COMMERCE ÉQUITABLE • Les ventes des articles portant le label du commerce éthique ont progressé de 29% à 62 millions de francs

Les produits Max Havelaar se vendent comme des petits pains

Les produits portant le label Max Havelaar, qui garantissent que les revenus issus des ventes profitent aux producteurs des pays en développement, se sont bien écoulés l'an dernier. L'organisation a annoncé jeudi une progression de 29% des ventes au détail. Le chiffre d'affaires issu de ces articles est donc passé de 48 millions de francs à 62 millions de francs.

Mis à part le thé, toute la gamme des produits portant ce label a connu une progression des ventes. Environ 10 800 tonnes de bananes (contre 7200 tonnes l'année précédente) ont été écoulées, ce qui représente, selon les estimations de l'organisation, 15% du marché suisse.

L'augmentation a été plus faible dans le secteur du café, avec 1430 tonnes de café vendues, contre 1370 tonnes en 1998. Ce volume correspond selon Max Havelaar à 5% de ce marché. L'organisation et ses partenaires détaillants sont également parvenus à contrôler

3,5% du marché suisse du jus d'orange, ce qui représente un volume de 2,4 millions de litres. C'est beaucoup pour une première année de lancement. Les ventes de miel se sont, pour leur part, accrues de 190 à 220 tonnes, ce qui correspond à environ 7% du miel de table importé.

La progression, plus faible (de 140 à 160 tonnes), est aussi au rendez-vous dans le domaine des produits chocolatés, mais la part de marché reste faible dans cette gamme d'articles (moins de 1%). Quant au chiffre d'affaires lié aux thés, il a baissé, passant de 41 tonnes à 37 tonnes (2% du marché).

11 millions de dollars pour les producteurs

Selon Max Havelaar, les ventes des produits ont rapporté aux producteurs du Sud 11 millions de dollars (environ 18 millions de francs). Cette somme se ventile de la manière suivante: 4,6 millions de dollars pour les bananes, 5 millions de

dollars pour le café, 370 000 dollars pour le miel, 200 000 dollars pour le cacao, près de 100 000 dollars pour le thé et 650 000 dollars pour le jus d'orange.

Commentant ces chiffres, Max Havelaar estime que «l'accroissement de la conscience éthique des consommateurs permet à la Fondation Max Havelaar et à ses preneurs de licence d'obtenir des résultats exceptionnels. Ces résultats sont vitaux pour les organisations partenaires du Sud».

En 1998, Max Havelaar avait annoncé une augmentation d'environ 10% de ses ventes. Le chiffre d'affaires généré par les produits portant le label de cette organisation s'était établi à 43 millions de francs en 1997.

La Fondation Max Havelaar (Suisse), basée à Bâle (www.maxhavelaar.ch), est soutenue par six œuvres d'entraide: Pain pour le Prochain, Caritas, Action de Carême, EPER, Helvetas et Swissaid.

Roland Rossier