le professionnalisme des producteurs locaux et par leur

hospitalité, mais plus encore par la persévérance dont ils faisaient preuve dans leur volonté d'améliorer les produits. Le plus séduisant dans le système équitable, c'est que l'économique, le social et l'environnemental vont de pair. **La combinaison de meilleures conditions de vie et de travail** pour les cultivateurs et leurs familles, d'une production plus respectueuse de l'environnement et d'un **produit de qualité** est vraiment unique. Personnellement, je fus vraiment très impressionné par la façon dont les coopératives s'étaient organisées et structurées.

La stratégie de Delhaize inclut les principes de l'entreprise durable, le respect de la planète et celui de nos communautés locales. L'élargissement récent de notre assortiment Fairtrade montre notre volonté d'augmenter encore pour nos clients l'accessibilité aux produits issus du commerce équitable. L'un des défis importants qui se pose à Delhaize consiste donc indubitablement à mieux **traduire la réalité du commerce équitable**. Les nouveaux emballages de nos produits Fairtrade jouent un rôle important à cet égard. Par ailleurs, pour maintenir la croissance des ventes, nous devons, en collaboration avec Max Havelaar, continuer à veiller à ce que les produits équitables répondent à nos **normes de qualité**.»

Tim Lammens, Director Quality & Food Safety

## Java, distributeur de services 'food' pour les entreprises et institutions

«J'ai appris à connaître le commerce équitable via la vente de café aux portes de l'église et le contact avec M. Jos D'Hooghe, un fervent défenseur de la pensée Max Havelaar. Cela fait du bien de savoir que, grâce à l'intervention de Max Havelaar, les producteurs locaux reçoivent un solide coup de pouce : ils sont correctement rémunérés et **peuvent vivre de leurs activités**. Ils y gagnent aussi

au niveau des soins de santé et de la formation, ce qui bénéficie à leurs communautés et à la qualité du produit. Un aspect très important pour nos clients. A la fin des années quatre-vingt, nous avons commencé à proposer du café Fairtrade en raison de la répartition plus équitable des gains entre les intervenants de la filière. Au fil des ans, les produits équitables ont acquis plus de notoriété et parallèlement, leur qualité s'est améliorée, ce qui justifie la **croissance rapide de leurs ventes**. Ceci dit, nous craignons que cela ne prolonge les délais de livraison des producteurs et, peut-être aussi, ne réduise leur offre. Par ailleurs, en Belgique, en raison de la crise, certains consommateurs, contraints de calculer au plus juste, ne sont plus prêts à acheter un produit plus cher.»

Wim Claes, CEO



## Oxfam-Magasins du Monde asbl et Oxfam Fairtrade scrl

«Oxfam travaille **depuis plus de 40 ans** dans le cadre du commerce équitable et aujourd'hui encore, ce concept n'a rien perdu de sa valeur. Au contraire. La condition des petits producteurs du Sud est encore plus précaire. Leurs droits sociaux élémentaires ne sont toujours pas garantis, ils sont confrontés à la spoliation de leurs terres et sont les premiers à subir les conséquences du changement climatique. Le commerce équitable vise l'amélioration des conditions tant sociales et écologiques qu'économiques. Et c'est précisément cette combinaison qui en fait **un concept original, de portée bien plus large qu'un simple produit labellisé**.

La collaboration entre bénévoles et salariés, entre le fonctionnement puissant du Nord et celui en croissance continue du Sud, et enfin, entre le pragmatisme et l'idéalisme font d'Oxfam une organisation unique. Notre priorité, c'est aussi de trouver des réponses aux défis posés par un monde toujours plus complexe, en collaboration avec toutes les parties prenantes. Plus que jamais, la mission d'Oxfam s'avère pertinente pour bâtir de façon juste et correcte **l'avenir de tous les citoyens du monde**.»

Joris Rossie, administrateur délégué







## LA DEMANDE DE CAFÉ ÉQUITABLE CONTINUE À AUGMENTER...

Une moyenne de **53% des consommateurs** souhaite un élargissement de l'offre équitable en grandes surfaces. De plus, 36% d'entre eux aimeraient avoir le choix, en matière de produits équitables, entre marques de producteur et marques de distributeur.

### ... grâce aux campagnes Fairtrade

La campagne '**Commune du commerce équitable**' est en cours depuis 2008. D'autres campagnes se sont ajoutées depuis : '**Fairtrade@Work**' et la '**Semaine du Commerce Equitable**'.

### L'objectif ?

**Stimuler la vente de produits équitables** à travers différents canaux. Les lieux de travail, administrations communales, écoles, organisations, magasins et établissements horeca sont invités à passer à l'équitable. Et à cet égard, le switch vers le café Fairtrade est en première position.

Pour en savoir plus, surfez sur

- [cdce.be](http://cdce.be)
- [fairtradeatwork.be](http://fairtradeatwork.be)

## ... grâce à un lobbying ciblé Opter pour l'équitable dans une adjudication publique, c'est possible !

Max Havelaar exerce un lobby en faveur d'une présence de l'équitable dans les adjudications publiques. Nous estimons important que les administrations publiques puissent opter pour l'équitable. C'est pourquoi nous apportons notre aide lors de l'établissement des adjudications. Nous rédigeons des guides en **collaboration** avec les autorités fédérales et régionales et offrons un **conseil personnalisé** aux administrations qui en ont besoin.

Pour en savoir plus, adressez un courriel à [info@maxhavelaar.be](mailto:info@maxhavelaar.be)

## L'ÉQUITABLE DANS LE CIRCUIT 'OUT OF HOME': QUELQUES IDÉES...

Les produits équitables ne se consomment pas qu'à la maison. Ils peuvent parfaitement l'être aussi au **bistrot**, au **restaurant**, à l'**hôtel**, à la **cantine** de l'entreprise, dans les distributeurs automatiques et même dans les **boutiques**.

Quel bon apéritif (équitable) offrir à vos hôtes ? Début 2013, un nouvel outil en ligne Max Havelaar et un catalogue très pratique permettront d'accorder parfaitement l'offre et la demande de produits Fairtrade. Il vous sera dès lors encore plus facile de trouver la voie vers l'équitable.

Démarrer la journée en beauté ? Vous pouvez le faire en tenue équitable. Et si vous offrez un petit bout de chocolat Fairtrade avec du café ou thé (Fairtrade aussi naturellement), vous ferez également preuve de bon goût.

Pour en savoir plus, surfez sur [www.maxhavelaar.be](http://www.maxhavelaar.be)





## ET VOUS? ÊTES-VOUS CONSOMMATEUR OU CONSOMMATEUR?

Vous avez le pouvoir, en tant que «consommateur» équitable, d'améliorer concrètement la vie des petits producteurs de café. Comment ?



### A titre privé:

#### ✓ En choisissant plus souvent du café Fairtrade

Mais l'offre équitable ne se limite pas au café : bananes, chocolat, sucre, thé, coton, roses...vous sont aussi proposés sous label Fairtrade Max Havelaar. Suivez votre inspiration et découvrez tout l'éventail des produits équitables.

#### ✓ En demandant à votre distributeur de café de passer à l'équitable

✓ En faisant la promotion du commerce équitable auprès de votre employeur, de vos proches et de vos amis, à la commune, à l'école ou à l'université...

#### ✓ En demandant du café Fairtrade au restaurant, au café, à l'hôtel...

#### ✓ En participant aux 'Communes du Commerce Equitable'

et à d'autres initiatives en faveur d'une consommation durable  
[www.cdce.be](http://www.cdce.be)



### En devenant détenteur de licence de Max Havelaar Belgique

Vous désirez vous impliquer activement en faveur du commerce équitable et changer ainsi la vie des petits producteurs du Sud ? Cela peut se faire très simplement.

#### ✓ Téléchargez le guide de bienvenue sur notre site.

[www.maxhavelaar.be/fr/certification-welcome-pack](http://www.maxhavelaar.be/fr/certification-welcome-pack)

#### ✓ Contactez notre équipe commerciale via notre site.

[www.maxhavelaar.be/fr/employees](http://www.maxhavelaar.be/fr/employees)

#### ✓ Et buvez désormais du café équitable dans votre entreprise !



### En tant qu'employeur, autorité publique ou organisation:

En participant à **Fairtrade@Work**:

✓ Donnez à vos collaborateurs la possibilité d'opter pour des produits équitables en les proposant dans les **distributeurs** automatiques.

✓ Mettez du **café Fairtrade** à la carte de votre restaurant d'entreprise.

✓ Garnissez les **distributeurs** automatiques de votre entreprise ou institution de café Fairtrade.

✓ Choisissez des **uniformes** ou des tenues de travail réalisées en coton équitable.

✓ Conscientisez vos équipes et vos partenaires aux enjeux du commerce équitable et à l'importance d'une consommation durable.

✓ N'hésitez pas à recourir à l'expérience de Max Havelaar pour vous aider à cet égard.

Pour en savoir plus, surfez sur [fairtradeatwork.be](http://fairtradeatwork.be)





# Fairtrade Max Havelaar Belgium

[www.maxhavelaar.be](http://www.maxhavelaar.be)

[info@maxhavelaar.be](mailto:info@maxhavelaar.be)



**FAIRTRADE  
MAX HAVELAAR  
BELGIUM**

© 2012 Fairtrade Max Havelaar Belgique | E.R. : Lily Deforce, Rue d'Edimbourg 26, 1050 Bruxelles

Photos : Tineke D'Haese, Max Havelaar, istockphoto | Layout : Alternatis

Avec le soutien de la Fairtrade Foundation, d'Oxfam-Magasins du Monde et de la DGD

#### Sources :

- GFK, 2011
- Fairtrade Foundation, Fairtrade and coffee, mai 2012
- Oxfam Magasins du Monde, Café commerçants, La bourse ou la vie, décembre 2002
- International Coffee Organization (ICO), monthly coffee market reports, [www.ico.org](http://www.ico.org)
- Euromonitor, mentionné dans 'Analysis: single-cup coffee sales seen growing', 2 février 2012, [www.reuters.com](http://www.reuters.com)
- International Trade Centre, The coffee exporter's guide 2011
- ICE Futures US et London LIFFE
- Food commodities speculation and food price crises, Olivier de Schutter, Rapporteur spécial auprès des Nations Unies sur le droit à l'alimentation, Briefing Note 02, septembre 2010
- Climate Change, Agricultural adaptation and Fairtrade, NRI working paper, Natural Resource Institute, mai 2010, [www.nri.org](http://www.nri.org)
- FLO, Climate Change and Fairtrade, Why is it time to make the links? Avril 2010
- World Bank, World development report 2008, 2007
- 'About Kraft Foods', [www.kraftfoodscompany.com](http://www.kraftfoodscompany.com)
- Anna Milford, Coffee, cooperative and competition, The impact of Fairtrade, Chr. Michelsen Institute, 2004
- Global Economic Prospects Janvier 2012, Global Commodity Market Outlook, World Bank
- Enquête de notoriété Fairtrade Max Havelaar - TNS Dimarco 2011



**RECYCLE**  
Papier fait à partir  
de matériaux recyclés  
**FSC® C008551**





## LE COMMERCE ÉQUITABLE DU CAFÉ

Pour un café qui fait vraiment du bien!