

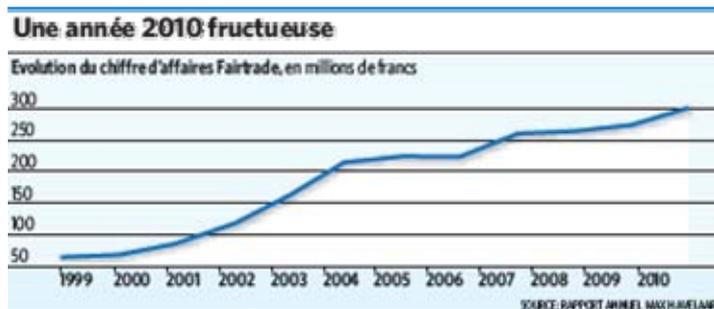


Texte

ECONOMIE mardi 10 mai 2011

Max Havelaar met le cap sur les 500 millions de francs de ventes

Bastien Buss Zurich



> **Commerce équitable** En 2010, la fondation a accru son chiffre d'affaires en Suisse de 10,9%

> **Le prix des matières premières a pesé**

Pour la première fois depuis trois ans, Max Havelaar a renoué avec une croissance à deux chiffres. L'an passé, la fondation, qui écoule 1500 produits issus du commerce équitable, a enregistré des ventes en hausse de 10,9%.

«C'est la première fois que nous dépassons le seuil symbolique des 300 millions de francs, à 303,5», s'est réjouie lundi lors d'une conférence de presse à Zurich Nadja Lang, directrice marketing de l'association. Une performance qui s'inscrit dans un contexte de forte progression des prix des matières premières, a rappelé Martin Rohner, directeur de Max Havelaar.

Certes, les recettes de cultivateurs ont ainsi augmenté, mais des spéculations et achats de stockage ont compliqué l'activité commerciale. Les petits producteurs ne sont d'ailleurs pas à l'abri d'un retournement de tendance des prix, que le directeur juge toutefois peu probable à terme, puisque la tendance haussière semble l'emporter. Les coopératives de petite taille n'en vivent pas moins une situation difficile, avec des liquidités mises à mal et des problèmes pour constituer des stocks suffisants. Au final, les recettes engrangées par les producteurs des produits labellisés se sont cependant montées à 59,8 millions de francs. Selon la fondation, ce montant dépasse de 13% celui obtenu dans le commerce traditionnel. Le surplus permet de réaliser des projets communautaires locaux.

De manière générale, Martin Rohner a également souligné que les ventes se sont situées très au-dessus de la moyenne du commerce de détail en Suisse. Et, de fait, Christian Furger, de la section enquêtes conjoncturelles de l'Office

~~Le secteur a eu à lui seul un passage de 2,0% en~~
termes réels (+1,6% en termes nominaux). Une surperformance également ^{Vers le haut}
pointée du doigt par une étude récente de l'institut BAK. Entre 2005 et 2009,
les chiffres d'affaires réels ont progressé d'environ 2,2%.

Par catégorie de produits Max Havelaar, l'évolution s'est avérée disparate. Café, textile, cacao, riz, ananas, fruits frais et secs, ainsi que les épices connaissent des progressions d'au minimum 10%, pouvant aller jusqu'à 140%. A l'inverse, bananes (-4,1%) et fleurs (-4,8%), qui à elles seules génèrent plus de la moitié des ventes de la fondation, continuent de souffrir. Si des mesures ont été mises en place, les dirigeants admettent qu'il est très difficile d'enrayer cette spirale, notamment en raison de la guerre des prix.

Coop reste le plus important débouché avec plus de 40% des ventes, suivi par Migros (part non dévoilée). S'y ajoutent 195 autres partenaires, dont Aldi mais pas Lidl. La fondation génère désormais 10% de ses ventes dans le segment restauration. Ainsi, les restaurants d'entreprise de Swisscom et de La Poste sont intégralement passés au café équitable. D'autres grandes sociétés sont visées. A terme, Max Havelaar aimerait titiller la barre des 500 millions de ventes, selon le rapport annuel. A l'horizon 2015?