

MAX HAVELAAR REPORT

fair trade



Max Havelaar-Stiftung • Jahresbericht 2001 / Fondation Max Havelaar • Rapport annuel 2001



2001

Inhalt

3	Editorial
4	Jahresrückblick
5	Produkteentwicklung
6	Bananen
10	Blumen
13	Orangensaft
14	Kaffee
16	Tee
18	Kakao und Zucker
	Honig
20	Jahresrechnung
	Bericht der Kontrollstelle
24	Herkunft der Max Havelaar-Produkte
	Lizenzierte Importeure
25	Vertrieb der Max Havelaar-Produkte
26	Kriterien und Kontrolle
27	Max Havelaar in Kürze

Contenu

3	Editorial
4	Regard sur l'année écoulée
5	Développement de nouveaux produits
8	Bananes
12	Fleurs
13	Jus d'orange
15	Café
16	Thé
19	Cacao et sucre
	Miel
22	Les comptes annuels
	Rapport de l'organe de contrôle
24	Provenance des produits Max Havelaar
	Importateurs sous licence
25	Distribution des produits Max Havelaar
26	Critères et contrôles
27	Max Havelaar en bref

Impressum

Herausgeberin: Max Havelaar-Stiftung (Schweiz), Basel
Redaktion: Markus Bär
Übersetzung: Jean-Marc Frossard, Chavannes-près-Renens
Fotos: Didier Deriaz (Seite 1/ 10/ 11/ 12/ 18); Claude Giger (3);
Ritz & Häfliger (4); Max Havelaar Dänemark (6/ 8);
Paiper Barrios (7); Henrik Kostenskov (9);
Jean-Jacques Ruchti (13); TransFair Austria (14/ 15);
Kaare Wiemose (16/ 17); Keystone (17 oben);
Andreas Leisinger (19)
Gestaltung: Ritz & Häfliger, Visuelle Gestaltung, Basel
Druck: Druckerei Rünzi, Schopfheim
Papier: RecyMago plus, 100 % Altpapier

Impressum

Éditrice: Fondation Max Havelaar (Suisse), Bâle
Rédaction: Markus Bär
Traduction: Jean-Marc Frossard, Chavannes-près-Renens
Photos: Didier Deriaz (page 1/ 10/ 11/ 12/ 18); Claude Giger (3);
Ritz & Häfliger (4); Max Havelaar Danemark (6/ 8);
Paiper Barrios (7); Henrik Kostenskov (9);
Jean-Jacques Ruchti (13); TransFair Austria (14/ 15);
Kaare Wiemose (16/ 17); Keystone (17 en haut);
Andreas Leisinger (19)
Graphisme: Ritz & Häfliger, Visuelle Gestaltung, Basel
Impression: Imprimerie Rünzi, Schopfheim
Papier: RecyMago plus, 100 % Altpapier



L'éveil de l'humain dans l'être ...

Vom Erwachen des Menschlichen im Menschen

■ Braucht es immer eindrucklichere Katastrophen, mit noch mehr menschlichen Opfern, mit noch immenserem Schaden für die Natur, bis unsere Seele, das Menschliche in uns erwacht? Welch eine Kaskade von Katastrophen brachte doch das Jahr 2001 mit sich! Es ereigneten sich Umwelt- und Naturkatastrophen ungeahnten Ausmasses. Und die gesellschaftlichen Katastrophen gipfelten im Terrorangriff auf die Türme des World Trade Center am 11. September.

Diese Dramen hatten allenfalls die «positive» Seite, dass sie uns beunruhigten und nachdenklich machten bezüglich unserer Zukunft und der Zukunft kommender Generationen. – Weckruf für einige? Warnruf für andere? Jedenfalls müssen wir die gesamte Funktionsweise dieser Welt in Frage stellen. Mehr als 1,2 Milliarden Menschen leben heute mit weniger als einem US-Dollar pro Tag, vor allem in den ländlichen Regionen der Länder des Südens. Fast ist es banal geworden, so etwas zu sagen; man stellt sich gar nicht mehr vor, was es für die Menschen bedeutet.

Viele Staatschefs haben im Jahr 2001 versucht, die Gründe für so viel Gewalt zu benennen. Und – das hat mich am meisten beeindruckt – sie sind alle zum selben Schluss gelangt: Die Ungleichheiten zwischen den Ländern des Nordens und den Ländern des Südens bilden eine der Hauptursachen für den Terrorismus und die Migrationsströme. Einige Staatsmänner und Staatsfrauen haben sogar, alarmiert wie sie waren, ausgesprochen, dass man, um die Probleme zu lösen, mehr Gerechtigkeit schaffen müsse, besonders im wirtschaftlichen Austausch.

Jede und jeder von uns kann in seinem Umfeld aktiv dazu beitragen, diesen Traum der Gerechtigkeit zu verwirklichen. Es ist lediglich eine Frage der Wahl. Und wir alle können dabei nur gewinnen. Das jedenfalls versuchen wir bei Max Havelaar mit dem fairen Handel zu zeigen. Das wachsende Erwachen, das zunehmende Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten für mehr Gerechtigkeit im Handel zeigt sich direkt im zunehmenden Kauf von Produkten, die das Max Havelaar-Label des fairen Handels tragen. Das freut uns jedes Jahr und spornt uns weiter an.

*Paola Ghillani, Geschäftsleiterin
der Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)*

■ Faut-il vraiment qu'il y ait des catastrophes toujours plus graves, sacrifiant toujours plus de vies humaines et occasionnant toujours plus de dégâts à la nature, pour que notre âme d'être humain s'éveille? De quelle cascade de catastrophes avons-nous été témoins en 2001! Les catastrophes écologiques et naturelles ont souvent eu une ampleur sans précédent. Et les catastrophes sociales ont atteint leur paroxysme avec les attentats du 11 septembre.

Tant de drames ont tout de même eu le «mérite» de nous faire réfléchir sur notre avenir et celui des générations futures. Réveil pour certains? Eveil pour d'autres? Ce qui est sûr en tous cas, c'est que nous devons remettre en question notre mode de fonctionnement. Aujourd'hui dans le monde, plus de 1,2 milliard de personnes vivent avec moins de 1 USD par jour. C'est devenu une telle banalité de le dire qu'on ne se rend même plus compte de ce que cela signifie pour les êtres humains concernés.

En 2001, beaucoup de chefs d'Etat ont essayé d'expliquer la cause de tant de violence. Et ce qui m'a le plus impressionnée, c'est que ces hommes et ces femmes d'Etat sont tous arrivés à la même conclusion: les inégalités entre pays industrialisés et pays en développement sont une des causes principales du terrorisme et des flux migratoires; certains d'entre eux, dans leur éveil, ont même affirmé que la solution était d'arriver à plus d'équité, surtout dans les échanges commerciaux.

Chacun d'entre nous peut participer activement, dans son microcosme, à réaliser ce rêve d'équité. Ce n'est finalement qu'une question de choix, et au bout du compte nous serons tous gagnants. C'est en tout cas l'exemple que nous essayons de donner chez Max Havelaar avec le commerce équitable. L'éveil grandissant pour plus d'équité se reflète directement dans l'achat de produits portant le label Max Havelaar. Cela nous réjouit d'année en année et constitue une formidable motivation pour aller de l'avant.

*Paola Ghillani, Directrice générale
de la Fondation Max Havelaar (Suisse)*

Jahresrückblick: Fairer Umsatz steigt um ein Drittel

■ Im Jahr 2001 erreichte der Gesamtumsatz mit Max Havelaar-zertifizierten Produkten 84 Mio. CHF. Das bedeutet ein Wachstum von 35 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Etwa 24 Mio. CHF flossen direkt zu den Produzenten und Plantagenarbeiterinnen im Süden – 40 Prozent mehr, als sie im herkömmlichen Handel für ihre Produkte erhalten hätten.

Max Havelaar Schweiz ist die erfolgreichste Fair-Trade-Initiative der Welt. Das verpflichtet und gibt der Organisation die Möglichkeit, in der Entwicklung neuer Produkte eine Pionierrolle einzunehmen. Neue Produkte lancieren, das heisst auch, die

Konsumierenden für neue Zusammenhänge und Probleme des Welthandels zu sensibilisieren. Diese Strategie hat es Max Havelaar zudem ermöglicht, grössere Präsenz und bessere Sichtbarkeit im Detailhandel zu erlangen.

Einzig der Kaffee trübt das Bild. Es ist nicht gelungen, den Konsum von Max Havelaar-zertifiziertem Kaffee zu steigern. Dabei könnten die Produzentinnen und Produzenten mehr denn je vom Fair-Trade-Preis profitieren, verglichen mit dem ruinösen Niveau, auf das der Weltmarktpreis gesunken ist.

Paola Ghillani



Regard sur l'année écoulée: croissance de plus de 30 %

■ En 2001, le chiffre d'affaires généré par les produits certifiés Max Havelaar a atteint 84 millions de CHF, ce qui représente une croissance de 35 % par rapport à l'année précédente. La contribution directe aux producteurs et aux ouvrières des plantations dans les pays du Sud se monte à environ 24 millions de CHF – 40 % de plus que ce qu'ils auraient reçu aux conditions du commerce conventionnel.

De toutes les organisations du commerce équitable existant dans le monde, c'est Max Havelaar Suisse qui connaît le plus grand succès. Cette position de leader mondial des labels du «fair trade» nous permet également de jouer un rôle de pionnier dans le développement de nouveaux produits et, ainsi, de sensibiliser les consommateurs à de nouvelles problématiques du commerce mondial. Cette stratégie nous a également permis d'avoir une meilleure présence et une meilleure visibilité dans le commerce de détail.

La seule ombre au tableau reste le café. Nous n'avons pas réussi à augmenter la consommation de café labellisé Max Havelaar. Compte tenu du niveau dramatiquement bas des cours mondiaux du café, les productrices et producteurs dépendent pourtant plus que jamais du prix minimal garanti par le commerce équitable.

Paola Ghillani

Rosen aus Afrika, das erste Max Havelaar-zertifizierte Produkt ausserhalb des Nahrungsmittelbereichs, hatte bereits im Jahr der Lancierung viel Erfolg auf dem Schweizer Markt.

Les roses d'Afrique, premier produit non alimentaire certifié par Max Havelaar, ont connu d'emblée un grand succès sur le marché suisse.

Produkteentwicklung: Erweiterung des Angebotes sichert die Zukunft

■ Nur durch die Erweiterung der Produktpalette lässt sich der faire Handel wesentlich auf neue Produzentengruppen und weitere Produktionsländer ausdehnen. Die Entwicklung neuer Produkte ist für Max Havelaar von zentraler strategischer Bedeutung; die Max Havelaar-Stiftung hat sich zum Ziel gesetzt, jedes Jahr ein neues Produkt zu lancieren.

2001 wurden hierzu wichtige Weichen gestellt. Im Frühjahr entstand im Rahmen einer Neustrukturierung (siehe Kästchen rechts) die Stabsstelle Produkteentwicklung; die Kapazitäten wurden damit verstärkt und neu gebündelt.

Mit Erfolg lancierte Max Havelaar im April Blumen als neues Produkt (vgl. Seite 10). Den Arbeitsschwerpunkt im Bereich Produkteentwicklung bildeten im Jahr 2001 die Vorbereitungen für die Zertifizierung von Fair-Trade-Reis. Dieses gemeinsame Projekt mit dem SIPPO (*Swiss Import Promo-*

tion Programme des Bundes) war bereits im Vorjahr gestartet worden. Bis Ende 2001 waren die wesentlichen Voraussetzungen für eine Marktlancierung geschaffen. Mitte Jahr fiel an der Max Havelaar-Strategietagung ein wichtiger Entscheid zur künftigen Sortimentsausrichtung: Das Tätigkeitsfeld von Max Havelaar soll auf *Non-Food*-Produkte ausgedehnt werden.

Mit den Arbeiten zu Blumen und Reis hat Max Havelaar Schweiz im Jahr 2001 seine Führungsrolle unterstrichen: In der Schweiz wird heute dank dieser Investitionen und der guten Zusammenarbeit mit den Handelspartnern die weltweit breiteste Palette an zertifizierten Fair-Trade-Produkten angeboten. Es ist gelungen, die gegenwärtige Dynamik im Fair-Trade-Markt aufzunehmen und zu verstärken. – Mit der Produktpalette soll auch die Brücke des fairen Handels zwischen Süden und Norden breiter und tragfähiger werden. *Heini Conrad*

Aus- und Umbau der Geschäftsstelle

Max Havelaar Schweiz will jedes Jahr ein neues Produkt lancieren. Eine Reorganisation soll die Effizienz steigern. Seit 1. September 2001 funktionieren die mittlerweile 14 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Geschäftsstelle als vernetztes Team, bestehend aus einer dreiköpfigen Geschäftsleitung und zwei Abteilungen: Produktmanagement einerseits, Marketing und Kommunikation andererseits. Das Team wird durch je eine Stabsstelle für Finanzen und Administration, für Produkteentwicklung und für Koordination und Support sowie durch das Sekretariat ergänzt.

Chantal Guggenbühl

Développement de nouveaux produits: étouffer l'offre pour assurer l'avenir

■ C'est essentiellement par l'élargissement de la gamme des produits que le commerce équitable peut étendre son champ d'action à de nouveaux groupes de producteurs et à d'autres pays de production. Le développement de nouveaux produits revêt une énorme importance stratégique pour Max Havelaar; la Fondation s'est fixée comme objectif de lancer chaque année un nouveau produit.

A cet égard, des orientations majeures ont été posées en 2001. Dans le cadre d'une restructuration (voir encadré à droite), les capacités affectées au développement de l'offre ont été renforcées et regroupées au sein d'un nouveau service.

En avril, Max Havelaar a introduit avec succès sur le marché les fleurs équitables (voir page 12). Dans le domaine du développement de nouveaux produits, les travaux préparatoires en vue de la certification de plusieurs variétés de riz équitable ont été le point fort de l'année 2001. Ce projet, mené en collaboration avec le SIPPO (*Swiss Import Promotion Programme* de la

Confédération), avait été engagé l'année précédente déjà. A fin 2001, les conditions nécessaires au lancement de ce riz étaient réunies.

Lors d'un séminaire stratégique qui s'est déroulé vers le milieu de l'année, une décision de grande portée a été prise concernant l'orientation future de l'assortiment: le champ d'activité de Max Havelaar sera étendu à des produits non alimentaires.

Avec la labellisation des fleurs et du riz, Max Havelaar Suisse a réaffirmé en 2001 son rôle de leader du «fair trade»: grâce aux investissements consentis et à une bonne collaboration avec les partenaires commerciaux, la Suisse est le pays du monde où l'éventail des produits certifiés du commerce équitable est le plus large. Nous sommes parvenus à capter et renforcer la dynamique qui anime actuellement le marché du commerce équitable. Le développement de produits est aussi un moyen d'élargir et de consolider les ponts entre le Sud et le Nord dans le domaine des échanges commerciaux. *Heini Conrad*

Nouvelle structure et renforcement de l'effectif

Max Havelaar Suisse entend lancer chaque année un nouveau produit, ce qui suppose une structure particulièrement efficace. A cet effet, une réorganisation a eu lieu. Depuis le 1^{er} septembre 2001, le bureau de la Fondation compte 14 collaboratrices et collaborateurs travaillant en réseau. L'équipe est composée d'un comité de direction de trois personnes, ainsi que de deux départements: la gestion des produits d'une part, le marketing et la communication de l'autre. Elle est complétée par trois services généraux – finances et administration, développement de nouveaux produits, coordination et support – et par le secrétariat.

Chantal Guggenbühl

Bananen: Fortschritt trotz Rückschlägen

■ Unsere Partner in Kolumbien, Ecuador, der Dominikanischen Republik und Costa Rica haben auch im vergangenen Jahr Monat für Monat, Woche um Woche Bananen an den Schweizer Markt geliefert, die unter Einhaltung der Fair-Trade-Bedingungen angebaut und gehandelt wurden. Das erlaubte den Produzentinnen und Produzenten, für ihre sorgfältig gehegten Früchte einen kostendeckenden Preis zu lösen, der ihnen den Lebensunterhalt sichert.

Fair Trade belebt die regionale Wirtschaft

Die Zusammenarbeit mit Max Havelaar bringt aber den Bananenpflanzern und ihren Regionen noch weitere Vorteile: Es zeigt sich nämlich über die Jahre, dass die Mitgliederzahlen der Kooperativen stabil bleiben oder leicht zunehmen und dass der Bananenhandel und die Projekte, die mit den Fair-Trade-Prämien in den Gemeinden verwirklicht werden, auch indirekt Arbeitsplätze schaffen: Menschen auch ausserhalb der Kooperativen finden dadurch Stellen im Baugewerbe, im Gesundheitswesen, beim Recyclieren von Materialien aus der Landwirtschaft oder beim Betreiben eines Kinderhortes.

Diese neuen Möglichkeiten in den Dörfern tragen zur Verminderung der Abwanderung in die riesigen Agglomerationen bei, wo die entwurzelten Menschen mit grosser Wahrscheinlichkeit ins Elend abgleiten würden. – So kann fairer Handel einen Beitrag zum sozialen Frieden leisten, wenn auch vorerst nur in bescheidenem Rahmen.

Der Umsatz wächst, der Bioanteil auch

Die Verkäufe der Max Havelaar-zertifizierten Bananen sind gegenüber 2000 um 15 Prozent gestiegen. Unter kontrollierten Bedingungen haben die Produzenten auch im Berichtsjahr wieder ausgezeichnete Früchte produziert und den ökologischen Aspekten beim Anbau besonderes Augenmerk geschenkt.

Die Biobananen, die im Moment ausschliesslich aus der Dominikanischen Republik stammen, fanden bei den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten besonders guten Anklang. Auch in anderen Ländern machen sich die Bananenpflanzern ernsthafte Überlegungen, wie sie in ihrem Klima an geeigneten Standorten die Umstellung auf zertifizierten Bioanbau schaffen können.

Die Kleinen haben grössere Probleme

Kleinere Anbauer, die ihrer Kooperative wöchentlich ein paar Dutzend Schachteln Bananen für den gemeinsamen Export beisteuern, haben weiterhin mit Nachteilen fertig zu werden, die mittleren und grossen Produzenten viel weniger Kopfzerbrechen bereiten. So haben Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zum Beispiel viel mehr Mühe, von den lokalen Banken Kredite für produktive Vorhaben zu bekommen. Und wenn sie die Mittel erhalten, liegen die Zinssätze oft sehr hoch. Gleichzeitig ist die Beschaffung notwendiger landwirtschaftlicher Hilfsmittel für kleine Produzentinnen und Produzenten unverhältnismässig teuer, da sie nur Kleinstmengen einkaufen.

Zwischenhändler auf Einkaufstour bieten immer wieder Preise, die teils sogar die staatlich festgesetzten Mindestpreise unterschreiten. Mit den Kriterien des fairen Handels, die einen Teil der Vermarktung ihrer Bananen regulieren, haben die Produzentenorganisationen ein Werkzeug zur Hand, mit dem sie diese Hindernisse überwinden können. Dank der wachsenden Zahl von Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz, die Max Havelaar-Bananen bevorzugen, fährt der Zug für diese Bäuerinnen und Bauern weiterhin in Richtung einer besseren Zukunft. *Constantin Kostyal*



Zu tiefe Preise: Während elf Tagen blockierten die Produzenten Ecuadors die Häfen. Keine einzige Banane gelangte mehr in den Export.

Des prix trop bas: les producteurs équatoriens ont bloqué les ports durant 11 jours, empêchant toute exportation de bananes.

Kolumbien: Fortschritte trotz Konfliktlage

Asoproban ist eine 1984 gegründete Kooperative von 225 Kleinbauern mit Sitz in Orihueca in Kolumbien. Auf durchschnittlich 2,5 Hektaren pflanzen die Mitglieder der Kooperative Bananen, insgesamt produzieren sie wöchentlich rund 17'000 Kisten à 18,14 kg. Ungefähr ein Drittel der Produktion geht in Fair-Trade-Kanäle und sichert den Bauern das Überleben.

Trotz dem sehr gespannten politischen Umfeld, das die Produzentinnen und Produzenten teilweise in ihrer Arbeit behindert, entwickelt Asoproban interessante Projekte: Seit längerem laufen ein Wiederverwertungsprojekt für Kunststoffabfälle und die Hauskehrichtentsorgung für die 12'000 Einwohner von Orihueca. Mischkulturen sollen weitere Produktionsstandbeine schaffen, und an einem geeigneten Standort bereitet Asoproban die Umstellung von rund 50 Hektaren Bananenpflanzungen auf Biolandwirtschaft vor. *ck*

«Der faire Handel ist unser Leben – wir können unseren Anbau verbessern und erhalten einen Preis, der es uns ermöglicht, anders zu leben, nämlich besser.» Hugo Marquez und Familie, Bananenproduzenten, Kooperative Asoproban, Kolumbien

«Le commerce équitable est vital pour nous – grâce à lui, nous pouvons améliorer nos cultures et vendre nos produits à des prix qui nous permettent de vivre autrement et mieux.» Hugo Marquez et famille, producteurs de bananes, coopérative Asoproban, Colombie



Bananes: en progression malgré quelques contre-performances



*10'000 Kisten Bananen pro Woche:
Ernte in der Genossenschaft Coopetrabatur,
Costa Rica.*

*10'000 cartons de bananes par semaine:
cueillette à la coopérative Coopetrabatur,
au Costa Rica.*

■ L'année dernière à nouveau, nos partenaires en Colombie, Equateur, République dominicaine et Costa Rica ont livré sur le marché suisse, mois après mois, semaine après semaine, des bananes cultivées et vendues aux conditions du commerce équitable. Grâce à ce débouché, les productrices et producteurs ont perçu, pour ces fruits dont ils prennent grand soin, un prix couvrant leurs coûts et leur assurant une existence décente.

Le commerce équitable stimule l'économie régionale

La collaboration avec Max Havelaar apporte d'autres avantages encore aux planteurs de bananes et à leur région: au fil des ans, le nombre de membres des coopératives reste stable ou bien s'accroît légèrement; de plus, le commerce de la banane et les projets réalisés dans les communes grâce aux primes du commerce équitable créent aussi des emplois de manière indirecte. Des gens extérieurs aux coopératives trouvent du travail par ce biais, que ce soit dans la construction, les soins médicaux, le recyclage de matériaux issus de l'agriculture ou les garderies d'enfants.

Ces perspectives nouvelles pour les villages aident à freiner l'exode vers les grandes villes, où les nouveaux arrivants, déracinés, sombrent presque inévitablement dans la misère. Le commerce équitable contribue ainsi, aussi modestement soit-il, à la paix sociale.

Le chiffre d'affaires augmente, la part du bio aussi

Les ventes de bananes certifiées par Max Havelaar ont progressé de 15 % par rapport à l'année 2000. Dans des conditions contrôlées, les cultivateurs ont à nouveau produits d'excellents fruits et voué une attention toute spéciale aux aspects écologiques de la culture.

Les bananes bio, qui pour l'instant proviennent exclusivement de la République dominicaine, ont reçu un accueil particulièrement favorable de la part des consommatrices et consommateurs helvétiques. Dans plusieurs autres pays, les cultivateurs de bananes réfléchissent sérieusement aux possibilités qui s'offrent à eux dans le domaine de la culture biologique certifiée, compte tenu des conditions de production locales (climat, sol).

Les plus petits ont les plus gros problèmes

Les petits cultivateurs, qui livrent à leur coopérative quelques dizaines de cartons de bananes par semaine pour l'exportation, subissent des inconvénients que n'ont pas les moyens et gros producteurs. Ainsi, les planteuses et planteurs les plus modestes ont beaucoup de peine à obtenir de la part des banques locales des crédits pour des projets productifs. Et quand des fonds leurs sont accordés, le taux d'intérêt est souvent très élevé. De plus, l'acquisition des outils agricoles nécessaires est nettement plus coûteuse pour les petits producteurs, car ils les achètent en très petites quantités.

Les intermédiaires en tournée d'achat proposent des prix parfois inférieurs aux minima fixés par l'Etat. Avec les critères du commerce équitable, qui régulent une partie de la commercialisation de leurs bananes, les organisations de producteurs disposent d'un instrument leur permettant de surmonter ces difficultés. Grâce au nombre grandissant de consommatrices et consommateurs qui, en Suisse, donnent la préférence aux bananes Max Havelaar, ces paysannes et paysans peuvent regarder l'avenir avec toujours plus de confiance.

Constantin Kostyal

Colombie: des progrès malgré une situation de conflit

Asoproban est une coopérative fondée en 1984. Son siège est à Orihueca, en Colombie. Elle regroupe 225 petits cultivateurs de bananes possédant une surface de 2,5 hectares en moyenne. Au total, ils produisent quelque 17'000 cartons de bananes de 18,14 kg par semaine. Environ un tiers de cette production est écoulée via les canaux du commerce équitable, ce qui assure aux cultivateurs un minimum vital.

En dépit d'un contexte politique très tendu, qui entrave parfois les productrices et producteurs dans leur travail, Asoproban développe des projets intéressants, parmi lesquels le recyclage des déchets en plastique et l'élimination des ordures ménagères pour les 12'000 habitants d'Orihueca. Des cultures mixtes sont introduites pour diversifier la production, et Asoproban a fait procéder à une étude en vue de convertir une cinquantaine d'hectares de plantations de bananes aux normes bio.

ck

Costa Rica: Kooperative in Nöten

Die landwirtschaftliche *Coopetrabatur* liegt in der Nähe des Pazifiks im Südwesten von Costa Rica, unweit der Grenze zu Panama. Die Hauptanbauprodukte sind Palmöl und Bananen. Die Produktion beträgt zurzeit knapp 10'000 Kisten Bananen pro Woche, rund 40 Prozent davon gehen regelmässig zu Fair-Trade-Bedingungen in den Export.

Die Gegend, in der *Coopetrabatur* wirtschaftet, wurde in den letzten paar Jahren von mehreren Bananenkonzernen verlassen, die Plantagen wurden aufgegeben. Verwaarloste Bananenfelder in der Umgebung erschweren der Kooperative die Produktion erheblich, da der Infektionsdruck der schädlichen Blattpilze auf die Bananen stark gewachsen ist. Das vermindert die Produktivität. Die Kooperative konnte in der Folge reservierten Frachtraum auf Ozeanschiffen nicht immer nutzen – musste ihn aber trotzdem bezahlen. Die finanzielle Lage von *Coopetrabatur* ist gegenwärtig kritisch. Drastische Sparmassnahmen wurden ergriffen, um die Krise zu überwinden. ck

Costa Rica: coopérative en difficultés

La coopérative agricole *Coopetrabatur* est située dans le sud-ouest du Costa Rica, non loin de la côte du Pacifique et de la frontière avec le Panama. Ses principaux produits sont l'huile de palme et les bananes. La production s'élève actuellement à près de 10'000 cartons de bananes par semaine, dont environ 40 % sont exportés aux conditions du commerce équitable.

Ces dernières années, les grandes entreprises bananières ont quitté la région où travaille la *Coopetrabatur*, délaissant leurs plantations. Suite à l'abandon de ces bananeraies, la pression parasitaire a fortement augmenté, c'est pourquoi la productivité de *Coopetrabatur* s'en ressent. La coopérative n'a pas toujours pu remplir l'espace réservé dans les soutes des navires – espace qu'elle a néanmoins dû payer. La situation financière de la *Coopetrabatur* est critique. Des mesures d'économie drastiques ont été prises pour surmonter la crise. ck

Dominikanische Republik: Trockenheit

Die Dominikanische Republik ist in den letzten Jahren zum grössten Produktionsland für Biobananen geworden. Zwei Anbaugemeinschaften produzieren biozertifizierte Bananen zu Fair-Trade-Bedingungen für den Schweizer Markt: Banelino im Nordwesten und Finca 6 an der Südküste.

In den letzten Monaten des Jahres 2001 herrschte ein extrem trockenes Klima auf der Insel. Darunter litt zeitweilig auch die Qualität; die Produzenten leiteten sofort Schritte zur Qualitätssteigerung ein. Diese Massnahmen beginnen jetzt zu greifen. ck

**République dominicaine: sécheresse**

La République dominicaine est depuis quelques années le principal producteur de bananes bio. Deux communautés de cultivateurs produisent des bananes certifiées bio aux conditions du commerce équitable pour le marché suisse: Banelino, dans le nord-ouest, et Finca 6, sur la côte sud.

Au cours des derniers mois de l'année 2001, le climat a été exceptionnellement sec sur l'île. La qualité en a souffert, mais les producteurs ont pris immédiatement des mesures pour y remédier. Ces mesures commencent à déployer leurs effets. ck

Ecuador: Streik beim Lückenbüsser

Ecuador ist weltweit der grösste Exporteur von Bananen. Das Land spielt auf dem Bananenmarkt den Lückenbüsser: Wenn in nördlicher gelegenen Anbaugeländen die Tage kürzer und kühler werden, kommen die Einkäufer nach Ecuador. So schwankt die Nachfrage übers Jahr sehr stark, und der staatlich festgesetzte Mindestpreis von USD 2.90 für die 18,14 kg Bananen, die eine Kiste enthält, wird oft nicht respektiert.

Das hat im August 2001 zu einem Streik geführt: Während 11 Tagen blockierten aufgebraute Produzenten die Zufahrten zu den Häfen; keine einzige Banane ging mehr in den Export. Auch nicht die des Max Havelaar-Partners *El Guabo*. Die Streikenden entschuldigten sich beim Fair-Trade-Produzenten, wohl wissend, dass *El Guabo* seinen Mitgliedern durchschnittlich übers ganze Jahr mehr als USD 4.20 pro Kiste bezahlt – und dazu kommt ja noch die Fair-Trade-Prämie von USD 1.75 pro Kiste. Die Kleinbauerngenossenschaft exportiert etwa ein Viertel ihrer gesamten Produktion von knapp 20'000 Kisten pro Woche zu Fair-Trade-Bedingungen. ck

Ecuador: la grève des «bouche-trous»

L'Ecuador est le premier exportateur mondial de bananes. Ce pays tient en quelque sorte le rôle de «bouche-trous» sur le marché bananier: quand les jours raccourcissent et que le temps fraîchit dans les régions de production situées plus au nord, les acheteurs se tournent vers l'Ecuador. La demande varie donc très fortement tout au long de l'année, et le prix minimal fixé par l'Etat (USD 2.90 pour les 18,14 kg de bananes que contient un carton) n'est souvent pas respecté.

Cette situation a provoqué une grève en août 2001: durant 11 jours, des producteurs en colère ont bloqué les accès aux ports; plus une seule banane n'a été exportée. Même pas celles du partenaire de Max Havelaar, *El Guabo*. Les grévistes se sont excusés auprès des producteurs du commerce équitable, sachant bien qu'*El Guabo* verse un prix moyen d'au moins USD 4.20 par carton de bananes. La coopérative exporte à peu près un quart de sa production – qui représente au total quelque 20'000 cartons par semaine – aux conditions du commerce équitable. ck

Blumen: rosiger Start

■ Rosen aus fairem Handel hat die Max Havelaar-Stiftung im Frühling 2001 zusammen mit den Partnern Blume3000, Coop, Migros und Volg auf dem Schweizer Markt lanciert. Als erstes Agrarprodukt ausserhalb des Nahrungsmittelbereichs ergänzen die Blumen mit Max Havelaar-Gütesiegel das bisherige Fair-Trade-Sortiment.

Die Schweizer als faire Weltmeister

Kaum ein Jahr später tragen mehr als acht Prozent aller direkt aus Südländern importierten Rosen das Max Havelaar-Gütesiegel. Zwischen April und Dezember 2001 wurden rund 1,2 Millionen Sträusse verkauft. Die Schweizerinnen und Schweizer sind nicht nur Weltmeister im Blumenkaufen (mit Fr. 124.– pro Kopf und Jahr), sondern auch bereit, etwas mehr zu bezahlen, wenn die Blumen sowohl im Norden als auch im Süden Freude machen.

8000 Arbeiterinnen und ihre dringendsten Anliegen

An die bisher 17 zertifizierten Farmen mit insgesamt mehr als 8000 Arbeiterinnen und Arbeitern – es sind mehrheitlich Frauen – wurden bis Ende 2001 über 300'000 Franken Fair-Trade-Prämien überwiesen. Jede Farm hat ein gemischtes Komitee (*Joint Body*) aus Vertreterinnen der Arbeiterschaft und Delegierten des Managements gebildet. Sie diskutieren soziale Projekte und legen gemeinsam die Prioritäten fest.

Die Projekte widerspiegeln die von Farm zu Farm unterschiedlichen Realitäten und die dringendsten Bedürfnisse der Arbeiterschaft. Sie reichen von der Erschliessung des Grundwassers zum Ausbau der Wasserversorgung im Dorf, von Preisen für Hygiene im Haushalt bis zur Erweiterung der Klinik, vom Stromanschluss für die Schule bis zur Strassenbeleuchtung. Familien sollen durch Kinderkrippen, die Übernahme von Schulgebühren oder Stipendien entlastet werden. Aber auch Nähmaschinen zur Fertigung von Kleidern oder Transportmittel wie Fahrräder sind wichtige Anliegen der Arbeiterinnen und Arbeiter. Viele Projekte stecken nach dem ersten Jahr noch in der Planungsphase.

Und die Umwelt?

Das Schonen der Umwelt ist, neben den sozialen Kriterien, ein weiteres grundlegendes Ziel der Max Havelaar-Zertifizierung.

Die systematische Reduktion des Chemieeinsatzes, die Anwendung moderner umweltverträglicherer Produktions- und Düngemethoden, der sorgfältige und kontrollierte Umgang mit Wasser und die Abfallbewirtschaftung sind nur einige der Regeln, die von den Produktionsbetrieben befolgt werden müssen.

Es stellt sich eine weitere wichtige Frage: Die Schnittblumen werden im Flugzeug nach Europa transportiert. Wird damit die Umwelt nicht schwer belastet? Eine Studie der ETH Zürich aus dem Jahr 1997 zeigt auf, dass der Energieverbrauch für die afrikanische Rosenproduktion inklusive Flugtransport nach Europa um ein Mehrfaches tiefer liegt als bei vergleichbarer Gewächshausproduktion in Europa. Ins Gewicht fällt dabei vor allem die in unseren Breitengraden nötige Heizung.

Start geglückt, aber es bleibt noch viel zu tun

Die ersten Erfahrungen mit dem fairen Blumenhandel ermutigen. Auf einigen Farmen sind allerdings noch grössere Anstrengungen nötig, um alle vereinbarten Ziele zu erreichen. Nicht zu unterschätzen sind die in den Produktionsländern über Jahrzehnte gewachsenen hierarchischen Strukturen. Arbeiterschaft und Management der Blumenfarmen sind stark gefordert, wenn es darum geht, gemeinsame Grundlagen für eine offene und vertrauensvolle Kommunikation zu erarbeiten. Aus diesem Grund werden die gemischten Komitees vor Ort durch professionelle Beratungsleute im Max Havelaar-Auftrag unterstützt.

Damit der Verbesserungs- und Demokratisierungsprozess weiter vorangetrieben werden kann, braucht es überzeugte Konsumentinnen und Konsumenten, die bereit sind, auch für Blumen etwas mehr zu bezahlen.

Markus Staub



Die Fair-Trade-Projekte verschaffen auch den Kindern bessere Aussichten.

Les projets liés au commerce équitable permettent aussi aux enfants de prendre un meilleur départ dans la vie.

**«Die Fair-Trade-Rosen sind für uns ein bedeutender Fortschritt.
Nun können wir über gewisse Entscheidungen mitbestimmen,
die uns betreffen.»** Cecilia Muzawi, Blumenarbeiterin, Howick-Vale-Farm, Simbabwe

**«Les roses équitables sont pour nous un énorme progrès.
Nous pouvons désormais participer à certaines décisions
qui nous concernent.»** Cecilia Muzawi, ouvrière floricole, ferme Howick Vale, Zimbabwe



Fleurs: un départ tout en rose

■ La Fondation Max Havelaar a lancé au printemps 2001 sur le marché suisse des roses labellisées, avec comme partenaires Blume3000, Coop, Migros et Volg. Premier produit agricole non alimentaire certifié par Max Havelaar, ces fleurs sont venues élargir l'offre du commerce équitable, en lui apportant un nouvel élément de diversification.

Les Suisses aiment le dire avec des fleurs

Une année à peine après ce lancement, plus de huit pour cent des roses importées en Suisse directement de pays du Sud portaient le label Max Havelaar. Entre avril et décembre 2001, ce sont à peu près 1,2 million de bouquets qui ont été vendus. Déjà champions du monde des achats de fleurs, avec une dépense moyenne de 124 CHF par personne et par an, les Suissesses et les Suisses sont prêts à délier un peu plus les cordons de leur bourse pour procurer de la joie non seulement aux destinataires de ces fleurs, mais aussi aux gens qui les cultivent.

8000 ouvrières et leurs besoins les plus urgents

A fin 2001, 17 fermes employant au total plus de 8000 personnes – en majorité des femmes – avaient été certifiées. Les primes qui leur avaient été versées par le commerce équitable représentaient une somme de plus de 300'000 CHF. Il existe dans chaque exploitation un comité mixte (*joint body*) formé de représentants du personnel et de délégués de la direction. Ensemble, ils discutent des projets sociaux envisageables et fixent les priorités.

Ces projets reflètent la diversité des situations et des besoins les plus urgents du personnel des fermes floricoles. Ces besoins vont de l'exploitation de la nappe phréatique aux équipements d'adduction d'eau dans le village, de l'encouragement de l'hygiène domestique à l'agrandissement de l'hôpital, du raccordement électrique de l'école à l'éclairage des rues. Les familles souhaitent une garde-robe plus grande, la prise en charge des frais d'écolage ou l'octroi de bourses d'étude. La mise à disposition de moyens de locomotion tels que bicyclettes, ou de machines à coudre pour la fabrication de vêtements, sont d'autres demandes qui

reviennent fréquemment. Au terme de la première année, la plupart des projets étaient encore en préparation ou venaient d'entrer dans leur phase de réalisation.

Et l'environnement?

La certification Max Havelaar impose des critères sociaux, mais aussi écologiques. La réduction systématique des produits chimiques, l'adoption de méthodes de production et de fertilisation modernes, moins agressives pour l'environnement, l'utilisation scrupuleuse et contrôlée de l'eau, ou encore la gestion des déchets, ne sont que quelques-unes des règles devant être suivies par les exploitations.

Une autre question importante se pose: les fleurs coupées viennent en Europe par avion. Cela ne pose-t-il pas un grave problème de pollution? Eh bien, une étude réalisée en 1997 par l'EPF de Zurich a montré que la consommation d'énergie nécessaire à la production de roses en Afrique et à leur transport par avion en Europe est de plusieurs fois inférieure à la consommation d'énergie liée à une production comparable sous serres en Europe. La dépense d'énergie nécessaire au chauffage sous nos latitudes explique cet écart.

Départ réussi, mais il reste beaucoup à faire

Les premières expériences faites avec les fleurs sont encourageantes. Dans certaines fermes floricoles, des efforts importants restent à fournir pour atteindre les objectifs fixés. Il ne faut pas sous-estimer le poids des structures hiérarchiques qui se sont mises en place au fil des décennies dans les pays de production. Elaborer en commun les bases d'une communication franche et ouverte, fondée sur la confiance, implique un gros effort de remise en question de la part du personnel et de la direction des exploitations certifiées. C'est pourquoi les comités mixtes sont encadrés sur place par des conseillères et conseillers professionnels mandatés par Max Havelaar.

Pour que le processus d'amélioration et de démocratisation puisse avancer, il est nécessaire que des consommatrices et consommateurs convaincus soient également disposés à payer un peu plus cher pour des fleurs équitables.

Markus Staub



Freude in Süd und Nord: In den ersten neun Monaten 1,2 Millionen Bund Fair-Trade-Rosen in die Schweiz geliefert.

Des heureux au Sud comme au Nord: neuf mois après le lancement des roses équitables sur le marché helvétique, les ventes atteignaient déjà 1,2 million de bouquets.

Orangensaft: saftiger Zuwachs

■ Am Beispiel Orangensaft zeigt sich die gegenwärtige Trendsetter-Funktion von Max Havelaar Schweiz: Nach der Erstlan- cierung in der Schweiz im Jahre 1999 haben auch die Fair-Trade-Initiativen in Deutsch- land, Österreich, Holland, Luxemburg und England einen Orangensaft mit Gütesiegel auf den Markt gebracht.

Ziel bleibt jedoch, den Fair-Trade-Markt weiter auszudehnen, denn die Lebenssi- tuation der Pflückerinnen, Pflücker und Kleinbauernfamilien ist nach wie vor sehr schwierig. Bis Mitte 2001 waren die Welt- marktpreise tief; im Süden Brasiliens fie- len zudem frostbedingt die Ernteerträge schlecht aus.

Auch im dritten Jahr zeigt der Orangensaft mit Max Havelaar-Label ein bemerkens- wertes Wachstum: Im Jahr 2001 wurden in der Schweiz mehr als 3,5 Mio. Liter Oran- gensaft verkauft. Das ist eine Steigerung

gegenüber dem Vorjahr von 22 Prozent; der Marktanteil klettert von 4 auf 5,5 Prozent.

Max Havelaar als Marktöffner

Mit der Gruppe *Coagrosol* aus dem Raum São Paulo konnte schon die vierte Organisa- tion auf dem Schweizer Markt Fuss fassen – nebst den Max Havelaar-Partnern in Pa- raná und Bahía (Brasilien) sowie Mexiko.

Alle sechs am fairen Handel teilnehmen- den Produzentenorganisationen sind nun in der Süd-Süd-Vernetzung CPTS zusam- mengeschlossen. Das Netzwerk widmet sich vor allem Fragen des Anbaus und des Marketings. Eine Delegation hatte im ver- gangenen September auf einer Europareise Gelegenheit, Kenntnisse und Erfahrungen über europäische Qualitätsstandards, Kon- sumgewohnheiten und Marketingtrends zu sammeln.

Angela Losert

Auch das ist Fair Trade: endlich Zugang zu ärztlichen und zahnärztlichen Leistungen.

Enfin un accès à des prestations médicales et dentaires. C'est aussi cela, le commerce équitable.

100'000 Franken machen vieles möglich

Insgesamt löste der Orangensaft mit Max Havelaar-Label 2001 eine Prämiensumme von 71'000 USD aus. Diese Mittel ermög- lichten die Umsetzung zahlreicher sozialer Projekte für die Kleinbauernfamilien bezie- hungsweise die Pflückerinnen und Pflücker. So etwa in Paraná im Süden Brasiliens:

- ärztliche und zahnärztliche Versorgung;
- Frühstück auf den Plantagen;
- Weiterbildung der Arbeitenden;
- Registrierung der Beschäftigten, damit sie ihre Ansprüche zum Beispiel auf Sozialleis- tungen durchsetzen können.

Bisher wurden die Projekte eng von zwei Sozialarbeiterinnen betreut und begleitet. Mittelfristig sollen vermehrt die Betroffe- nen selbst die Führung übernehmen. alo



100'000 francs font déjà beaucoup

Les ventes de jus d'orange certifié par Max Havelaar ont généré au total 71'000 USD de primes en 2001. Ces primes ont permis de nombreux projets sociaux profitant aux fa- milles de petits cultivateurs, ainsi qu'aux cueilleuses et cueilleurs. Par exemple dans l'Etat du Paraná (sud du Brésil):

- soins médicaux et dentaires;
- petit déjeuner dans les plantations;
- formation continue des ouvriers;
- enregistrement des employés, afin qu'ils puissent faire valoir leurs droits aux pres- tations sociales notamment.

A ce jour, les projets ont été animés et en- cadrés étroitement par deux travailleuses sociales. Il est prévu qu'à moyen terme, les intéressés prennent eux-mêmes en charge la conduite des projets. alo

Jus d'orange: affaires juteuses

■ Le cas du jus d'orange illustre bien le rôle novateur de Max Havelaar Suisse: après l'introduction, en première mondiale, du jus d'orange équitable sur le marché helvétique en 1999, les organisations homologues de Max Havelaar en Allemagne, en Autriche, aux Pays-Bas, au Luxembourg et en Gran- de-Bretagne ont lancé à leur tour un pro- duit du même type.

Les conditions d'existence des cueilleu- ses et cueilleurs comme des familles de petits cultivateurs sont très précaires. Jusqu'au milieu de l'année 2001, les prix mondiaux étaient bas; pour ne rien arran- ger, des gelées ont nuit aux récoltes dans le sud du Brésil.

Au cours de sa troisième année, le jus d'orange labellisé Max Havelaar a encore accentué sa progression: plus de 3,5 mil- lions de litres vendus en Suisse en 2001, soit une croissance de 22 % par rapport à

l'année antérieure; sa part de marché est ainsi passée de 4 à 5,5 %.

Max Havelaar ouvre des débouchés

Les partenaires de Max Havelaar pour le concentré d'oranges sont déjà au nombre de quatre: aux trois organisations affiliées à fin 2000 – une au Mexique et deux au Bré- sil (Etats du Paraná et de Bahía) – est venue s'ajouter en 2001 la coopérative *Coagrosol*, dans la région de São Paulo (également au Brésil).

Les six organisations de producteurs affi- liées au commerce équitable sont mainte- nant regroupées au sein du réseau Sud-Sud CPTS, qui prend de l'importance. Lors d'un voyage en Europe, en septembre dernier, une délégation a pu se faire une idée des normes de qualité, des habitudes de con- sommation et des pratiques de marketing sur l'Ancien Continent.

Angela Losert

Krise in der Kaffeewelt



Kooperative Coaine, Bolivien: Gerechte Preise für die Kaffeelernte der Eltern machen den Schulbesuch für die Kinder möglich.

Coopérative Coaine, en Bolivie: grâce au prix équitable versé à leurs parents pour le café qu'ils produisent, les enfants peuvent fréquenter l'école.

■ Der weiterhin stagnierende Kaffeemarkt sowie der Ausstieg der Swissair als Grosskunde von Max Havelaar-Kaffee führten zu einem Rückgang des Absatzes um knapp 6 Prozent auf 1306 Tonnen.

Erfreulicherweise wurde das Sortiment weiter ausgebaut, neben den bereits bekannten Varietäten bieten zwei Lizenznehmer erstmals Kaffee im Portionenbeutel mit dem Max Havelaar-Siegel an. Anteilsmässig steigt die Nachfrage nach biologischem Fair-Trade-Kaffee – Biokaffee trägt bereits 23 Prozent zum gesamten Absatz von Max Havelaar-zertifiziertem Kaffee bei. Diesem Trend entsprechend lancierte beispielsweise Coop Ende 2001 einen biologischen Max Havelaar-Espressokaffee. Mit Carrefour konnte ein insbesondere in der Westschweiz wichtiger neuer Vertriebspartner für Kaffee sowie Tee, Schokolade und Bananen gefunden werden.

Weltmarktpreise im Keller

Der anhaltende Preiserfall an den grossen Kaffeebörsen bewirkte das erstmalige Unterschreiten der magischen Grenze von USD 0.50 pro Pfund Rohkaffee der hochwertigen Sorte Arabica. Der mehrheitlich aus afrikanischen Anbaugebieten stammende Kaffee der Sorte Robusta erzielte nur noch einen Durchschnittspreis von USD 0.27 pro Pfund.

Das ist eine Katastrophe für die Kaffeebauern, ihre Familien und für weitere im Dienste der Kaffeeproduktion stehende Bevölkerungskreise in über 60 Exportländern.

Einige Regierungen und Nichtregierungsorganisationen haben Notprogramme für Kaffeeanbauregionen eingeleitet.

Viele Faktoren tragen zur weltweiten Überproduktion und zum Preissturz bei. Hier die wichtigsten:

- Weltweit ist der Kaffeekonsum leicht rückgängig.
- Gleichzeitig werden die Anbauflächen in einigen Regionen (zum Beispiel in Vietnam und Brasilien) massiv erweitert.
- Das neue internationale Kaffeeabkommen steht auf schwachen Füßen; eine verbindliche Exportquotenregelung fehlt.
- Spekulationen und Warenterminoptionen haben die Abwärtsspirale der Weltmarktpreise noch beschleunigt.

Viele Kaffeebauernfamilien vor dem Ruin

Erhielten die Produzenten Anfang 2000 noch rund CHF 4.– pro Kilogramm Rohkaffee, war es bereits Mitte 2001 weniger als die Hälfte, nämlich CHF 1.70. Die Bäuerinnen und Bauern der Max Havelaar-Kooperativen hingegen lösen dank garantiertem Mindestpreis rund CHF 4.70 pro Kilo.

Dazwischen liegen Welten – der kostendeckende Preis erlaubt den Max Havelaar-Kaffeebauern, ihre Familien zu ernähren und für die Schulkosten der Kinder aufzukommen. Auch auf die Produktion hat das faire Einkommen seinen Einfluss: Es ermöglicht den Bauern, ihre Kaffeepflanzen zu pflegen und qualitativ hochwertigen Kaffee zu gewinnen. – Ein schönes Beispiel dafür, wie der gerechte Handel Gewinner sowohl im Süden als auch im Norden schafft.

Knapp vier Rappen mehr pro Tasse

Die Detailhandelspreise für Kaffee lagen 2001 erneut leicht tiefer als im Vorjahr. So wuchs die Preisdifferenz zwischen konventionellem und fairem Kaffee noch einmal leicht.

Doch auf die Tasse umgerechnet, ist ein Max Havelaar-Kaffee keine 4 Rappen teurer. Mit diesem Aufpreis können die Kaffee-trinkerinnen und -trinker etwas mehr Gerechtigkeit schaffen und direkt zur Existenzsicherung von Tausenden von Kleinbauernfamilien beitragen.

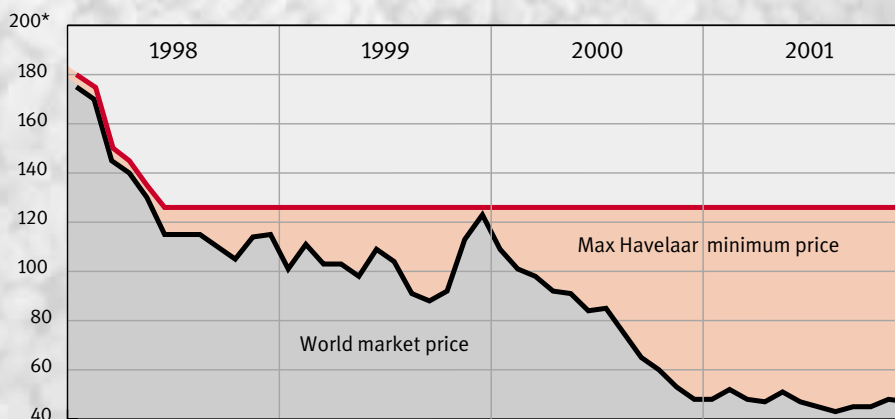
Andreas Leisinger

Weltmarktpreis und Max Havelaar-Mindestpreis für Kaffee 1998–2001

Cours du marché mondial et prix minimal Max Havelaar pour le café 1998–2001

* US cents per pound, Arabica varieties

Max Havelaar minimum price: 126 US cents. If world market price more than 126 cents: + 5 cents



Crise dans le monde du café

■ La stagnation persistante du marché du café, conjuguée à la perte du gros client qu'était Swissair pour le café Max Havelaar, a provoqué une baisse des ventes de près de 6%, à 1306 tonnes.

Fort heureusement, l'assortiment a pu être encore élargi. Deux preneurs de licence proposent pour la première fois du café labellisé Max Havelaar en sachets-portions. En pourcentage, la demande pour le café bio équitable augmente – la part du café bio s'élève déjà à 23 % des ventes totales de café certifié par Max Havelaar. Suivant cette évolution, Coop, par exemple, a lancé fin 2001 un espresso Max Havelaar de qualité biologique. Avec Carrefour, la Fondation Max Havelaar a trouvé un nouveau partenaire de distribution important – en Suisse romande particulièrement – pour le café, mais aussi le thé, le chocolat et les bananes.

Dégringolade des cours mondiaux

Du fait de la baisse constante des cours dans les principales bourses du café, le prix de l'Arabica brut, une variété de qualité supérieure, est descendu pour la première fois au-dessous de la barre symbolique de USD 0.50 la livre. Le prix moyen du café Robusta, qui provient essentiellement d'Afrique, n'a pas dépassé USD 0.27 la livre.

C'est une catastrophe pour les planteurs de café, leurs familles et toutes les personnes qui vivent d'une manière ou d'une autre de la production de café dans une bonne soixantaine de pays exportateurs. Plusieurs gouvernements et ONG ont pris conscience de la gravité de la situation et ont lancé des programmes d'urgence pour les régions productrices de café.

De nombreux facteurs concourent à la surproduction mondiale et à l'effondrement des prix. En voici les principaux:

- La consommation de café est en légère diminution sur le plan mondial.
- En même temps, il y a une forte extension des surfaces de plantations dans certaines régions (notamment au Viêt-nam et au Brésil).
- Le nouvel accord international sur le café ne va pas assez loin; en particulier, il ne fixe pas de quotas d'exportation contraignants.



Anzucht von Kaffeepflanzen. Nach vier Jahren könnten sie ein erstes Mal Früchte tragen. Doch für viele Familien ist die Zukunft so ungewiss, dass sie kaum mehr Kaffeeseetzlinge nachziehen.

L'avenir est tellement incertain que beaucoup de petits cultivateurs renoncent à cultiver des plants de caféiers. Ceux-ci pourraient donner leurs premiers fruits dans quatre ans.

- Des spéculations et des options à terme ont encore accéléré la spirale à la baisse des cours mondiaux.

De nombreuses familles de planteurs au bord de la ruine

S'ils touchaient encore à peu près CHF 4.– par kilo de café brut au début de l'année 2000, les producteurs en obtenaient déjà moins de la moitié, à savoir CHF 1.70, vers le milieu de l'année 2001. Les cultivatrices et cultivateurs des coopératives Max Havelaar, en revanche, perçoivent une somme d'environ CHF 4.70 par kilo, grâce au prix minimal garanti.

Un prix minimal qui fait toute la différence – leurs coûts de production étant ainsi couverts, les planteurs de café Max Havelaar peuvent nourrir leur famille et payer l'école à leurs enfants. Ce revenu équitable a également une influence sur la production:

il permet aux producteurs d'entretenir leurs caféiers et de produire du café de qualité supérieure. Un bel exemple montrant que le commerce équitable fait des gagnants au Sud comme au Nord.

A peine quatre centimes de plus par tasse

En 2001, les prix du café dans le commerce de détail ont à nouveau été un peu inférieurs à ce qu'ils étaient l'année antérieure, de sorte que la différence de prix entre le café conventionnel et le café équitable s'est encore accrue légèrement.

Pourtant, un café Max Havelaar est à peine 4 centimes plus cher la tasse. Un supplément de prix qui permet aux amateurs de café de contribuer à un peu plus de justice en aidant de façon directe des milliers de familles de petits cultivateurs à réaliser un revenu décent.

Andreas Leisinger

Fairer Tee im Aufwind

■ Der Verkauf von Schwarztee und nun auch Grüntee ist im Detailhandel zurzeit rückläufig. Umso erfreulicher die Steigerung um über 30 Prozent auf 41 Tonnen an verkauftem Schwarz- und Grüntee, die Max Havelaar gegenüber dem Vorjahr erreichte.

Der Anteil von biologisch angebautem Tee beträgt mittlerweile fast die Hälfte. Zwei neue Lizenznehmer – die Erboristi SA sowie die Natur Kraft Werke A. Conte & Partner – erweiterten mit ihren Biogrüntees das Sortiment. Jetzt umfasst das Angebot neun Schwarztee- und fünf Grünteesorten.

Fair Trade macht's möglich: Hilfe in Notlagen, Impfkampagnen, sanitäre Anlagen

Die abgesetzte Teemenge löste Fair-Trade-Prämien von rund 40'000 USD aus. In allen Teegärten bestimmt ein paritätisch aus den Arbeiterinnen und Arbeitern einerseits und dem Management andererseits zusammengesetztes Gremium (*Joint Body*) über die Verwendung der Prämien.

Diese Möglichkeit der direkten Einflussnahme stärkt die Stellung und das Selbstbewusstsein vieler Teepflückerinnen. So wurde im Teegarten Makaibari (Darjeeling, Indien) mit den Fair-Trade-Prämien ein Fonds für Arbeiterinnen gegründet. Dieser Fonds hat bereits an 135 Personen zinslose Kredite zur Überbrückung finanzieller Notlagen vergeben. Das Joint-Body-Gremium von Makaibari beschloss zudem, alle Kinder der Plantagenarbeiterinnen unentgeltlich gegen Hepatitis B impfen zu lassen. Und für die Zukunft schmiedet der Joint Body von Makaibari grosse Pläne: Gedacht wird an den Einbau von Toiletten in jedem Haus auf dem Plantagegebiet, an den Bau einer von frischem Bergwasser gespeisten Wasserleitung sowie an die Erzeugung von Biogas als Brennstoff für Gaskocher.

Arbeiterinnen und Arbeiter organisieren sich

Die im November 2000 gegründete Vereinigung *Regional Consultative Body of Sri Lanka* hat die Arbeit aufgenommen. Ziel ist es, die regionale Vernetzung der Fair-Trade-Teeproduzenten zur Wahrung gemeinsamer Interessen zu fördern sowie verschiedene Probleme, die bei der Umsetzung von prämierten finanzierten Projekten anstehen, gemeinsam zu lösen. *Andreas Leisinger*



Stimmt die Qualität? Degustation im Labor der Teeplantage.

La qualité est primordiale. Dégustation au laboratoire de la plantation de thé.

Le thé équitable s'affirme sur le marché

■ Les ventes de thé noir, mais aussi de thé vert désormais, sont en baisse dans le commerce de détail. La progression de plus de 30 % – à 41 tonnes – des ventes de thé noir et de thé vert portant le label Max Havelaar en 2001 est d'autant plus réjouissante.

La part du thé de culture biologique a presque atteint 50 %. Deux nouveaux preneurs de licence – Erboristi SA et Natur Kraft Werke A. Conte & Partner – ont enrichi l'assortiment avec du thé vert bio. L'offre comporte maintenant neuf sortes de thé noir et cinq sortes de thé vert.

Aide d'urgence, vaccinations, installations sanitaires grâce au commerce équitable

Les ventes de thé ont généré des primes pour environ 40'000 USD. Dans toutes les plantations, une commission paritaire (*joint body*) formée de délégués du personnel et de représentants de la direction décide de l'utilisation des primes.

A travers cette prise d'influence directe, beaucoup de cueilleuses développent une nouvelle conscience d'elles-mêmes et retrouvent foi en l'avenir. Dans la plantation de Makaibari (Darjeeling, Inde), par exemple, un fonds a été créé pour les ouvrières grâce aux primes du commerce équitable. Ce fonds a déjà permis d'octroyer des crédits sans intérêts à 135 personnes en difficultés financières. La commission paritaire de Makaibari a en outre décidé de faire vacciner gratuitement tous les enfants des ouvrières contre l'hépatite B. Et elle a de grands projets: installation de toilettes dans chaque maison sur le domaine de la plantation, adduction d'eau en provenance de la montagne, production de biogaz pour l'alimentation des réchauds à gaz.

Les ouvrières et ouvriers s'organisent

Le *Regional Consultative Body of Sri Lanka*, une association créée en novembre 2000, a commencé son travail. Son but est de favoriser la mise en réseau régionale des producteurs de thé affiliés au commerce équitable, afin qu'ils puissent mieux défendre leurs intérêts communs et résoudre ensemble divers problèmes liés à la réalisation des projets financés par les primes.

Andreas Leisinger



«Gerechtigkeit im Welthandel fördert nicht nur bescheidenen Wohlstand bei den Erzeugern, sondern zieht Demokratisierung nach sich. Das ist in unser aller Interesse.» Johannes Rau, Staatspräsident Bundesrepublik Deutschland

«La justice dans le commerce mondial assure un minimum de bien-être aux producteurs. Mais elle favorise aussi une démocratisation qui est dans notre intérêt à tous.» Johannes Rau, Président de la République fédérale d'Allemagne



Kakao und Zucker: zwischen süßer Versuchung und bitterer Realität



Sonnentrocknung von Kakaobohnen im Südwesten Ghanas. Das Stärkungs- und Genussmittel erzielt auf dem Weltmarkt noch immer schwache Preise.

Séchage de fèves de cacao au soleil dans le sud-ouest du Ghana. Le cours de cette denrée délicate et fortifiante reste faible sur le marché mondial.

■ Umsatzwachstum für Max Havelaar-zertifizierte Kakaoprodukte in der Schweiz, aber noch immer viel zu tiefe Weltmarktpreise für Kakao und Zucker: Das sind die Hauptmerkmale des Schokoladejahres 2001. Der Absatz von Kakaoprodukten mit Max Havelaar-Gütesiegel stieg auf 222 Tonnen, das sind 14 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Aufwärtsbewegung der letzten beiden Jahre setzte sich also weiter fort.

Breites Sortiment

Das Sortiment an Max Havelaar-zertifizierten kakaohaltigen Produkten konnte im Jahr 2001 erneut verbreitert werden: Die claro fair trade AG hat neben verschiedenen Osterartikeln aus Schokolade auch neue Bioschokoladetafeln mit Praliné- beziehungsweise Rumfüllung lanciert, ebenso Schokoladepulver und kakaohaltigen Brotaufstrich. Auch Helvetas lancierte eine feine Tafelschokolade mit Pralinéfüllung.

Von den 35 Schokoladeprodukten mit Max Havelaar-Gütesiegel sind mittlerweile weit über die Hälfte auch biozertifiziert und mit der Knospe der BIO SUISSE ausgezeichnet.

Weltmarktpreise weiterhin auf Tauchstation

Die Preise für Kakao haben sich nach dem Rekordtiefstand von unter 700 USD pro Tonne im Jahr 2000 leicht erholt und liegen nun durchschnittlich 15 Prozent über dem genannten Tiefstwert. Für die Kakaobauern bedeutet das aber noch keine Entwarnung.

Ein Spitzenjahr für Honig

■ Das Sortiment von Honigen mit Max Havelaar-Gütesiegel wuchs im Jahr 2001 auf 20 Produkte an. Die Migros hat erstmals einen fairen Honig eingeführt, Coop das Sortiment erweitert. Neben Blüten- und Wildblütenhonigen sind nun Honige aus Eukalyptus- und Sonnenblumenblüten im Angebot. Neu lanciert wurden auch zwei Biohonige. Anbieter sind Caritas beziehungsweise die claro fair trade AG. Diese Sortimentserweiterungen haben zu einem erstaunlichen Erfolg beigetragen: Im Berichtsjahr konnte der Absatz von Honig mit Max Havelaar-Gütesiegel massiv gesteigert werden: um 74 Prozent auf 370 Tonnen. Die

Weltmarktpreise liegen noch immer rund 40 Prozent unter dem existenzsichernden Max Havelaar-Mindestpreis.

Auch die Börsenpreise für konventionellen Rohrzucker dümpeln mit durchschnittlich 220 USD pro Tonne weiterhin auf tiefem Niveau. Massive Produktionssteigerungen in Brasilien bewirken einen zusätzlichen Druck auf die bisher einigermassen zufrieden stellenden Biozuckerpreise.

claro lancierte im Berichtsjahr einen biologischen Mascobado (unraffinerter Rohrzucker) aus den Philippinen.

Ecuador: Wirtschaftskrise und erfolgreiche Kakaovermarktung

Ecuador lieferte im Jahr 2001 häufig negative Schlagzeilen: Die extrem hohe Staatsverschuldung, eine Währungsreform sowie massive Preiserhöhungen für Produkte des täglichen Bedarfs brachten das Land an den Rand eines Bürgerkrieges.

Die Kooperative MCCH* im Nordwesten des Landes kann sich trotz schwierigem Umfeld behaupten. Die garantierten Preise für Fair-Trade-Verkäufe, die Solidarität unter den rund tausend Kleinbauern sowie langfristige Programme in den Bereichen Schulbildung und Anbauberatung motivieren die Mitglieder und sichern den Erfolg dieser Kooperative für die Zukunft. – MCCH erscheint wie eine «faire Insel», ein ruhender Pol nachhaltiger Entwicklung im krisengeschüttelten Land. *Andreas Leisinger*

Weltmarktpreise für Honig aus Übersee verharrten auch 2001 auf einem tiefen Niveau. Dank den von Max Havelaar garantierten Mindestpreisen erhielten die Imkerkooperativen um insgesamt 203'000 USD höhere Erlöse, ein Plus von über einem Drittel gegenüber dem Weltmarkt.

Die Imkerei bedeutet für viele landlose Familien in Lateinamerika einen überlebenswichtigen Zusatzverdienst. Die Kooperative *Putla de Guerrero* in Mexiko beispielsweise stellt Müttern nun kostenlos Bienenstöcke neben ihren Wohnhäusern zur Verfügung: Kinderbetreuung und Imkerei gehen so Hand in Hand. *al*

*Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos. Ungefähr: Reichen wir einander die Hand und wirtschaften wir wie Brüder.

Cacao et sucre: entre douce tentation et amère réalité

■ Croissance en Suisse pour les produits à base de cacao certifiés par Max Havelaar, mais des cours mondiaux beaucoup trop bas pour le cacao et le sucre: telles sont les caractéristiques de l'année chocolat 2001. Les ventes de produits au cacao labellisés Max Havelaar sont passées à 222 t, une progression de 14% par rapport à l'an 2000.

Large assortiment

L'assortiment de produits cacaotés Max Havelaar s'est encore étoffé en 2001: en plus de divers articles de Pâques, claro fair trade SA a introduit avec succès de nouvelles tablettes de chocolat bio fourré au praliné et au rhum, ainsi que du chocolat en poudre et une pâte à tartiner à base de cacao. De son côté, Helvetas a lancé un fin chocolat en tablette fourré au praliné.

Sur les 35 produits au chocolat portant le label Max Havelaar, la bonne moitié sont également certifiés bio et munis du bourgeon de BIO SUISSE.

Les cours mondiaux en dépression

Après un creux record à moins de 700 USD la tonne en 2000, les prix du cacao ont fait une légère remontée et sont à présent de 15% supérieurs en moyenne à cette valeur plancher. Pour les cultivateurs de cacao, ce n'est toutefois pas encore la fin de l'alerte. Les cours mondiaux demeurent inférieurs de quelque 40% au prix minimal garanti par Max Havelaar.

Les cours boursiers du sucre de canne conventionnel restent eux aussi passablement bas, avec une moyenne de 220 USD la tonne. Des hausses importantes de la production au Brésil font peser une pression supplémentaire sur les prix du sucre bio, qui ont été jusqu'ici à peu près satisfaisants.

claro a lancé en 2001 un mascobado biologique (sucre de canne non raffiné) provenant des Philippines.

Equateur: crise économique et succès dans la commercialisation du cacao

En 2001, l'Equateur a souvent fait les gros titres: un endettement extrêmement élevé, une réforme monétaire et des hausses de prix massives sur les produits de première nécessité ont failli plonger ce pays dans la guerre civile.

Dans le nord-ouest de l'Equateur, la coopérative MCCH* parvient à se développer en dépit de ce contexte difficile. Les prix garantis par le commerce équitable, la solidarité entre les quelque mille petits producteurs affiliés, de même que des programmes dans la formation scolaire et la vulgarisation agricole, motivent les membres et leur redonnent confiance en l'avenir. MCCH est comme un «îlot d'équité», un «pôle de développement durable» dans un pays ébranlé par la crise. *Andreas Leisinger*

*Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos.
Traduction approximative: Donnons-nous la main et faisons du commerce en frères.



Zurzeit können knapp tausend Imkerfamilien in Lateinamerika Honig über den fairen Handel verkaufen. Hier der Sitz der Kooperative Coadap in Guatemala.

A l'heure actuelle, près de mille familles d'apiculteurs d'Amérique latine peuvent vendre leur miel dans le cadre du commerce équitable. Ici, le siège de la coopérative Coadap, au Guatemala.

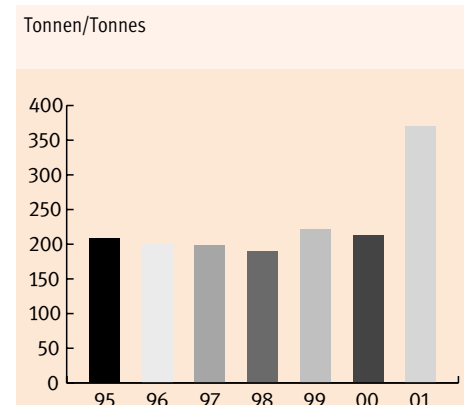
Une grande année pour le miel

■ L'éventail des miels portant le label Max Havelaar est passé à 20 produits en 2001. Migros a introduit son premier miel équitable, et Coop a élargi son assortiment. L'offre comporte désormais des miels de fleurs d'eucalyptus et de fleurs de tournesol. Des miels bio ont également été lancés par Caritas et claro fair trade SA. Ce développement de l'assortiment n'est sans doute pas étranger à l'extraordinaire succès rencontré l'année dernière par le miel estampillé Max Havelaar: les ventes ont progressé de 74%, passant à 370 tonnes. Les prix du miel d'outre-mer sur le marché mondial sont restés à un faible niveau en 2001. Grâce aux prix minimaux garantis par Max Havelaar,

les coopératives d'apiculteurs ont obtenu pour leurs produits des recettes totales de 203'000 USD plus élevées, ce qui représente un bonus de plus d'un tiers par rapport au marché mondial.

L'apiculture assure à de nombreuses familles d'Amérique latine sans terre un revenu supplémentaire dont l'importance est vitale. La coopérative mexicaine *Putla de Guerrero*, par exemple, met désormais gratuitement à la disposition des mères de famille des ruches à proximité de leurs maisons: les mamans peuvent ainsi pratiquer l'apiculture tout en gardant un œil sur leurs enfants. *al*

Absatz Honig mit Max Havelaar-Gütesiegel 1995–2001 Ventes de miel labellisé Max Havelaar 1995–2001





Jahresrechnung 2001: Gute Verkaufszahlen ermöglichen Eigenfinanzierung

■ Dank ausserordentlich hoher Verkäufe von Produkten mit dem Max Havelaar-Gütesiegel hat die Stiftung anstelle des budgetierten Defizits von 60'000 CHF einen Überschuss von 35'000 CHF erreicht.

Damit liess sich ein lange verfolgtes Ziel verwirklichen: Max Havelaar Schweiz arbeitet selbsttragend! Der während der ersten neun Jahre geleistete Unterstützungsbeitrag des Bundes (seco) sei hier noch einmal herzlich verdankt. Und natürlich gilt der herzliche Dank auch den Hilfswerken Brot für alle, Caritas, Fastenopfer, HEKS, Helvetas und Swissaid, die Max Havelaar Schweiz vor 10 Jahren gegründet und mitfinanziert haben.

Die Zunahme der Ausgaben um 16 Prozent auf 2,522 Mio. CHF ist vor allem in den höheren Kosten für Kontrollen und die Produkteentwicklung begründet.

Max Havelaar erzielte eine Steigerung des Umsatzes zu Verkaufspreisen um 35 Prozent auf 84 Mio CHF. Ein grosses Dankeschön an die engagierten Partnerinnen und Partner in Handel, Verarbeitung und Verkauf!

Die Produzenten in den Ländern des Südens litten im Berichtsjahr stark unter den ruinös tiefen Weltmarktpreisen, insbesondere für Kaffee, Kakao und Bananen. Umso wichtiger sind für sie die ausgezeichneten Verkaufsergebnisse, Anerkennung für die hohe Qualität ihrer Produkte.

Max Leuzinger

Bericht der Kontrollstelle

■ Als Kontrollstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) der Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) für das am 31. Dezember 2001 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Stiftungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung dem schweizerischen Gesetz, der Stiftungsurkunde und dem Reglement.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

BERO Treuhand AG
Roland Laube
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Gelterkinden, 12. März 2002

Bilanz/Erfolgsrechnung

Bilanz

Aktiven	2000	2001	Passiven	2000	2001
Umlaufvermögen	1'248'677	1'395'577	Fremdkapital	115'426	227'383
Kasse, Post, Bank	831'896	909'057	Kurzfristige Schulden	62'407	127'081
Übrige Guthaben	409'077	414'523	Transitorische Passiven	53'019	100'302
Transitorische Aktiven	7'704	71'997	Eigenkapital	1'133'252	1'168'195
Anlagevermögen	1	1	Stiftungskapital	100'002	100'002
Mobilien	1	1	Vermögen		
			- Anfangskapital	1'033'250	
			- Einnahmenüberschuss	34'943	
			- Endbestand	1'033'250	1'068'193
Total Aktiven	1'248'678	1'395'578	Total Passiven	1'248'678	1'395'578

Erfolgsrechnung

Aufwand	2000	2001	Ertrag	2000	2001
Personalkosten	961'067	1'138'473	Beiträge seco	150'000	0
Miete und Nebenkosten	70'182	76'095	Projektaufträge	69'581	130'111
Administration	86'835	107'796	Lizenzeeinnahmen	1'738'377	2'251'698
Reisen und Displacement	66'513	59'032	Verkaufsertrag	8'180	16'894
Marketing und Kommunikation	424'133	427'984	Dienstleistungserträge	153'828	111'090
Monitoring/ Kontrollen	435'881	504'498	Spenden	0	60
Produkteentwicklung	112'375	173'663	Zinsertrag	20'390	20'534
Externe Aufträge	42'601	33'865	Diverser Ertrag	20'417	26'601
MWSt (Vorsteuer nicht erstattet)	3'160	639			
Ausserordentlicher Aufwand	-33'000	0			
Debitorenverlust	0	0			
Total Aufwand	2'169'748	2'522'045	Total Ertrag	2'160'773	2'556'988
Mehreinnahmen	0	34'943	Mehrausgaben	8'975	0
Gesamtergebnis	2'169'748	2'556'988	Gesamtergebnis	2'169'748	2'556'988

(aufgerundet auf ganze Franken)

Comptes 2001: autofinancement grâce à une progression des ventes

■ En 2001, les ventes de produits portant le label Max Havelaar ont représenté un volume exceptionnellement élevé, ce qui a permis à la Fondation de réaliser un excédent de recettes de 35'000 CHF, alors que le budget prévoyait un déficit de 60'000 CHF.

Un objectif visé depuis longtemps a ainsi été atteint: Max Havelaar Suisse a trouvé son autonomie financière! Nous ne pouvons qu'exprimer une fois encore notre sincère gratitude à la Confédération (Seco), pour la subvention qu'elle nous a allouée durant nos neuf premières années d'existence. Et, bien entendu, nous réitérons nos vifs remerciements aux six œuvres d'entraide qui ont créé et cofinancé Max Havelaar Suisse voici 10 ans: Swissaid, EPER, Helvetas, Action de Carême, Caritas et Pain pour le Prochain.

La hausse de 16 % des dépenses en 2001, qui se sont élevées à 2,522 millions de francs, est due principalement à l'augmentation des coûts liés aux contrôles et au développement de nouveaux produits. Max Havelaar a fait progresser de 35 % son chiffre d'affaires, qui est passé à 84 millions de francs. Un grand merci à nos partenaires du commerce et de la vente, toujours très engagés!

Les producteurs des pays du Sud ont beaucoup souffert l'an dernier du niveau terriblement bas des cours mondiaux de certaines denrées, parmi lesquelles le café, le cacao et les bananes. Les excellents résultats des ventes, qui valorisent la grande qualité de leur travail, n'en ont que plus d'importance pour eux. *Max Leuzinger*

Rapport de l'organe de contrôle

■ En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié la comptabilité et les comptes annuels (bilan et compte d'exploitation) de la Fondation Max Havelaar (Suisse) pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2001.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Conseil de Fondation alors que notre mission consiste à vérifier ces comptes et à émettre une appréciation les concernant. Nous attestons que nous remplissons les exigences de qualification et d'indépendance.

Notre révision a été effectuée selon les normes suisses de la profession. Ces normes requièrent de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées avec une assurance raisonnable.

Nous avons révisés les postes des comptes annuels et les indications fournis dans ceux-ci en procédant à des analyses et à des examens par sondages. En outre, nous avons apprécié la manière dont ont été appliquées les règles relatives à la présentation des comptes, les décisions significatives en matière d'évaluation ainsi que la présentation des comptes annuels dans leur ensemble. Nous estimons que notre révision constitue une base suffisante pour former notre opinion.

Selon notre appréciation, la comptabilité et les comptes annuels sont conformes à la loi suisse, à l'acte de fondation et au règlement.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

BERO Treuhand SA
Roland Laube
Expert-comptable diplômé
Gelterkinden, le 12 mars 2002

Bilan/compte d'exploitation

Bilan

(arrondi au franc)

Actifs	2000	2001	Passifs	2000	2001
Actifs circulants	1'248'677	1'395'577	Engagements	115'426	227'383
Avoirs en caisse, CCP, banque	831'896	909'057	Engagements à court terme	62'407	127'081
Autres actifs	409'077	414'523	Passifs transitoires	53'019	100'302
Actifs transitoires	7'704	71'997	Fonds propres	1'133'252	1'168'195
Actifs immobilisés	1	1	Capital de Fondation	100'002	100'002
Biens immobiliers	1	1	Fortune		
			- Mise de fonds	1'033'250	
			- Excédent de recettes	34'943	
			- Montant final	1'033'250	1'068'193
Total actifs	1'248'678	1'395'578	Total passifs	1'248'678	1'395'578

Compte d'exploitation

Dépenses	2000	2001	Recettes	2000	2001
Salaires	961'067	1'138'473	Contributions seco	150'000	0
Loyers et coûts annexes	70'182	76'095	Mandats projets	69'581	130'111
Administration	86'835	107'796	Recettes de licences	1'738'377	2'251'698
Voyages et déplacements	66'513	59'032	Produit des ventes	8'180	16'894
Marketing et communication	424'133	427'984	Revenus de prestations de services	153'828	111'090
Monitoring/ contrôles	435'881	504'498	Dons	0	60
Développement de produits	112'375	173'663	Intérêts	20'390	20'534
Mandats externes	42'601	33'865	Recettes diverses	20'417	26'601
TVA (impôt préalable non déduit)	3'160	639			
Dépenses extraordinaires	-33'000	0			
Pertes sur débiteurs	0	0			
Total dépenses	2'169'748	2'522'045	Total recettes	2'160'773	2'556'988
Excédent de recettes	0	34'943	Excédent de dépenses	8'975	0
Résultat total	2'169'748	2'556'988	Résultat total	2'169'748	2'556'988

Herkunft der Max Havelaar-Produkte

Provenance des produits Max Havelaar

Land Pays	Anzahl Vertragspartner Nombre de partenaires commerciaux	Orangensaft Jus d'orange	Bananen Bananes	Tee Thé	Kakao Cacao	Zucker Sucre	Honig Miel	Kaffee Café	Blumen Fleurs	
Äthiopien / Éthiopie								1		
Belize					1					
Bolivien / Bolivie					1			15		
Brasilien / Brésil	4							2		
Chile / Chili							5			
Costa Rica			1		1	3		1		
Dem. Rep. Kongo / Rép. Dém. du Congo								2		
Dominikanische Rep. / Rép. dominicaine			2		1	1		3		
Ecuador / Equateur			1		1	1		1		
El Salvador								4		
Ghana			1		1					
Guatemala							4	17		
Haiti / Haïti								7		
Honduras								20		
Indien / Inde				21						
Indonesien / Indonésie								1		
Kamerun / Cameroun					1			1		
Kenia / Kenya									6	
Kolumbien / Colombie			1					15		
Kuba / Cuba	1									
Mexiko / Mexique	1						10	32		
Nepal / Népal				1						
Nicaragua					1		3	6		
Osttimor / Timor oriental								1		
Paraguay						2				
Papua-Neuguinea / Papouasie-Nouvelle-Guinée								3		
Peru / Pérou								13		
Philippinen / Philippines						2				
Sambia / Zambia									1	
Simbabwe / Zimbabwe				1					11	
Sri Lanka				13						
Tanzania / Tanzanie				4				6		
Thailand / Thaïlande								1		
Uganda / Ouganda				4				2		
Uruguay							1			
Venezuela								5		
Vietnam / Viêt-nam				1						
Winward Islands / îles Sous-le-Vent			1							

In den so genannten Produzentenregistern sind sämtliche Vertragspartner der verschiedenen nationalen Fair-Trade-Label-Organisationen aufgeführt. In diesen Genossenschaften und Verbänden sind weltweit rund 800'000 Bauernfamilien organisiert.

Dans ce que l'on appelle le Registre des producteurs figurent tous les partenaires contractants des diverses organisations nationales du label Fair Trade. À l'échelle mondiale, près de 800'000 familles de paysans sont affiliées à ces coopératives et associations.

Lizenzierte Importeure

Importateurs sous licence

Lizenznehmer / Anbieter Preneurs de licence / distributeurs	Orangensaft Jus d'orange	Bananen Bananes	Tee Thé	Kakao / Cacao Zucker / Sucre	Honig Miel	Kaffee Café	Blumen Fleurs	
AG für Fruchthandel / safruits, 4002 Basel		•						
Agrotropic AG, 8153 Rümlang							•	
Blaser Trading AG, 3001 Bern						•		
Caritas Fairness Handel, 6020 Emmenbrücke					•			
Chocolat Bernrain, 8280 Kreuzlingen				•				
claro fair trade AG, 2552 Orpund	•		•	•	•			
Fritz Bertschi AG, 4127 Birsfelden						•		
Helvetas, 8042 Zürich			•					
Migros Genossenschafts-Bund, 8031 Zürich							•	
Narimpex AG, 2501 Biel					•			
Pronatec, 8404 Winterthur**				•				
Alois Traeubler AG, 8304 Wallisellen						•		

Vertrieb der Max Havelaar-Produkte

Distribution des produits Max Havelaar

Lizenznehmer / Anbieter Preneurs de licence / distributeurs	Orangensaft Jus d'orange	Bananen Bananes	Tee Thé	Schokolade Chocolat	Honig Miel	Kaffee Café	Blumen Fleurs	
Mit eigenen Filialen / Avec filiales propres								
Caritas Fairness Handel, 6020 Emmenbrücke			•	•	•	•		
claro fair trade AG, 2552 Orpund*	•		•	•	•	•		
Coop, 4002 Basel	•	•	•	•	•	•	•	
Migros Genossenschafts-Bund, 8031 Zürich	•	•	•	•	•	•	•	
Volg Konsumwaren AG, 8400 Winterthur		•			•	•	•	
Mit Verkauf an Detailhandel und/oder institutionellen Konsum / Avec vente au commerce de détail et/ou aux consommateurs institutionnels								
Aeberhard AG, 3007 Bern						•		
AG für Fruchthandel / safruits, 4002 Basel		•						
Badilatti AG, 7524 Zuoz						•		
Blaser Café, 3001 Bern						•		
Blume 3000, 8153 Rümlang							•	
Cafés Cuendet, 1023 Crissier						•		
Chicco d'Oro Caffè, 6828 Balerna						•		
Carasso-Bossert SA, 1217 Meyrin						•		
Caritas Fairness Handel, 6020 Emmenbrücke					•	•		
claro fair trade AG, 2552 Orpund	•		•	•	•	•		
Erboristi Lendi, 6986 Curio			•					
Ernst Rickli AG, REAL-Kaffeerösterei, 8730 Uznach						•		
Esperanza SA, 1628 Vuadens						•		
Fritz Bertschi AG, 4127 Birsfelden						•		
Giger Café AG, 3073 Gümligen						•		
Graf AG, 5405 Baden-Dättwil						•		
Helvetas, 8042 Zürich			•	•				
Hemmi Baur AG, 8002 Zürich						•		
Henauer Kaffee, 8181 Höri						•		
Hochstrasser AG, 6014 Littau						•		
Howeg Planteurs Réunis, 6031 Ebikon						•		
Illycafé AG, 8800 Thalwil						•		
Interoma AG, 8134 Adliswil						•		
Kolanda AG, 4123 Allschwil						•		
Küng & Co. AG, 8404 Winterthur						•		
La Florida, 1227 Carouge						•		
La Semeuse, 2301 La Chaux-de-Fonds						•		
Moccaraba, 4058 Basel						•		
Natur Kraft Werke, A. Conte & Partner, 8607 Aathal			•					
Oetterli & Co. AG, 4500 Solothurn						•		
Pronatec, 8404 Winterthur**				•				
Rast Lebensmittel AG, 6000 Luzern						•		
Rialto Kaffee, 3063 Ittigen						•		
Rocca-Mocca, 4142 Münchenstein						•		
Rost AG, 6210 Sursee						•		
Schwarzenbach Heinrich AG, 8001 Zürich						•		
Sirocco-Kaffee AG, A. Kuster, 8716 Schmerikon						•		
Stoll Kaffeerösterei, 8045 Zürich						•		
Trottet SA, 1217 Meyrin						•		
Turmhandel AG, 9016 St. Gallen						•		
Turmix AG, 8645 Jona						•		

* Hier gibt es auch Zucker, Bonbons und Sirup mit dem Max Havelaar-Gütesiegel.

** Hier gibt es auch Zucker mit dem Max Havelaar-Gütesiegel.

* A cela s'ajoute du sucre, des bonbons et du sirop au label Max Havelaar.

** A cela s'ajoute du sucre au label Max Havelaar.

Kriterien und Kontrolle

Eine Produzentenorganisation, welche unter Havelaar-Bedingungen exportieren will, muss einen umfassenden Fragebogen ausfüllen und wird dann vor Ort überprüft. Expertinnen und Experten evaluieren insbesondere die Produktequalität. Delegierte verschiedener Labelinitiativen werten sämtliche Unterlagen aus und beschliessen, ob die Organisation ins «Produzentenregister» aufgenommen wird. Die eingetragenen Organisationen werden jährlich kontrolliert. Die Beurteilung erfolgt in internationaler Zusammenarbeit (siehe Kasten rechts) nach einheitlichen, strengen Kriterien, denn nur so kann Max Havelaar garantieren, dass die Konsumierenden mit einem Havelaar-zertifizierten Produkt etwas ethisch Sinnvolles kaufen:

- Max Havelaar-Produkte stammen von Produzentenorganisationen mit transparenter Struktur oder von Plantagen, auf denen genau definierte Mindestnormen bezüglich Lohn, Sozialleistungen, Sicherheit am Arbeitsplatz etc. eingehalten werden.
- Die Kleinbauern oder Plantagenarbeiterinnen bestimmen selbst, welche Projekte zur Verbesserung der Lebens- oder Produktionsbedingungen mit den Fair-Trade-Prämien realisiert werden.
- Die Produzentenorganisationen verfügen über eine effiziente Struktur zur Exportabwicklung.
- Die Organisationen arbeiten an einem langfristig nachhaltigen Entwicklungsprozess. Sie fördern umweltfreundliche Anbau- und Verarbeitungsmethoden.

Im Gegenzug erhalten die Produzenten einen stabilen, existenzsichernden Preis von den Partnern des fairen Handels, und es werden langfristige Handelsbeziehungen angestrebt.

FLO, das internationale Netzwerk

Um die Definition der Fair-Trade-Kriterien sowie die Kontrollen zu koordinieren, wurde 1997 «FLO International» gegründet, das Netzwerk der Fair Trade Labeling Organizations. Gegenwärtig sind siebzehn nationale Organisationen in FLO vertreten: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Grossbritannien, Irland, Italien, Japan, Kanada, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden, Schweiz, USA.

Im Frühjahr 2001 übernahm Paola Ghilani, Geschäftsleiterin von Max Havelaar Schweiz, zusätzlich das Präsidium von FLO. Noch im selben Jahr setzte eine von ihr initiierte Neuorientierung und Umstrukturierung von FLO ein: Das Netzwerk harmonisiert im internationalen Verbund die Standards der Qualitätssicherung, professionalisiert die Kontrollmechanismen und baut eine Zertifizierungsstelle auf.

Daneben dient FLO natürlich als Plattform für den weltweiten Erfahrungs- und Meinungsaustausch.

FLO, le réseau international

Afin de coordonner la définition des critères du commerce équitable, ainsi que les contrôles, un réseau regroupant les organisations de labellisation du commerce équitable a été créé en 1997. Il a pour nom FLO (Fair Trade Labeling Organizations). Dix-sept organisations y sont actuellement représentées: Allemagne, Autriche, Belgique, Canada, Danemark, Etats-Unis, Finlande, France, Grande-Bretagne, Irlande, Italie, Japon, Luxembourg, Norvège, Pays-Bas, Suède, Suisse.

Au printemps 2001, Paola Ghilani, Directrice générale de Max Havelaar Suisse, a repris en parallèle la présidence de FLO. C'est notamment sous son impulsion que, la même année, une réorientation et une restructuration de FLO ont été engagées: en concertation internationale, le réseau harmonise les normes de qualité, professionnalise les mécanismes de contrôle et met sur pied un service de certification.

Bien entendu, FLO sert également de plate-forme pour l'échange de vues et d'expériences à l'échelon mondial.

Critères et contrôles

Une organisation de producteurs souhaitant exporter aux conditions Havelaar doit tout d'abord remplir un questionnaire détaillé. Elle est ensuite examinée sur place par des experts, qui évaluent notamment la qualité des produits.

Des délégués de différentes organisations de labellisation analysent tous les documents et décident de l'admission de l'organisation dans le «Registre des producteurs». Les organisations inscrites dans ce registre sont inspectées chaque année. Les contrôles se font dans le cadre d'une collaboration internationale (voir encadré à gauche), en fonction de critères sévères et uniformes. C'est cela qui permet de garantir aux consommatrices et consommateurs que l'achat de produits certifiés par Max Havelaar se justifie pleinement d'un point de vue éthique:

- Les produits Max Havelaar sont issus de coopératives ayant une structure transparente ou de plantations sur lesquelles des normes minimales précises doivent être respectées concernant les salaires, les prestations sociales, la sécurité au travail, etc.
- Les ouvrières des plantations ou les petits cultivateurs décident par eux-mêmes des projets qu'ils vont réaliser pour améliorer leurs conditions de vie ou de travail grâce à la prime du commerce équitable.
- Les organisations de producteurs disposent d'une structure d'exportation efficace.
- Les organisations participent à un processus de développement durable axé sur le long terme. Elles encouragent les méthodes de culture et de transformation respectueuses de l'environnement.

En contrepartie, les producteurs perçoivent un prix stable leur garantissant une existence décente et peuvent tabler sur des relations commerciales à long terme.

Max Havelaar in Kürze

Max Havelaar en bref

Die Stiftung

«Die Stiftung fördert den existenzsichernden und umweltschonenden Handel mit benachteiligten Produzenten und die Information über damit zusammenhängende Entwicklungsfragen. Sie vergibt namentlich ein Label zur Auszeichnung von Produkten aus Entwicklungsgebieten, welche Minimalbedingungen in sozialer und ökologischer Hinsicht genügen. Die Stiftung ist nicht gewinnorientiert.» (Art. 2 des Stiftungsreglements)

Die Max Havelaar-Stiftung schlägt die Brücke zwischen den Produzierenden im Süden und den Konsumierenden im Norden. Sie vergibt Lizenzen an Importeure, Verarbeitungsbetriebe und Händler, welche die Max Havelaar-Kriterien erfüllen. Gegen die Entrichtung einer Gebühr dürfen sie das Gütesiegel verwenden.

Das Gütesiegel

Das Max Havelaar-Gütesiegel zeichnet Produkte aus Ländern des Südens aus, welche unter sozial und ökologisch nachhaltigen Bedingungen hergestellt und gehandelt werden. Max Havelaar ist die Hauptfigur aus dem gleichnamigen Roman des Holländers Eduard Douwes Dekker. Unter dem Pseudonym «Multatuli» prangerte er im 19. Jahrhundert die Bedingungen an, unter denen damals auf Java die Menschen auf den Kaffeeplantagen arbeiten mussten.

Die Stifterorganisationen

Swissaid, HEKS, Helvetas, Fastenopfer, Caritas, Brot für alle gründeten 1992 Max Havelaar Schweiz.

Der Stiftungsrat

Bruno Riesen, Swissaid (Präsident)
Charlotte Nager, HEKS
Tobias Meier, Helvetas
Men Dosch, Fastenopfer
Geert van Dok, Caritas Schweiz
(Vizepräsident)
Markus Glatz, Brot für alle

Die Kontrollstelle

BERO Treuhand AG, Gelterkinden

La Fondation

«La Fondation favorise un commerce équitable et respectueux de l'environnement avec des producteurs défavorisés. Elle informe sur les questions de développement liées à cette problématique. Elle délivre notamment un label qui distingue des produits en provenance de régions en développement et répondant aux conditions minimales fixées par la Fondation Max Havelaar d'un point de vue social et écologique. La Fondation est à but non lucratif.» (art. 2 du règlement de la Fondation)

La Fondation Max Havelaar jette un pont entre les producteurs du Sud et les consommateurs du Nord. Elle délivre des licences à des importateurs, des entreprises de transformation et des distributeurs qui satisfont aux critères Max Havelaar. Ceux-ci peuvent utiliser le label de qualité Max Havelaar moyennant l'acquittement d'une taxe.

Le label de qualité

Le label de qualité Max Havelaar distingue des produits en provenance de pays du Sud, cultivés et commercialisés dans le respect de conditions socialement et écologiquement durables. Max Havelaar est le personnage principal d'un roman du même nom écrit par le hollandais Eduard Douwes Dekker. Sous le pseudonyme «Multatuli», cet homme dénonça au XIX^e siècle les conditions de travail des ouvrières et ouvriers des plantations de café de Java.

Les organisations fondatrices

La Fondation Max Havelaar (Suisse) a été créée en 1992 par six œuvres d'entraide: Swissaid, EPER, Helvetas, Action de Carême, Caritas et Pain pour le Prochain.

Le Conseil de Fondation

Bruno Riesen, Swissaid (président)
Charlotte Nager, EPER
Tobias Meier, Helvetas
Men Dosch, Action de Carême
Geert van Dok, Caritas Suisse
(vice-président)
Markus Glatz, Pain pour le Prochain

L'organe de contrôle

BERO Treuhand AG, Gelterkinden



Hier erhalten Sie Produkte mit dem Max Havelaar-Gütesiegel Voilà où vous trouvez les produits au label Max Havelaar



	Bananen / Bananes	Reis / Riz	Kaffee / Café	Tee / Thé	Schokolade / Chocolat	Kakao / Cacao	Zucker / Sucre	Honig / Miel	Orangensaft / Jus d'orange	Blumen / Fleurs
Bioläden / Magasins bio	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
Blume 3000										•
Caritas			•					•		
Carrefour	•		•	•						
claro		•	•	•	•	•	•	•	•	
Coop	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
EPA			•							
Helvetas		•	•	•	•			•		
Jelmoli		•	•		•			•	•	
Manor			•							
Migros	•	•	•	•	•		•	•	•	•
Volg	•		•					•		•
Weltläden / Magasins du monde	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
WWF			•	•	•			•		

Max Havelaar-Produkte können Sie online bestellen Les produits Max Havelaar peuvent être commandés sur internet

Blume 3000: http://www.blume3000.ch/f_umwelt.htm
claro Weltladen Rorschach: <http://www.kauf-mich.ch/claro>
Coop: (Region/ Région Baden-Zürich-Zug-Rapperswil-Frauenfeld-Rafz)
<http://shop.coop.ch>
Fairness Handel (Caritas): <http://www.caritas.ch>
FairShop (Helvetas): <http://helvetas.esgmbh.ch>
Hemmi & Baur AG (Kaffee/Café): <http://www.hemmi.ch>
Esperanza (Kaffee/Café): <http://www.esperanza.ch>
Kuster Sirocco-Kaffee AG: <http://www.coffee.ch>
LeShop: <http://www.LeShop.ch>
Migros: <http://www.migros-shop.ch>
NaturKraftWerke (Tee/Thé): <http://www.naturkraftwerke.com>
Oetterli + Co. AG (Kaffee/Café): <http://www.oetterli.ch>

Geschäftsstelle

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)
 Malzgasse 25, CH-4052 Basel
 Telefon ++41 61 271 75 00
 Telefax ++41 61 271 75 62
 E-Mail postmaster@maxhavelaar.ch
 Homepage www.maxhavelaar.ch

Geschäftsleiterin: Paola Ghillani
 Stv. Geschäftsleiter / Finanzen: Max Leuzinger
 Koordination und Support: Chantal Guggenbühl
 Sekretariat: Antoinette Schori und Anneliese Peñate
 Produkteentwicklung: Heini Conrad

Produktmanagement

Leitung: Max Leuzinger
 Bananen: Constantin Kostyal
 Blumen: Markus Staub
 Honig / Kaffee / Kakao / Tee / Zucker:
 Andreas Leisinger
 Orangensaft: Angela Losert

Marketing und Kommunikation

Leitung: Caterina Meier-Pfister
 (Mitglied der Geschäftsleitung)
 Markus Bär
 Didier Deriaz
 Mercedes Korzeniowski

Koordination Romandie

Didier Deriaz
 Telefon ++41 21 864 41 46
 Telefax ++41 21 864 41 49

Koordination italienischsprachige Schweiz

Caterina Meier-Pfister
 Telefon ++41 61 271 75 00
 Telefax ++41 61 271 75 62

Bureau

Fondation Max Havelaar (Suisse)

Malzgasse 25, CH-4052 Bâle
 Téléphone ++41 61 271 75 00
 Télécopie ++41 61 271 75 62
 E-mail postmaster@maxhavelaar.ch
 Homepage www.maxhavelaar.ch

Directrice générale: Paola Ghillani
 Vice-directeur / finances: Max Leuzinger
 Coordination et support: Chantal Guggenbühl
 Secrétariat: Antoinette Schori et Anneliese Peñate
 Développement de produits: Heini Conrad

Gestion de produits

Directeur: Max Leuzinger
 Bananes: Constantin Kostyal
 Cacao / café / miel / sucre / thé: Andreas Leisinger
 Fleurs: Markus Staub
 Jus d'orange: Angela Losert

Marketing et communication

Directrice: Caterina Meier-Pfister
 (Membre de la Direction)
 Markus Bär
 Didier Deriaz
 Mercedes Korzeniowski

Koordination Romandie

Didier Deriaz
 Téléphone ++41 21 864 41 46
 Télécopie ++41 21 864 41 49

Koordination Suisse italienne

Caterina Meier-Pfister
 Téléphone ++41 61 271 75 00
 Télécopie ++41 61 271 75 62