Charte du commerce équitable labellisé

Max Havelaar France

mercredi 20 mai 2009

Sommaire de cet article

- Préambule
- I – Engagement auprès des Organisations de Producteurs
- II – Engagement auprès des Fournisseurs de matières premières ou produits équitables
- III – Engagements auprès de Max Havelaar France
- Communication autour de la charte

Préambule

Il est rappelé la définition du commerce équitable de FINE, qui sert de référence à l'association Max Havelaar France : *Le commerce équitable est un partenariat commercial, basé sur le dialogue, la transparence et le respect, qui vise plus d'équité dans le commerce international. Le commerce équitable contribue au développement durable en proposant de meilleures conditions commerciales et en garantissant le respect des droits des producteurs marginalisés et travailleurs, principalement dans les pays du Sud. Les organisations de commerce équitable, soutenues par les consommateurs, s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser le public et à se mobiliser pour des changements dans les règles et la pratique du commerce international conventionnel.*

Dans ce cadre, la Mission de Max Havelaar France est « de connecter les consommateurs et les producteurs "désavantagés" à travers un label qui garantit des conditions commerciales plus justes, et ainsi permettre de développer les capacités de ces producteurs afin qu'ils combattent la pauvreté par eux-mêmes, renforcent leur position et prennent en main leur avenir ». La charte du commerce équitable labellisé complète le contrat de licence et a pour objectif de préciser « l'esprit » de l'engagement des signataires dans la démarche de commerce équitable telle que proposée par l'association.

En signant la charte du commerce équitable, le Détenteur de licence

– montre qu'il adhère à la Mission de Max Havelaar France et s'engage à l'intégrer dans son projet d'entreprise,
– s'engage sur une mise en oeuvre de moyens et non sur des résultats.

Le Détenteur de licence s'engage dans la mesure du possible sur les points suivants :

I – Engagement auprès des Organisations de Producteurs

– 1) La prise en compte de l'impact, direct ou indirect, de ses décisions sur les Organisations de Producteurs impliquées dans ses filières d'approvisionnement en ce qui concerne l'achat et la vente de produits équitables.
– 2) La connaissance progressive des Organisations de Producteurs qui lui fournissent directement ou indirectement des matières premières équitables. Pour ce faire, il pourra s'appuyer sur l'expertise de Max Havelaar France.

– 3) La création d'une valeur ajoutée dans les régions d'où sont issus les matières premières ou produits labellisés qu'il commercialise en initiant des partenariats de développement (missions de conseils auprès des Organisations de Producteurs, transferts directs ou indirects de compétences…) dès lors qu'il achète directement les matières ou produits équitables aux Organisations de producteurs.

II – Engagement auprès des Fournisseurs de matières premières ou produits équitables

– 4) La prise en compte, entre autres critères, de l'implication de ses fournisseurs dans le commerce équitable labellisé dans le cadre de l'achat de matière première et de produit équitable (Par exemple : implication dans des projets de développement en lien avec les organisations de producteurs, volume de ventes équitables, pourcentage de vente de produits équitables sur le total des ventes, opérations de sensibilisation au commerce équitable, ancienneté dans le système…).
– 5) Le fait de privilégier les filières d'approvisionnement les plus courtes en ce qui concerne des matières premières ou des produits équitables.

III – Engagements auprès de Max Havelaar France

– 6) Un positionnement prix de ses produits équitables en cohérence avec :
– des positionnements prix constatés sur les mêmes produits en conventionnel,
– des réalités du commerce équitable.
– 7) La collaboration avec Max Havelaar France dans le sens du développement du marché global des produits équitables.
– 8) Une cohérence entre sa politique de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise et les valeurs portées par le commerce équitable (respect de l'humain et de l'environnement).
– 9) Le soutien actif de la démarche de commerce équitable de Max Havelaar France, notamment par la participation à des opérations de sensibilisation, et en appuyant les principaux axes de stratégie de communication et de sensibilisation de l'association.
– 10) La souscription à l'objectif de sensibiliser et former en interne :
– prioritairement les personnes impliquées dans la conception, la production et la commercialisation des produits du commerce équitable,
– puis dans la mesure du possible l'ensemble des salariés.

Dans cette démarche, le Détenteur de licence peut s'appuyer sur les ressources de Max Havelaar France.

Communication autour de la charte

Cette charte est publique. Elle est notamment disponible sur le site internet de Max havelaar France (www.maxhavelaarfrance.org) à compter de janvier 2009.

Dans le cadre d'une déclaration annuelle relayée sur le site internet de Max Havelaar France, les détenteurs de licence signataires s'engagent à communiquer à l'association leurs propres éléments et commentaires relatifs à leur engagement dans le commerce équitable pour l'année concernée. Ces éléments devront concerner un ou plusieurs des points suivants :
– L'appui aux organisations de producteurs
– Le développement du marché des produits équitables en France

- La sensibilisation au commerce équitable
- Autres actions significatives

Société : Nom du représentant : Date :

Copyright © Site de l'Association Adéquations - https://www.adequations.org/spip.php?article1070