

DOSSIER DE PRESSE - AVRIL 2024



LES DÉFIS DU MONDE AGRICOLE,

LES RÉPONSES DU COMMERCE ÉQUITABLE





ACHETER, C'EST VOTER.



Ces mots, qui résument toute la philosophie du commerce équitable, un commerce plus juste et plus durable, sont ceux du Père Francisco van der Hoff. Un homme comme on en rencontre rarement et qui m'a marqué à tout jamais. Un homme qui a inspiré l'évolution de Malongo, qui a accompagné notre cheminement à travers son regard visionnaire.

Un homme d'exception, qui nous a quittés en février dernier.



Surnommé « Padre », ce prêtre-ouvrier néerlandais n'était rien de moins que docteur en théologie et en économie politique. Toute sa vie durant, **il a défendu les opprimés jusqu'à partager leur quotidien**, en s'installant dans les années 1980 au Mexique dans une communauté de caféiculteurs. Ayant adopté leur langue, leur culture, leur métier, il n'a eu de cesse, pauvre parmi les pauvres, de lutter contre les injustices.

C'est en grande partie à lui que l'on doit le commerce équitable, qu'il a théorisé aux côtés d'un compatriote, l'économiste Nico Roozen, et qui a abouti à la création du **label Fairtrade/Max Havelaar**. Une véritable révolution dans notre économie comme dans notre état d'esprit, qui vise à **soutenir les petits producteurs** pour améliorer leur quotidien et à **sensibiliser les consommateurs** pour donner du sens à leurs achats.

Alors que la crise agricole crée des remous jusque chez nous, le commerce équitable propose des solutions, comme en témoigne une étude inédite, réalisée très récemment par OpinionWay pour l'ONG Max Havelaar France. Lors de la prochaine **Quinzaine du Commerce Équitable, du 4 au 26 mai 2024**, nous nous pencherons d'ailleurs sur ces valeurs qui nous rapprochent : une juste rémunération, des relations durables, le lien entre producteur et consommateur, sans oublier le respect de notre terre-mère, sans laquelle rien ne serait possible.

Aujourd'hui comme hier, Malongo œuvre à perpétuer l'héritage du Padre. Soutenir les petits producteurs et sensibiliser les consommateurs, les engager tous ensemble sur le chemin vers demain.

Acheter, c'est voter : ne l'oublions jamais.

Jean-Pierre Blanc

« LES FRANÇAIS ET LE SOUTIEN À L'AGRICULTURE

L'ÉTUDE QUI FAIT LE LIEN ENTRE DÉFIS AGRICOLES ET COMMERCE ÉQUITABLE, ICI COMME AILLEURS

Actuellement, le monde agricole est secoué par une crise d'ampleur en France, tout comme à travers l'Europe. Conditions de travail, rémunération, inflation : de nombreuses questions sont soulevées auxquelles le commerce équitable peut apporter des réponses concrètes. C'est ce que souligne une étude réalisée par OpinionWay pour l'ONG Max Havelaar France.

TOUT D'ABORD, COMMENT LES FRANÇAIS PERÇOIVENT-ILS LA CRISE AGRICOLE ?

59% jugent que les mesures proposées par le gouvernement pour augmenter leurs revenus ne sont pas convaincantes.

41% déclarent que la suppression de certaines normes environnementales ne va pas dans le bon sens

81% des Français pensent que la crise des agriculteurs n'est pas terminée.

60% estiment qu'ils n'ont pas obtenu satisfaction sur la plupart de leurs revendications.

74% pensent que l'État français devrait prendre des mesures protectionnistes

voudraient mieux protéger les producteurs français de la concurrence étrangère
souhaiteraient instaurer des prix planchers pour les matières premières agricoles ou produits agricoles

23% jugent également utiles de actions auprès des consommateurs

encouragent la mise en place de circuits courts de distribution
veulent la sensibilisation des consommateurs aux avantages de l'agriculture française



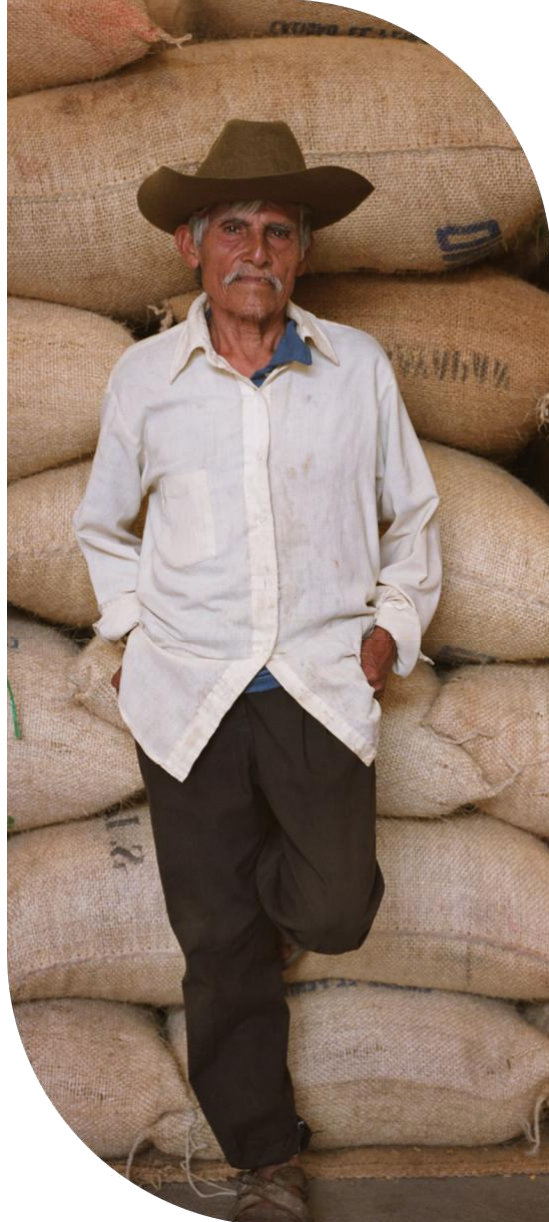
DEUX GRANDS ENSEIGNEMENTS, QUI REMPORTENT L'ADHÉSION

86% sont favorables à l'instauration d'un prix plancher. Bien souvent, les agriculteurs ne sont pas salariés, mais indépendants et leur rémunération peut être très aléatoire. La définition d'un prix plancher, comme pour les petits producteurs de café, viserait donc à couvrir leurs coûts de production, tout en leur assurant un revenu minimum. Cette approche pourrait s'appliquer à la vente de produits agricoles essentiels (lait, viande, céréales...), qui sont ensuite transformés par des industriels pour élaborer des produits que nous consommons tous au quotidien (yaourts, fromages, steaks hachés, biscuits...).

89% sont également favorables à la présence d'un indicateur, gage d'une plus grande transparence. Apparaissant de façon visible sur les produits que l'on achète, il garantirait une rémunération correcte pour le producteur agricole.

MÉTHODOLOGIE

L'étude « Les Français et le soutien à l'agriculture » a été réalisée en ligne par OpinionWay pour Max Havelaar, les 3 et 4 avril 2024, auprès d'un échantillon de 1 024 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



« AUX SOURCES DU COMMERCE ÉQUITABLE

DANS UNE TASSE DE CAFÉ SE TISSE LE LIEN QUI UNIT PRODUCTEUR ET CONSOMMATEUR.
C'EST POUR RENDRE CE LIEN PLUS VISIBLE ET PLUS LISIBLE QUE LE COMMERCE ÉQUITABLE A ÉTÉ CRÉÉ.

POUR LUTTER CONTRE L'EXPLOITATION HUMAINE ET LA DESTRUCTION DE L'ENVIRONNEMENT, MAIS AUSSI
POUR DONNER DU SENS AUX ACTES D'ACHAT, QUI NOUS ENGAGENT EN TANT QUE CONSOMMATEURS.

QU'EST-CE QU'UN PETIT PRODUCTEUR ?

On ne pense pas toujours à tout ce qui se cache derrière une tasse de café. Des petits producteurs vivant à l'autre bout du monde, qui cultivent une parcelle de caféiers, tout en faisant face à des difficultés économiques et aux impacts du changement climatique. Aussi, quand on choisit **Malongo**, on a la certitude que ce café est **le plus équitable possible**.

Cela signifie que la marque travaille main dans la main avec de petits producteurs. Plus que de simples échanges commerciaux, **d'authentiques liens de confiance sur le long terme** sont tissés et entretenus par les équipes Malongo, qui se rendent régulièrement sur place. Ces petits producteurs ne sont pas des « protégés », mais des **partenaires** avec lesquels des modes de fonctionnement sont définis au bénéfice de tous.



LES ENGAGEMENTS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Reposant sur une autre vision des échanges internationaux, **le commerce équitable défend un modèle économique plus juste**. Il s'agit d'un partenariat basé sur **le dialogue, la transparence et le respect** pour plus d'équité, à l'image du développement durable et de ces 3 grands axes.

LE PILIER ÉCONOMIQUE

le commerce équitable garantit un prix minimum d'achat, qui met les petits producteurs à l'abri d'une chute des cours. Malongo s'engage également en préfinançant les récoltes, en attribuant des primes au regard de la qualité ou de la certification biologique et en soutenant le développement social ou la diversification des sources revenus.

LE PILIER SOCIAL

dans un esprit démocratique, les caféiculteurs se regroupent au sein de coopératives pour mieux faire entendre leur voix et être davantage maîtres de leur sort. Le commerce équitable leur permet également de financer l'accès à la santé, à l'éducation et à la formation ou encore de faire reculer la pauvreté et l'exode rural.

LE PILIER ENVIRONNEMENTAL

un cahier des charges rigoureux accompagne les producteurs dans la gestion de l'eau et des sols, des déchets et des dépenses énergétiques. Il les aide aussi à réduire le recours aux engrais et pesticides chimiques, limitant ainsi l'impact des cultures sur l'environnement, tout en incitant à la certification Agriculture Biologique.

« RETOUR AU MEXIQUE, LÀ OÙ TOUT A COMMENCÉ... »

LES TERROIRS CAFÉIERS FOISONNENT EN AMÉRIQUE CENTRALE, NOTAMMENT AU MEXIQUE. ET C'EST DANS CE PAYS QUE MALONGO A INITIÉ, VOICI PLUS DE 30 ANS, DES RELATIONS COMMERCIALES DURABLES AVEC DES COOPÉRATIVES DE CAFÉICULTEURS. LA PREMIÈRE D'ENTRE ELLES, L'UCIRI (UNION DES COMMUNAUTÉS INDIENNES DE LA RÉGION DE L'ISTHME), EST DEVENUE UN VÉRITABLE SYMBOLE.



L'HISTOIRE DE LA PREMIÈRE COOPÉRATIVE CAFÉICOLE

L'UCIRI se situe au sud du Mexique, dans l'État d'Oaxaca, sur l'isthme de Tehuantepec. C'est en 1981 que de petits producteurs ont fondé cette coopérative, afin d'améliorer leurs conditions de vie. **Sous le regard bienveillant du Padre van der Hoff, ils ont appliqué les principes du commerce équitable et le label Fairtrade/Max Havelaar a ainsi vu le jour en 1988.**

La relation entre l'UCIRI et Malongo remonte à 1992, lorsque Jean-Pierre Blanc, alors à la recherche d'un café bio, fait la rencontre des caféiculteurs de l'isthme et du Padre. Depuis ce jour, la marque s'est engagée à leurs côtés, **en garantissant un prix d'achat minimum, en favorisant une organisation démocratique et en soutenant le progrès social.**

PLUS DE 30 ANS D'ENGAGEMENT AU MEXIQUE

Depuis 1992, Malongo accompagne plusieurs coopératives mexicaines, en allant bien au-delà de simples échanges commerciaux.

AUX CÔTÉS DE L'UCIRI

a marque a contribué à replanter 4 millions de plants de café suite à une épidémie en 2014/2015. D'autres projets ont également permis de diversifier les sources de revenus des petits producteurs : fabrication de jus de fruits et confitures, éco-tourisme, élevage, création d'un potager et même d'une banque adaptée à leurs besoins.

AU SEIN DE LA COOPÉRATIVE OCOZACA

dans la ville de Veracruz, Malongo a apporté son concours à la création en 2012 du CICADES, centre international de formation à la caféiculture biologique intensive. On y développe des techniques agricoles novatrices pour lutter contre les épidémies, favoriser la fertilisation biologique, optimiser la production et les coûts...

AUPRÈS DES COOPÉRATIVES CESMACHETUCO AAC

aux abords de la réserve naturelle El Triunfo, au Chiapas, Malongo accompagne la protection d'une forêt primaire, refuge pour la faune et la flore. Les plantations de café biologique sous ombrage y font office de rempart, tout en réduisant la pression foncière sur cette zone et en générant des revenus.



Malongo

L'ANNÉE 2023
EN QUELQUES
CHIFFRES

5965

TONNES DE CAFÉ

ACHETÉ PAR MALONGO

60%

DE CAFÉ ÉQUITABLE

16

PAYS PRODUCTEURS

1,5M\$

DE PRIMES DE

DÉVELOPPEMENT VERSÉS

AILLEURS DANS LE MONDE ...



Riche de ces expériences, Malongo a approfondi son expertise dans la structuration et l'accompagnement de coopératives, tout en s'engageant dans d'autres pays producteurs.

⇒ AU LAOS

pour produire un café de très haute qualité et supplanter la culture de l'opium.

⇒ AU BURUNDI

où l'on cultive un excellent arabica bourbon.

⇒ EN BOLIVIE

notamment pour remplacer des plantations de coca par des caféiers.

⇒ AU CONGO

où la caféiculture contribue à protéger un parc national exceptionnel.

⇒ EN RÉPUBLIQUE DOMINICAINE

pour soutenir des femmes caféicultrices.

⇒ À SAO TOMÉ

pour relancer la filière caféicole autour de superbes variétés anciennes.

⇒ AU PÉROU

evenu l'un des acteurs majeurs de l'exportation de café équitable.

⇒ AU GUATEMALA

où la caféiculture représente une part importante de l'économie locale.

⇒ AU MYANMAR

notamment pour substituer la culture du café à celle du pavot.

⇒ À CUBA

pour réhabiliter d'anciennes plantations dans les montagnes.

⇒ EN NOUVELLE CALÉDONIE

où pousse le café bourbon pointu, un cru d'exception.

Malongo

À PROPOS DE MALONGO

Fondé à Nice en 1934, Malongo est aujourd'hui le leader des cafés bio et équitables; torréfiés à l'ancienne, selon une méthode traditionnelle respectueuse des arômes. Engagé pour la qualité, l'éthique et l'innovation, l'entreprise soutient le développement des coopératives et mène des projets participant à l'amélioration des conditions de vie des communautés paysannes aux quatre coins du monde. Pour limiter son impact, Malongo conditionne son café moulu dans des boîtes métalliques préservant à la fois le produit et l'environnement. La qualité de la plantation à la tasse !

www.malongo.com

