



**Rapport annuel 2024**  
**30 ans d'impact, de**  
**partenariat et d'engagement**

Sur la photo : Elqui Alfredo Sepúlveda

# Table des matières

Lettre de la directrice générale	2	Volumes et croissance du marché du cacao	27
Message de la présidente du conseil	3	Volumes et croissance du marché de la banane	28
Contexte mondial	4	Faits saillants du développement commercial	29
Aperçu	5	Nouvelles responsabilités d'Ildir Fenek	30
Aperçu des défis actuels	5	Mise à jour sur le code ICO	30
Café	6	Faits saillants : Marques partenaires	31-32
Cacao	7	Marques en vedette	33-34
Bananes	8	Participation à des salons et événements	35-36
Réalités nationales : le contexte canadien	9	Faits saillants marketing	37
Le contexte canadien	10-11	Mois du commerce équitable 2024	38-39
Graphique sur la répartition des frais de licence	12	Fairtrade dans les médias	40
Principales activités internationales de Fairtrade	13	Fairtrade Local : Marques canadiennes	40
Fairtrade en chiffres	14	Faits saillants du plaidoyer	41
Résultats du programme de prévention et de remédiation du travail des enfants et du travail forcé	15	Conférence Fairtrade Canada	42
Feuille de route numérique	16-18	Faits saillants des programmes équitables	43
30 ans de Fairtrade Canada	19	Plaidoyer politique	44
Retour sur le passé	20-21	Le conseil d'administration et ses activités	45
Frise chronologique	22-23	Comités du conseil d'administration	46
Faits saillants commerciaux	24	Remerciements à nos membres et partenaires	47
Prime Fairtrade provenant des ventes canadiennes	25		
Volumes et croissance du marché du café	26		



## Message de la directrice générale

*Alors que nous prenons un moment pour revenir sur l'année écoulée, je tiens à adresser mes plus sincères remerciements à toutes celles et ceux qui continuent de promouvoir la mission de Fairtrade. Je souhaite en particulier saluer nos partenaires commerciaux, dont l'engagement à vivre selon leurs valeurs rend ce travail possible. Dans un monde de plus en plus incertain, notre action collective n'a jamais été aussi essentielle. Les changements climatiques, la volatilité des marchés et l'évolution des cadres réglementaires posent des défis complexes aux agricultrice·eurs et aux travailleuse·eurs qui produisent les aliments et les biens sur lesquels nous comptons chaque jour. Et pourtant, ces défis mettent aussi en lumière la force et le potentiel d'un commerce plus équitable.*

*Fairtrade est née du désir de bâtir une autre vision de l'économie mondiale, une économie guidée par la dignité, la durabilité et la justice à chaque étape des échanges. En pensant aux plus de 30 ans de Fairtrade au Canada, je suis profondément inspirée par les avancées que nous avons réalisées ensemble. Grâce à nos partenariats, des changements concrets ont été générés dans des communautés à travers le monde. Au cours des 12 dernières années seulement, plus de 77 millions de dollars américains en Prime Fairtrade ont été générés par la vente de plus de 5 000 produits certifiés, des fonds directement investis dans l'avenir des coopératives agricoles. C'est là toute la puissance de notre action collective.*

*Je suis également très inspirée par le travail de nos jeunes ambassadeur·eurs et des leaders étudiants sur les campus, dont l'énergie, la créativité et la détermination façonnent l'avenir du commerce équitable. Leur passion alimente la sensibilisation dans les établissements postsecondaires et dans les communautés partout au Canada, et garantit que la prochaine génération de leaders restera engagée en faveur d'un monde plus juste.*

*Malgré les obstacles qui se dressent devant nous, nous demeurons unis par la conviction que le commerce équitable n'est pas qu'une idée, mais une trajectoire concrète et puissante vers un avenir plus juste. Nous restons fermement engagés à agir comme partenaire des entreprises canadiennes en matière de chaînes d'approvisionnement durables. Ensemble, nous démontrons qu'il est possible pour les entreprises de prospérer tout en plaçant les personnes et la planète au cœur de leurs priorités. Merci pour votre soutien indéfectible, votre volonté de changement et votre foi dans un monde où le commerce est juste pour toutes et tous. Continuons ce chemin ensemble, avec compassion, courage et un engagement inébranlable envers un avenir plus juste et plus lumineux.*

**Julie Francoeur**

Directrice générale, Fairtrade Canada

# **Message de la présidente du conseil**

**Alors que nous tournons la page sur une autre année, je souhaite prendre un moment pour souligner la force collective de notre communauté Fairtrade.**

**Fairtrade va bien au-delà du commerce. Il s'agit de créer un changement durable pour les agricultrice·eurs, les travailleuse·eurs et les communautés qui sont les piliers de notre économie mondiale.**

**Notre travail partagé nous rappelle avec force que le changement est possible lorsque nous unissons nos efforts autour d'une vision commune. C'est aussi un rappel que l'équité dans le commerce n'est pas qu'un idéal lointain, mais une réalité concrète que nous pouvons bâtir ensemble.**

**Merci d'être à nos côtés, de croire en un monde plus juste, et de vous engager à faire une réelle différence. Ensemble, nous bâtissons un avenir plus équitable et plus prometteur.**

**Valantina Amalraj**  
**Présidente du conseil d'administration, Fairtrade Canada**



# Contexte mondial

# Aperçu

En 2024, le monde a évolué dans un contexte marqué par des perturbations globales croissantes. L'instabilité politique, les guerres et l'aggravation des divisions géopolitiques ont profondément transformé les relations internationales, tout en affaiblissant la coopération sur les grands enjeux mondiaux. Les pressions économiques, notamment l'inflation persistante, la volatilité des prix des matières premières et l'accès restreint au financement, ont mis à rude épreuve les gouvernements, les entreprises et les ménages. Parallèlement, les effets de la crise climatique sont devenus de plus en plus aigus et visibles, exacerbant les vulnérabilités existantes dans les systèmes alimentaires, les chaînes d'approvisionnement et les marchés du travail. L'ensemble de ces pressions interdépendantes a contribué à créer un environnement mondial instable, qui met à l'épreuve la résilience à tous les niveaux, des structures internationales jusqu'aux individus et aux communautés.

**Les agriculteurs et les travailleurs Fairtrade ont notamment dû faire face à un paysage mondial difficile, marqué par les effets du climat, les fluctuations du marché et l'évolution des cadres réglementaires.** Les producteurs de café se sont adaptés à la hausse des températures, aux changements dans les régimes de précipitations, à la modification des régimes pluviométriques, à l'augmentation des maladies des plantes et aux nouvelles exigences en matière de respect des règles du marché. De leur côté, les communautés productrices de cacao ont fait face à des perturbations climatiques, à la pression des parasites et à l'appauvrissement des sols, autant de défis qui complexifient la production durable. Quant aux producteurs de bananes d'Amérique latine et des Caraïbes, ils ont dû affronter des conditions météorologiques extrêmes, la résurgence de maladies des plantes et une hausse marquée des coûts de production.

**Dans l'ensemble, ces défis interconnectés soulignent plus que jamais la nécessité d'un système commercial mondial plus équitable, où les agriculteurs et les travailleurs peuvent renforcer leur résilience, investir dans leurs communautés et bâtir des moyens de subsistance durables grâce à des conditions commerciales plus justes.** L'engagement constant de Fairtrade en faveur du partenariat, de programmes qui soutiennent les personnes et la planète, ainsi que de systèmes qui permettent aux agriculteurs et aux travailleurs de prendre les rênes et de décider pour leurs communautés, demeure d'une grande pertinence.

**Il convient aussi de souligner qu'en dépit des défis rencontrés au cours de la dernière année, nos partenaires producteurs ont fait preuve de résilience, de créativité et de détermination. Ils ont mené le changement au sein de leurs communautés et ont recherché des solutions ancrées dans leurs propres savoirs, leurs priorités et leur vision de l'avenir.**

## Aperçu des défis actuels



### Café

- Incertitude liée aux récoltes
- Pression liée à la conformité
- Hausse des coûts
- Incertitude en matière de crédit
- Accès au marché



### Cacao

- Baisse de productivité
- Rendements inégaux
- Hausse des coûts de production
- Déforestation/exploitation minière
- Vol de rendements



### Banane

- Volatilité météorologique
- Résurgence des maladies végétales
- Hausse des coûts de production
- Perturbations du commerce
- Dévaluation des rendements

## Incertitude liée aux récoltes :

En 2024, les conditions météorologiques, de plus en plus imprévisibles, caractérisées par des précipitations irrégulières, des sécheresses prolongées et des températures en hausse, ont perturbé la floraison, le développement des fruits et les cycles de récolte dans les principales régions productrices de café. Ces changements climatiques ont également favorisé la propagation de la rouille des feuilles du caféier et d'autres maladies, entraînant chez certains agriculteurs des pertes de rendement pouvant atteindre 70%.<sup>[1]</sup> Dans plusieurs régions, les zones de culture traditionnelles commencent à migrer vers des altitudes plus élevées, remettant en question la viabilité à long terme des exploitations établies. En raison de ces pressions simultanées, il est plus difficile pour les producteurs de planifier les saisons à venir, ce qui contribue à accroître l'incertitude et la volatilité dans le secteur.

[1] Rodriguez-Gallo, Yakdiel, Hector Cañas, Jordi Cruz, Manuel Cardona, and Guillermo Medina-González. "Coffee Leaf Rust and Berry Borer Management in Agroforestry Systems: A Systematic Literature Review." *Smart Agricultural Technology* 9 (2024). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772375524002612>

## Réglementations européennes :

Au cours des dernières années, l'Union européenne a mis en place de nouvelles normes pour certains produits importés. En particulier, les règlements de l'UE sur l'élimination de la déforestation (EUDR) et sur l'agriculture biologique (EUOR) ont eu un impact considérable sur les producteurs de café. Le respect de l'EUDR exige des données de géolocalisation par satellite pour surveiller le risque de déforestation, une exigence qui oblige les producteurs de café à petite échelle, déjà confrontés à des contraintes de ressources, à mobiliser des techniciens et à investir dans des technologies de suivi. Quant à l'EUOR, ce processus nécessite une augmentation des tests d'échantillons biologiques, l'accès à des laboratoires certifiés et une adaptation des structures juridiques pour les organisations de producteurs comptant plus de 2,000 membres.

## Prix élevés :

En 2025, le prix du café arabica a dépassé les 4 dollars américains la livre, en raison des mauvaises récoltes liées au climat, de l'augmentation du coût des intrants, et des dépenses associées aux nouvelles exigences internationales en matière de déforestation et de normes biologiques. Bien que cette hausse reflète un resserrement de l'offre, elle a également intensifié la volatilité du marché et les tensions en matière de liquidité. Pour les producteurs à petite échelle, cela se traduit par un risque financier accru, un accès limité aux services financiers, et une capacité réduite à planifier ou à investir dans la résilience à long terme. Ces conditions mettent en évidence le besoin urgent de mécanismes de préfinancement stables, de contrats à plus long terme, ainsi que d'investissements dans des systèmes de production régénératifs et résistants au climat.

## Accès au marché :

Les producteurs de café à petite échelle sont toujours confrontés à des lacunes critiques en matière d'infrastructures, ce qui limite leur capacité à répondre à des normes de qualité et de traçabilité de plus en plus strictes. L'accès aux équipements post-récolte essentiels, en particulier les séchoirs solaires et mécaniques, demeure limité dans de nombreuses régions, ce qui accroît le risque de détérioration et nuit à la qualité des grains.<sup>[2]</sup> Des installations de stockage inadéquates, combinées à des infrastructures de transport rural insuffisantes, compliquent également les efforts des producteurs pour maintenir la qualité, renforcer la traçabilité et accéder à des marchés à plus forte valeur ajoutée. Alors que les pressions climatiques s'intensifient et que les exigences de conformité se multiplient, il est essentiel d'investir dans des infrastructures locales dirigées par les agriculteurs afin de bâtir des chaînes de valeur du café plus résilientes, équitables et durables.

[2] Del Castillo, K. How Coffee Value Chains Foster Climate-Resilient Livelihoods – The FAO-Slow Food Coffee Coalition Experience. Rome: FAO, 2024. <https://doi.org/10.4060/od1308en>

# Cacao

## Précipitations changeantes :

En 2024, les cultivateurs de cacao ont subi les effets de précipitations de plus en plus irrégulières, dues au changement climatique et amplifiées par le phénomène El Niño. Cette instabilité a perturbé les étapes critiques de la production du cacao. Des pluies excessives ont entraîné l'engorgement des sols, limitant la fonction des racines et augmentant le risque de développement de la pourriture brune des cabosses du cacaoyer, qui a causé des pertes de récolte de 30 à 50% au Ghana.[3] Inversement, les périodes de sécheresse ont stressé les arbres, réduit la photosynthèse, la floraison, le développement des fèves, ainsi que la santé globale des cacaoyers.

[3] Krumbiegel, Katharina, and Pascal Tillie. "Sustainable Practices in Cocoa Production: The Role of Certification Schemes and Farmer Cooperatives." *Ecological Economics* 222 (2024). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0924646024001083>.

## Pression des maladies :

En 2024, la hausse des températures et de l'humidité a directement favorisé la propagation de ravageurs tels que les cochenilles, qui prospèrent dans des conditions chaudes et humides. Ces insectes transmettent le Virus de l'œdème des pousses du cacaoyer (CSSV, Cacao swollen-shoot virus), l'une des menaces les plus graves pour la production cacaoyère. Le CSSV provoque un gonflement des tiges et des racines, un jaunissement des feuilles et, à terme, la mort des arbres. Rien qu'en 2024, ce virus a contribué à la destruction d'environ 500,000 hectares de cacaoyers au Ghana, soulignant l'impact croissant des problèmes phytosanitaires liés au climat.[4]

[4] Onyinah, Rhoda. "Ghana's New Cocoa Price: Sustaining Incomes, Livelihoods and the Environment." In *COCOBOD*, May–September 2024. [cocobod-news-may-september-2024.pdf](https://www.cocobod.gov.gh/news/may-september-2024.pdf).

## Prix élevés :

En 2024, une combinaison de facteurs, notamment des conditions météorologiques irrégulières, des maladies des cultures et des problèmes structurels persistants, a entraîné une pénurie mondiale de 462,000 tonnes de cacao. Cette situation a fait grimper les prix du marché à plus de 11,000 dollars américains par tonne métrique, tandis que les prix à la production ont atteint environ 3,000 dollars américains. Cependant, des prix plus élevés ne se traduisent pas nécessairement par des revenus plus élevés. De nombreux producteurs avaient moins de cacao à vendre en raison de la baisse des rendements, ce qui signifie que leurs revenus globaux n'ont pas réellement augmenté. Faute de revenus suffisants, les agriculteurs peinent à investir dans la protection de leurs cultures ou dans l'amélioration de la productivité pour la saison suivante. Dans certaines régions, la flambée des prix du cacao a également accru le risque de vol, en plus d'avoir fait grimper le coût des intrants agricoles.

## Dégradation des sols :

Bien qu'elles ne soient pas directement causées par le changement climatique, l'exploitation minière illégale et la déforestation exacerbent les défis environnementaux auxquels les agriculteurs sont confrontés. Dans certaines régions, les producteurs louent leurs terres à des exploitants miniers en raison des revenus plus élevés qu'ils peuvent en tirer à court terme. Toutefois, ces activités dégradent les sols, compromettant leur fertilité et pouvant les rendre impropres à la culture du cacao à long terme. À mesure que les effets du changement climatique s'intensifient, les producteurs sont parfois tentés de se tourner vers d'autres sources de revenus, ce qui peut entraîner des pertes durables en matière d'utilisation responsable et productive des terres.

# Bananes

## Volatilité météorologique :

En 2024, les producteurs de bananes d'Amérique latine et des Caraïbes ont continué de subir les effets croissants des changements climatiques. Des conditions météo extrêmes, comme de fortes pluies, des vagues de chaleur prolongées et des tempêtes tropicales, ont nui aux rendements et perturbé les exportations dans des pays comme le Costa Rica, la République Dominicaine, l'Équateur, le Guatemala et le Mexique. À l'opposé, des conditions plus clémentes en Colombie ont permis de modestes gains de production. Ces contrastes vécus par les producteurs des Amériques illustrent bien l'instabilité accrue liée aux changements climatiques, avec des gains ponctuels dans certaines régions et des reculs marqués dans d'autres.

## Résurgence des maladies végétales :

En 2024, la propagation du *Fusarium* souche tropicale 4 (TR4), a continué de représenter un défi majeur pour les régions productrices de bananes en Amérique latine et dans les Caraïbes. De nouveaux cas ont été signalés au Venezuela et au Pérou, exerçant une pression supplémentaire sur des producteurs déjà confrontés à des contraintes environnementales et économiques. Les efforts de confinement du TR4 sont coûteux : les mesures de biosécurité exigées pèsent lourdement sur les producteurs à petite échelle. La résurgence de cette maladie menace non seulement les récoltes actuelles, mais aussi la durabilité à long terme des moyens de subsistance liés à la production bananière.

## Pression opérationnelle :

En 2024, les coûts de production pour les producteurs de bananes sont demeurés élevés, en raison de la hausse des dépenses liées à la prévention des maladies, aux intrants, au transport, ainsi qu'à l'adaptation aux normes réglementaires et commerciales en constante évolution. Par ailleurs, les taux d'intérêt mondiaux élevés compliquent l'accès à un financement abordable, ce qui limite la capacité des agriculteurs à investir dans l'amélioration de la productivité et la résilience face aux changements climatiques. Les tensions géopolitiques ont encore perturbé les flux commerciaux, les conflits et l'évolution des relations internationales compliquant la logistique des exportations en Amérique latine et dans les Caraïbes. Alors que la demande sur des marchés clés comme l'UE et les États-Unis est restée stable, le détournement des chaînes d'approvisionnement et le renforcement des règles d'importation ont entraîné une hausse des coûts pour les petits producteurs.

## Rendements dévalués :

En 2024, les producteurs ont été confrontés à des difficultés financières accrues en raison des fluctuations du marché monétaire. La dépréciation du dollar américain au cours du premier semestre de l'année a considérablement réduit les revenus en monnaie locale. Même une demande soutenue de la part des consommateurs n'a pas suffi à compenser l'effet de la baisse des prix unitaires, les prix américains ayant chuté de 17%. [5] La pression combinée de la dévaluation monétaire et du recul des prix du marché a nui à la rentabilité des producteurs, réduisant leur capacité à investir dans des mesures de résilience face aux chocs environnementaux et économiques.

[5] FAO. Banana Market Review: Preliminary Results 2024. Rome: FAO, 2025. <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/ct13731en>



# Réalités nationales : le contexte canadien

# Réalités nationales: le contexte canadien

## Performance économique

Croissance du PIB: **L'économie canadienne a progressé à un rythme modéré** soutenu par la hausse des dépenses des ménages, des investissements non résidentiels des entreprises et des dépenses de consommation des administrations publiques.

Inflation: **L'inflation globale est demeurée sous la barre des 3%** au cours de la première moitié de l'année, tandis que l'inflation à la consommation a ralenti pour se rapprocher de la cible de 2 %, fixée par la Banque du Canada, en août.

## Confiance des consommateurs

Sentiment: **La confiance des consommateurs s'est améliorée au quatrième trimestre de 2024**, stimulée par les baisses des taux d'intérêt et les attentes de nouvelles réductions à venir.

Contraintes persistantes: Malgré cette amélioration, les prix élevés des biens et services, l'incertitude économique et le coût élevé du logement ont continué de peser sur les décisions de consommation.

## Taux d'inflation des denrées alimentaires

Tendances : En 2024, **les prix des produits d'épicerie au Canada ont augmenté de 2,8 %** par rapport à l'année précédente.[6]

Cette hausse reflète une augmentation générale du coût des aliments achetés en magasin, tout en marquant une certaine modération par rapport aux taux d'inflation plus élevés observés au cours des années antérieures.

[6] Statistics Canada. Consumer Price Index, February 2024. Released March 19, 2024. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/240319/dq240319a-eng.htm>.



## Paysage du commerce de détail

Les principaux détaillants en alimentation ont réagi à l'évolution des comportements de consommation **en investissant dans leurs bannières de rabais et en ouvrant de nouveaux magasins**. Par exemple, des enseignes comme Walmart et Costco ont enregistré une forte croissance des ventes au Canada, en lien avec l'adaptation des habitudes d'achat. Malgré les incertitudes économiques, des épiciers comme Longo's, Farm Boy, Healthy Planet et d'autres chaînes régionales ont poursuivi leurs plans d'expansion à long terme.

## Clientèle des épiceries

Comportement des consommateurs: L'inflation persistante des prix des aliments a entraîné des changements significatifs dans les habitudes d'achat. **Un pourcentage notable de 63,8% des Canadiens ont opté pour les marques maison, au détriment des marques nationales.**

Par ailleurs, **41,2 % des Canadiens ont fait leurs courses moins souvent**, mais de manière plus stratégique, tandis que 26,5% ont magasiné plus fréquemment pour profiter des aubaines, que ce soit en faisant des réserves lors des promotions en magasin ou en achetant des formats économiques.[7]

[7] Bank of Canada. Canadian Survey of Consumer Expectations — Survey Data. <https://www.bankofcanada.ca/publications/canadian-survey-of-consumer-expectations/canadian-survey-of-consumer-expectations-survey-data/>.

# Réalités nationales: le contexte canadien

## Principales exigences en matière de gouvernance environnementale et sociale

**Normes canadiennes de divulgation en matière de développement durable (CSDS) :** Introduites par le Conseil canadien des normes de durabilité (Canadian Sustainability Standards Board, CSSB), ces normes obligent les entreprises à divulguer des informations liées à la durabilité et au climat.

Elles sont basées sur les normes élaborées par l'International Sustainability Standards Board (ISSB), un organisme de la Fondation IFRS, et sont entrées en vigueur le 1er janvier 2025.

## Réglementation de la chaîne d'approvisionnement

**Projet de loi S-211 :** Entrée en vigueur le 1er janvier 2024, cette loi oblige les entreprises à divulguer les mesures mises en place pour prévenir le travail forcé et le travail des enfants dans leurs chaînes d'approvisionnement. Ces divulgations annuelles doivent être soumises à Sécurité publique Canada.

**Modifications à la Loi sur la concurrence :** En juin 2024, le gouvernement fédéral a adopté le projet de loi C-59, modifiant la Loi sur la concurrence afin de cibler explicitement les pratiques d'écoblanchiment. Ces amendements interdisent aux entreprises de formuler des déclarations environnementales fausses ou trompeuses qui ne sont pas fondées sur des essais adéquats et appropriés.

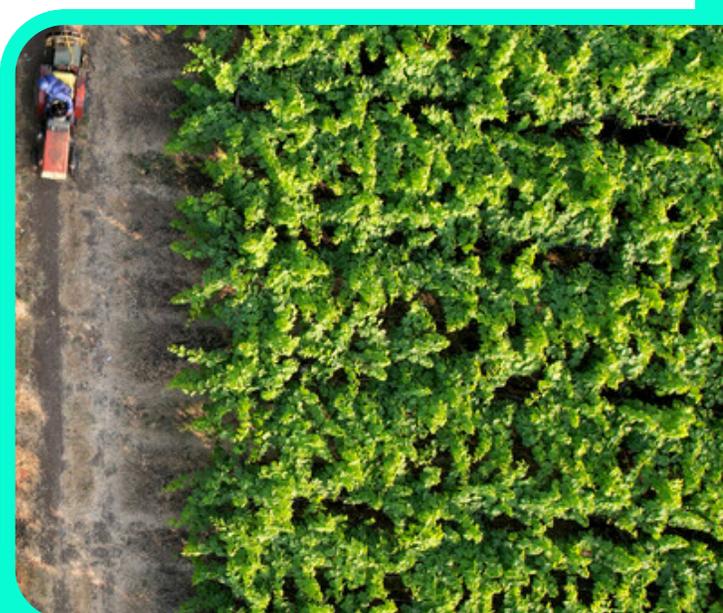
**Déclarations de performance environnementale :** La Loi sur la concurrence exige désormais que toute déclaration de performance environnementale soit appuyée par des tests rigoureux et des méthodes reconnues à l'échelle internationale.



## Mise en œuvre et lignes directrices

**Rôle du Bureau de la concurrence :** Le Bureau de la concurrence élabore activement des lignes directrices sur l'application de la législation afin d'assurer la clarté et la transparence des déclarations environnementales. Il enquête sur la publicité mensongère et les pratiques commerciales trompeuses, y compris l'écoblanchiment, conformément à la Loi sur la concurrence, à la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, et à la Loi sur l'étiquetage des produits textiles.

**Protection des consommateurs :** Les lignes directrices du Bureau visent à protéger les consommateurs contre les déclarations environnementales fausses ou trompeuses, et à leur permettre de prendre des décisions d'achat éclairées.



# Les frais de licence contribuent à près de 40% au système international Fairtrade

**16,2%**

sont alloués à Fairtrade International pour :

- Administrer les normes Fairtrade
- Renforcer la protection des droits humains
- Développer des outils transparents de mesure d'impact
- Renforcer les démarches vers un revenu décent
- Appuyer une agriculture résiliente aux changements climatiques

**20%**

sont alloués aux réseaux de producteurs pour financer :

- L'École de leadership pour les femmes
- L'Académie du climat
- Des programmes de formation
- Du soutien aux producteurs

**+/- 2%**

sont utilisés pour financer des éléments centraux qui renforcent les valeurs communes au sein du système (par exemple Connect, FairLens, etc.)

**63% sont investis dans le marché local pour :**

- Couvrir les frais de certification FLOCERT
- Sensibiliser les consommateurs canadiens à l'importance de Fairtrade
- Élaborer et mettre en œuvre des campagnes
- Mobiliser les groupes de plaidoyer
- Développer le marché existant
- Collaborer avec les détaillants et les fournisseurs de services alimentaires



# Principales activités de Fairtrade International

# Fairtrade en chiffres:



Près de **2 millions** d'agriculteurs et de travailleurs sont membres d'organisations de producteurs certifiées Fairtrade.

Au sein de Fairtrade, les femmes représentent:



**23%** des agriculteurs



Plus de **397 000** agricultrices font partie de Fairtrade.

**45%** des travailleurs



Plus de **84 000** femmes travaillent dans des exploitations agricoles Fairtrade.

**1,896** organisations de producteurs certifiées Fairtrade réparties dans 67 pays



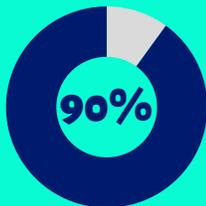
en Amérique latine et dans les Caraïbes



en Afrique et au Moyen-Orient

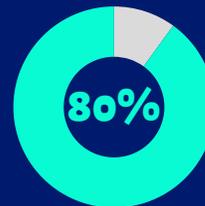


en Asie et dans le Pacifique



des agriculteurs Fairtrade cultivent:

- du café (45%)
- du cacao (28%)
- du thé (17%)



des travailleurs Fairtrade sont employés dans la production de:

- fleurs et plantes (40%)
- thé (24%)
- bananes (16%)

**\$228,4 millions** (us)

de dollars en Prime Fairtrade ont été versés aux producteurs



Pour les six principaux produits

**49%**

des ventes étaient certifiées Fairtrade et biologiques

**39%**

de la production était biologique



Les organisations de producteurs à petite échelle ont

**investi 33%**

de leur Prime Fairtrade dans l'amélioration des pratiques agricoles et de production, et 20% dans des avantages financiers pour les agriculteurs



Les travailleurs sur les plantations certifiées Fairtrade ont

**alloué 69%**

de la Prime à des investissements sociaux, et 19% à des avantages financiers pour les travailleurs et leurs familles



## Résultats du Programme de prévention et de remédiation du travail des enfants et du travail forcé

Dans les communautés productrices de cacao en Côte d'Ivoire, les coopératives partenaires de Fairtrade mettent en œuvre des solutions concrètes et adaptées au contexte local dans le cadre du Programme de prévention et de remédiation contre le travail des enfants et le travail forcé.

Au cours de la première phase, les coopératives ont identifié les obstacles à l'éducation et ont agi en construisant des salles de classe, en fournissant des vélos, en délivrant des certificats de naissance, en distribuant des trousseaux scolaires et en soutenant les enfants en situation de handicap. Toutes ces mesures visent à rendre l'école plus accessible pour les enfants et les familles au sein de leurs communautés.

**À ce jour, ces initiatives communautaires ont rejoint plus de 800 enfants, et les familles ont signalé des déplacements plus sûrs et plus fiables vers l'école, ainsi qu'une réduction du nombre de jours d'absence.**

Ces premiers résultats mettent en lumière l'impact tangible des solutions portées par les producteurs. Alors que de nombreux projets sont encore en cours et qu'une évaluation indépendante est prévue pour 2025, ce rapport offre un premier aperçu de ce qu'il est possible de réaliser grâce à des actions locales soutenues par un appui ciblé.

Le rapport complet est disponible [ici](#).



- Plus de 800 enfants ont bénéficié d'initiatives éducatives mises en œuvre par les coopératives.
- Les familles rapportent un accès facilité à l'école et une fréquentation plus régulière.
- Les coopératives mènent des actions ancrées dans les besoins locaux.
- Les projets s'attaquent aux facteurs de risque majeurs liés au travail des enfants.
- D'autres résultats et réflexions sont attendus en 2025.

## Outils numériques

Dans le cadre de sa stratégie en matière de données et d'informations numériques, Fairtrade développe des outils technologiques qui permettent à toutes les parties prenantes, quel que soit leur rôle dans la chaîne d'approvisionnement, d'accéder plus facilement à des informations claires, fiables et significatives sur le système Fairtrade et sur les personnes qui en font partie.

### FairInsight

Une plateforme numérique qui permet aux organisations de producteurs de partager des données sur leurs produits et leur impact avec leurs partenaires commerciaux. En renforçant la transparence et la collaboration, cet outil favorise une prise de décision plus équitable et mieux éclairée tout au long des chaînes d'approvisionnement.

### Carte d'impact de Fairtrade

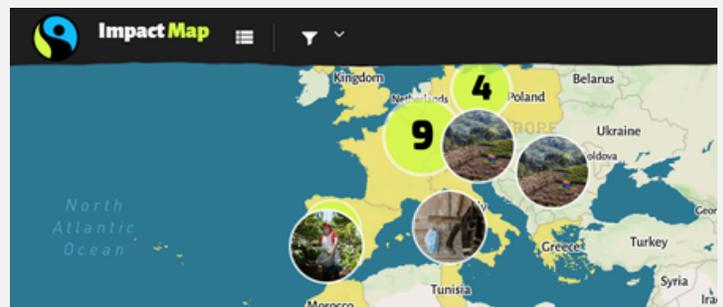
Un outil interactif qui met en valeur les projets Fairtrade et les données des producteurs à l'échelle mondiale. Cette carte permet d'effectuer des recherches par thème, par pays ou par produit, afin d'aider les parties prenantes à mieux comprendre la portée et l'impact de Fairtrade dans le monde.

[Carte d'impact de Fairtrade](#)

### Carte des risques Fairtrade

Une ressource régulièrement mise à jour qui identifie les principaux risques liés aux droits humains environnementaux dans les chaînes d'approvisionnement Fairtrade. Elle aide les parties prenantes à s'engager plus efficacement dans la résolution des enjeux systémiques, grâce à une responsabilité partagée et à une action fondée sur des données probantes.

[Carte des risques Fairtrade](#)



# Tableau de bord interactif sur les bananes

Le dernier ajout aux outils numériques de Fairtrade, ce tableau de bord interactif fournit des données actualisées sur le secteur de la banane Fairtrade. Il propose une vue d'ensemble des organisations de producteurs, de l'utilisation de la Prime Fairtrade, des enjeux liés aux droits humains et à l'environnement, ainsi que des résultats de projets clés, notamment en matière de résilience climatique et de droits des travailleurs.

Conçu pour l'ensemble des parties prenantes, cet outil offre une vue dynamique de la façon dont les bananes certifiées Fairtrade contribuent à une filière plus durable et équitable, tout en mettant en lumière des manières concrètes de renforcer l'impact existant.

[Fairtrade Tableau de bord interactif sur les bananes](#)



## Salaire vital dans le secteur de la banane

Dans le cadre de ses efforts continus pour renforcer l'équité dans les chaînes d'approvisionnement en bananes, Fairtrade a lancé sa solution en matière de salaire vital: une initiative novatrice visant à combler l'écart entre les salaires actuels et un salaire vital pour les travailleurs des plantations de bananes. Dans cette approche, les détaillants peuvent volontairement verser un différentiel de salaire vital Fairtrade, une somme supplémentaire qui s'ajoute au prix minimum Fairtrade.

Ces fonds sont ensuite distribués sous forme de primes directes aux travailleurs dont le revenu est inférieur au seuil du salaire de subsistance. La gestion de ces fonds est assurée par des comités dirigés par les travailleurs eux-mêmes. Cette initiative favorise le partage des responsabilités, la transparence, et des progrès concrets vers un salaire vital tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

[Salaire vital dans le secteur de la banane](#)

## Outil de prix de référence Fairtrade

L'outil de prix de référence pour un revenu vital, récemment lancé par Fairtrade, aide les organisations de producteurs et leurs partenaires commerciaux à identifier les prix à la production nécessaires pour permettre aux petits producteurs de gagner un revenu vital.

Développés en collaboration avec nos partenaires producteurs, ces prix de référence reflètent le revenu requis pour atteindre un niveau de vie décent, basé sur l'accès à l'alimentation, au logement, à l'éducation et aux soins de santé. Ce modèle est ancré dans les réalités locales, en tenant compte des rendements durables, des surfaces cultivables viables et des coûts de production durable.

Fairtrade publie des prix de référence nationaux pour les principales cultures, tout en offrant des calculs personnalisés adaptés à certaines chaînes d'approvisionnement spécifiques, renforçant ainsi son engagement en faveur de prix équitables et d'une responsabilité partagée.

[Outil de prix de référence Fairtrade](#)



## L'effet de Fairtrade sur la protection des forêts et la prévention de la déforestation

En 2024, Fairtrade a commandé une étude visant à mieux comprendre son rôle dans la prévention de la déforestation. Réalisée par l'Institut KIT, The Chain Collaborative et Expressing Origin, cette étude a analysé l'influence des prix, de la Prime Fairtrade et d'autres outils du système sur les pratiques d'utilisation des terres.

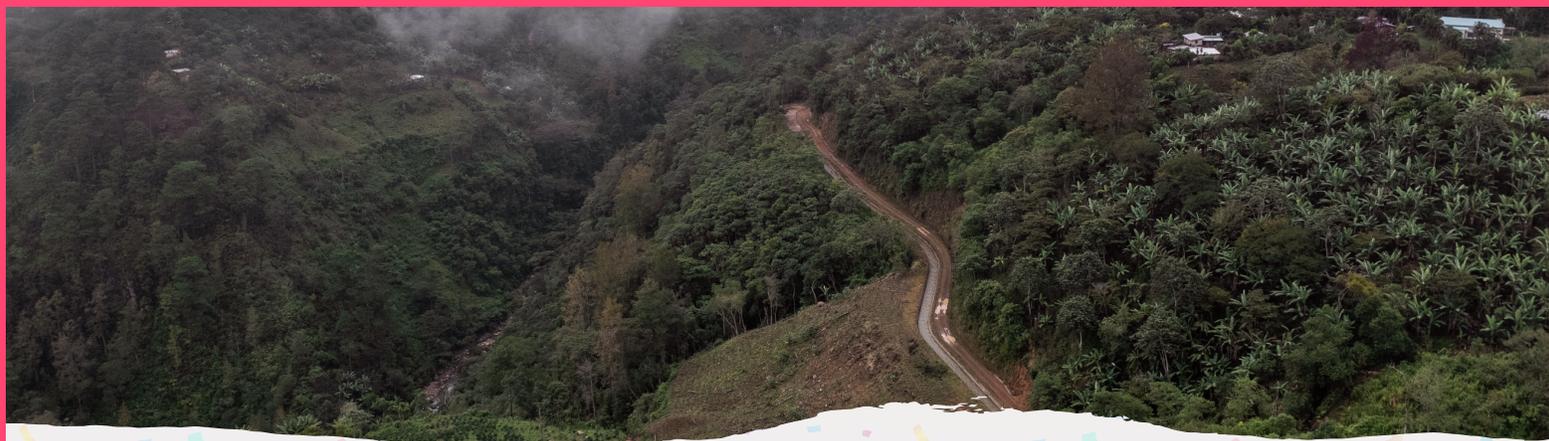
Les résultats ont montré que **les coopératives certifiées Fairtrade sont généralement mieux positionnées pour prévenir la déforestation que les groupes non certifiés**, ce qui met en évidence l'impact concret de l'approche Fairtrade.

[Lisez le rapport final](#)



A woman is seen from behind, standing on a grassy hillside. She is wearing a teal knitted hat, a teal long-sleeved sweater, and a red skirt with a small floral pattern. She is looking out over a vast, misty mountain range under a cloudy sky. The overall mood is serene and contemplative.

# Fairtrade Canada célèbre ses 30 ans



**En 2024, nous avons célébré les 30 ans de Fairtrade au Canada, un moment important pour réfléchir au chemin parcouru, en plus de rendre hommage aux personnes et aux partenariats qui nous ont menés jusqu'ici et qui continuent de faire progresser les valeurs qui nous guident toujours. Ce qui n'était à l'origine qu'une idée audacieuse est devenu un mouvement dynamique, fondé sur l'équité, les liens humains et un objectif commun. Pour souligner cette étape importante, nous avons pris le temps d'écouter les voix de celles et ceux qui ont contribué à façonner les débuts de Fairtrade au Canada.**

**Parmi les nombreuses façons dont nous avons célébré l'événement, nous avons partagé les réflexions de ces personnes pionnières dans une série de billets de blogue. Cette série rend hommage à l'espoir, à la détermination et à ce qui devient possible lorsque des personnes, des communautés et des entreprises se mobilisent autour d'une vision partagée.**

*Pour découvrir toute la série de blogues anniversaire, cliquez [ici](#).*

**Ce qui a commencé avec un petit nombre de défenseurs, d'entreprises engagées et de partenariats communautaires s'est transformé en un mouvement pancanadien, reliant des personnes à travers les communautés, les entreprises, les écoles et les magasins, toutes unies par un même engagement à rendre le commerce plus équitable.**

*« Au début du projet, le système de certification équitable Fairtrade n'existait pas vraiment. Lorsque nous avons commencé à nous approvisionner en cacao et en sucre auprès de petites coopératives de production, nous avons collaboré avec la Fairtrade Foundation pour établir des normes à instaurer dans le secteur. »*

*-Kelly Storie, La Siembra*





**Ensemble, nous avons contribué à bâtir des partenariats durables fondés sur la confiance, soutenu le développement dirigé par les producteurs grâce à la Prime Fairtrade en favorisant la vente de produits certifiés, et aidé à renforcer un mouvement citoyen grâce aux Programmes équitables. Des communautés canadiennes, de La Pêche à Lethbridge, ont intégré Fairtrade à leurs valeurs quotidiennes. Avec chaque tasse de café, banane ou tablette de chocolat, les Canadien-nes ont démontré que de petits gestes peuvent entraîner des changements durables.**

« En nous assurant que nos fèves sont toujours équitables et biologiques, nous ne faisons pas que garantir un café remarquable : nous favorisons des pratiques durables et bonnes pour les collectivités et l'environnement. C'est ainsi que nous honorons le métier, la terre et les gens derrière chaque tasse. »

— Cédric Malaga, PDG, Kicking Horse Coffee

**Bien qu'il reste encore du travail à accomplir, nous avançons avec détermination, portés par la force d'un mouvement fondé sur des décennies d'engagement, de courage et de collaboration. En soulignant cette étape importante, nous honorons les progrès accomplis ensemble et regardons vers l'avenir avec une volonté renouvelée. Plus que jamais, les règles du commerce doivent évoluer pour reconnaître le travail, les droits et les moyens de subsistance des agriculteurs et des travailleurs au cœur des chaînes d'approvisionnement mondiales, pour refléter le véritable coût de la durabilité et répondre à l'urgence d'une plus grande équité. Nous restons pleinement engagés envers cette vision, aux côtés des producteurs, des travailleurs, des partenaires et des groupes de plaidoyer qui continuent de démontrer que le commerce peut être équitable, et que l'équité doit devenir la norme au lieu de l'exception.**

« Nous pouvons changer le monde. Des gens de notre génération l'ont déjà fait ; la génération suivante peut le faire aussi. » -Bob Thomson, Fondateur de Fairtrade Canada



# 30 ans de Fairtrade Canada



1994

Fair Trademark Canada, aujourd'hui connue sous le nom de Fairtrade Canada, est fondé comme une organisation bénévole. Les premiers produits certifiés disponibles au Canada sont le café, le thé, le chocolat et le sucre.



2002

La noix de coco devient le premier fruit frais certifié Fairtrade au Canada.



2004

Le mouvement Fairtrade au Canada atteint 100 entreprises, offrant aux consommateurs un accès à des milliers de produits certifiés Fairtrade.



1998

Fair Trademark Canada embauche son tout premier employé.



2002

Le label FAIRTRADE est lancé à l'échelle internationale. Ce label identifie les produits qui respectent les normes sociales, environnementales et économiques rigoureuses de Fairtrade et unifie l'initiative mondiale de certification. Peu importe le pays où il est vendu, tout produit portant ce label est certifié et soumis à des vérifications régulières.



2007

Wolfville, en Nouvelle-Écosse, devient la première Ville équitable du Canada.



2011

L'Université de la Colombie-Britannique devient le premier Campus équitable du Canada.



2012

TransFair Canada devient Fairtrade Canada et amorce la transition vers le label international FAIRTRADE vert, bleu et noir.



2013

Le chef Adam Tampuri, producteur de noix de cajou au Ghana, devient le premier producteur à siéger au conseil d'administration de Fairtrade Canada.



2014

Marike de Peña devient la première productrice élue présidente du conseil d'administration de Fairtrade International.



2015

Les ventes au détail de produits certifiés Fairtrade au Canada dépassent les 300 millions de dollars.



2020

L'Université Simon Fraser devient le premier Campus équitable Or au Canada.



2024

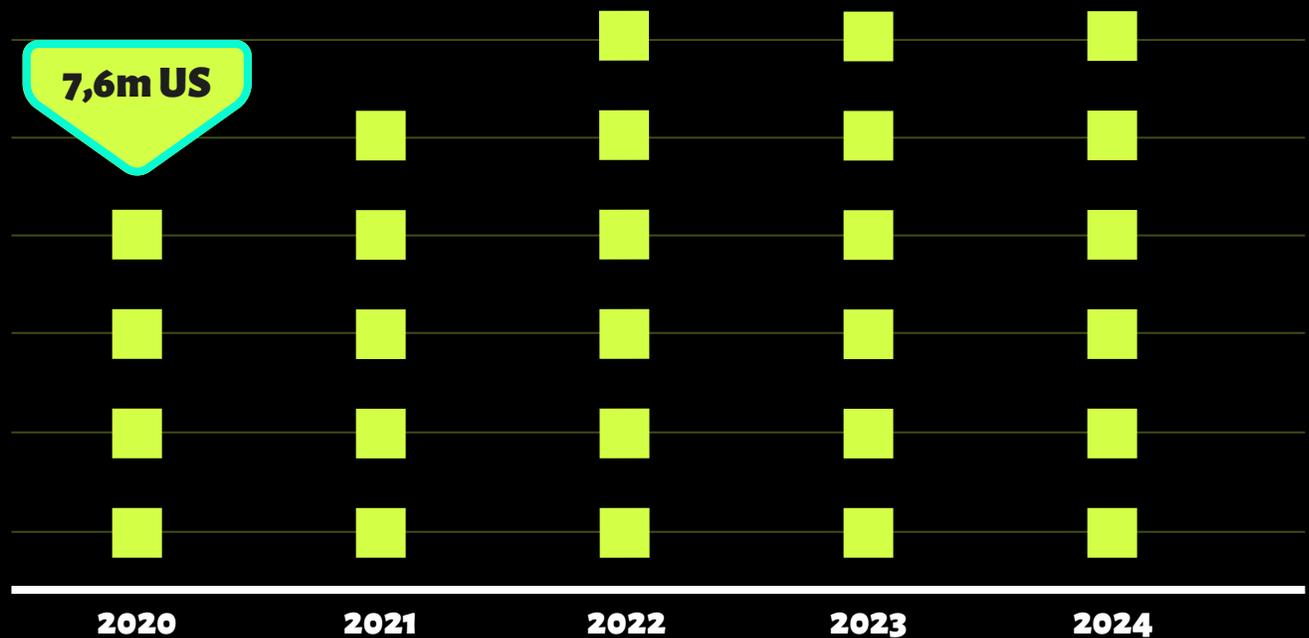
Fairtrade Canada célèbre son 30e anniversaire!



# Faits saillants commerciaux

9,4m US

## Prime Fairtrade provenant des ventes canadiennes



La Prime Fairtrade\* totale projetée, générée par les ventes de produits au Canada, a augmenté à **9,4 millions de dollars US** en 2024, soit **une augmentation de 4 %** d'une année sur l'autre. En outre, le différentiel biologique Fairtrade\* a généré un impact **supplémentaire de 13,4 millions de dollars** pour les producteurs en 2024. **Au cours de la dernière décennie, Fairtrade Canada a généré plus de 65 millions de dollars US en primes.**

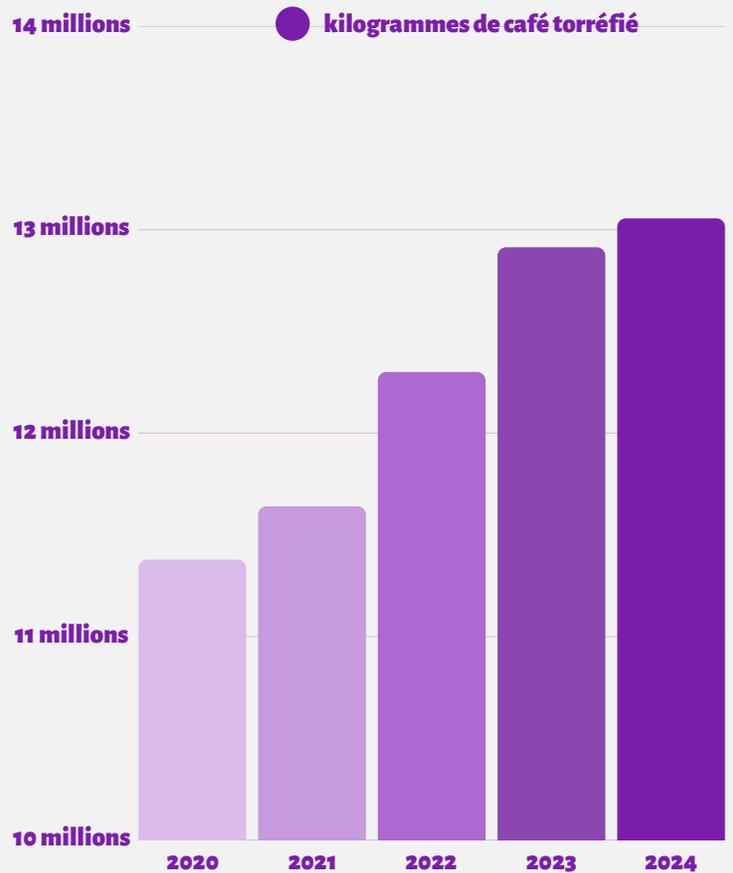
\* Prime Fairtrade: Somme additionnelle versée en plus du prix de vente du produit (qu'il s'agisse du prix minimum Fairtrade, du prix minimum légal, ou du prix du marché). Elle est définie soit comme un pourcentage fixe du prix minimum Fairtrade, soit comme une valeur déterminée. Les agriculteurs et les travailleurs décident collectivement de l'utilisation de cette prime, en l'investissant dans des projets de leur choix pour répondre à leurs besoins : amélioration des pratiques agricoles, développement d'entreprises communautaires, santé, éducation, etc.

\* Différentiel biologique: Montant différentiel minimum que les producteurs doivent recevoir en plus du prix minimum Fairtrade ou du prix du marché, selon le montant le plus élevé. Si une Prime est fixée pour le produit conventionnel, elle s'applique également au produit biologique, sauf indication contraire.

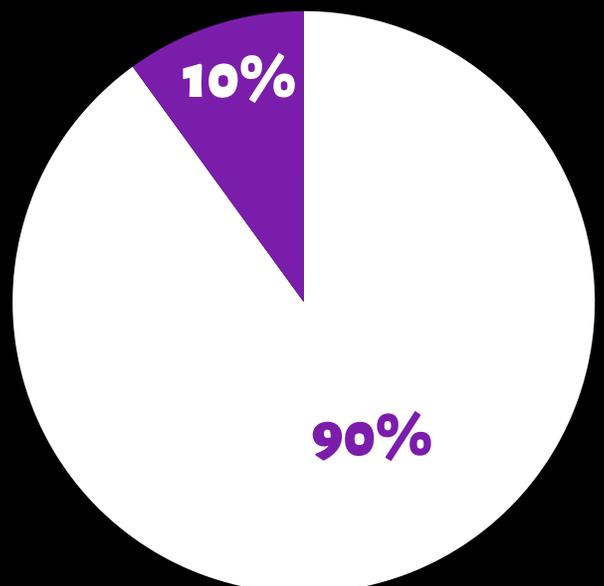
# Café : Volumes et croissance du marché

Les ventes de café certifié Fairtrade par les détenteurs de licence au Canada ont augmenté d'un peu plus de **1 %** en volume, tandis que le marché global est demeuré stable. On estime que **le café Fairtrade représente désormais 10 % du marché canadien du café.**

Cette croissance s'est produite dans un contexte difficile, marqué par une **hausse de 70 % des prix mondiaux du café** en 2024 et des perturbations importantes dans les chaînes d'approvisionnement à l'exportation.



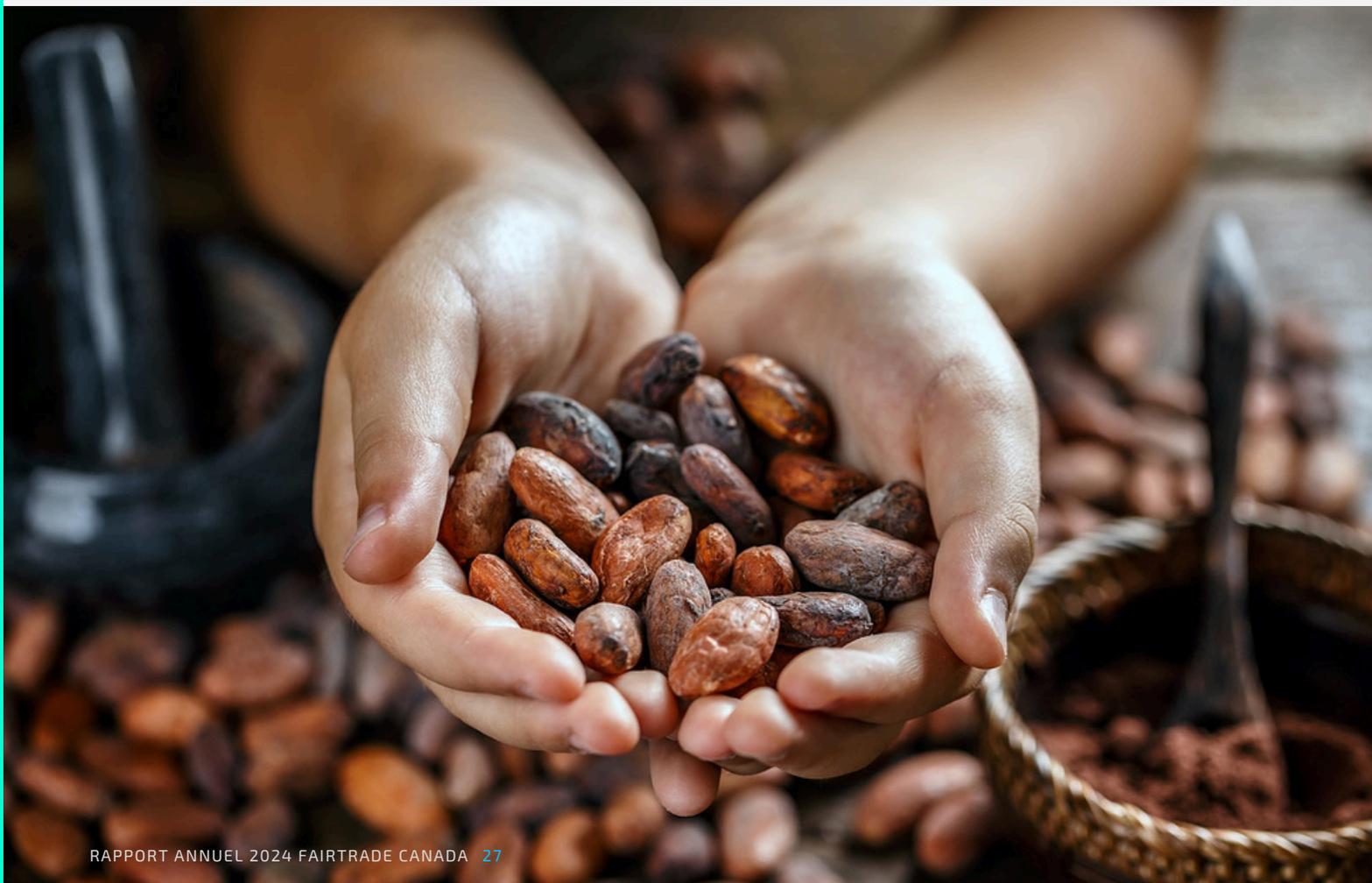
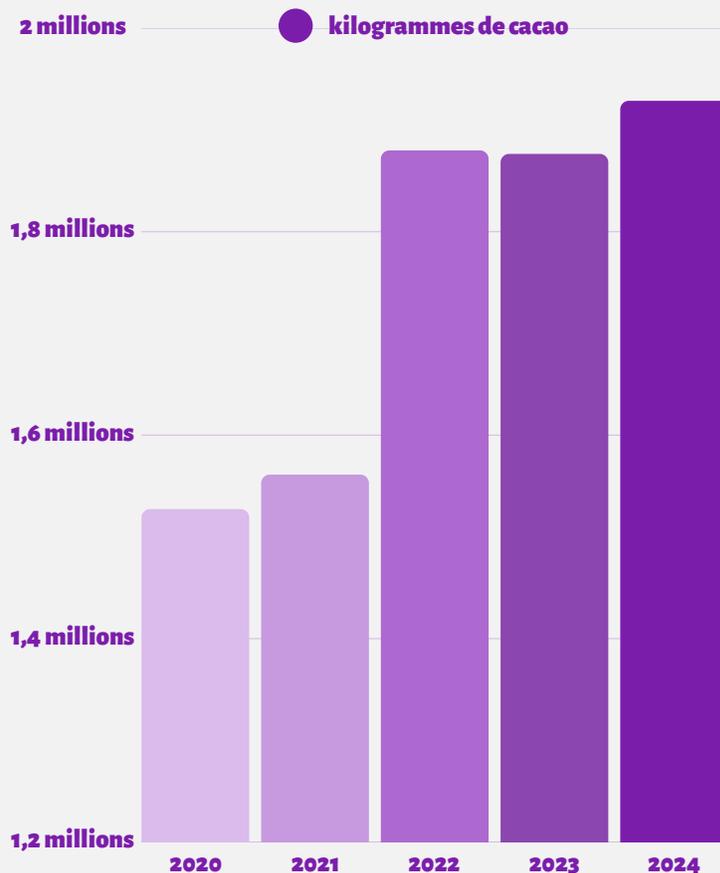
## Part du marché canadien du café :



## Cacao : Volumes et croissance du marché

Chez les détenteurs de licence canadiens, la demande de cacao certifié Fairtrade a connu **une hausse de 3 % en 2024**, s'inscrivant dans une tendance de croissance soutenue.

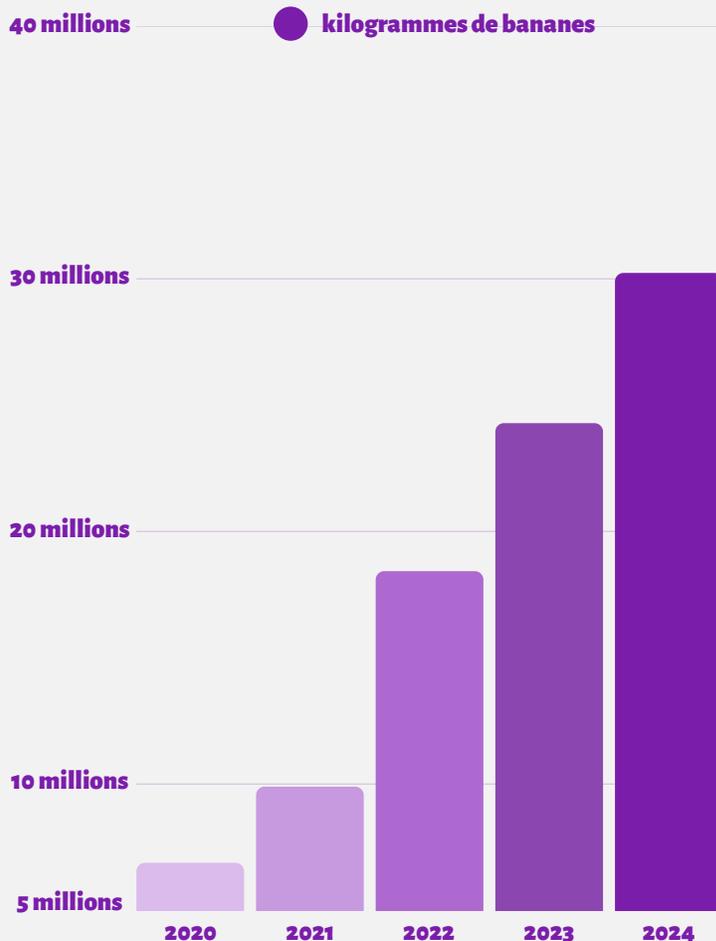
En effet, les volumes ont **augmenté en moyenne de 15 % au cours des deux dernières années**, une progression d'autant plus significative qu'elle survient dans un contexte particulièrement difficile pour le secteur du cacao.



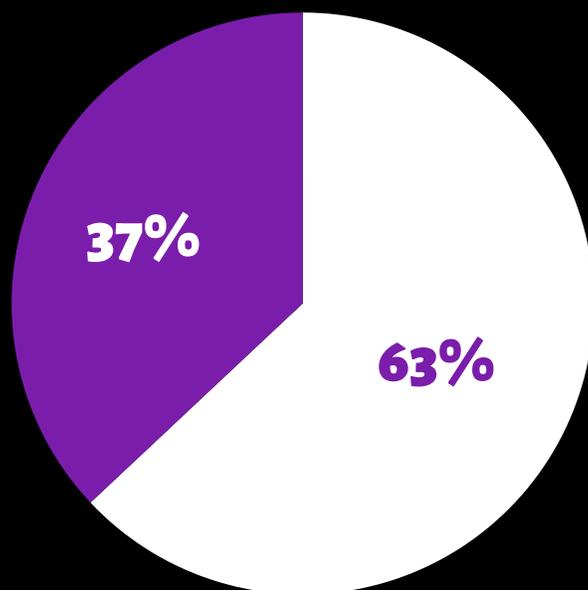
# Bananes : Volumes et croissance du marché

La demande pour les bananes certifiées Fairtrade a continué de croître en 2024, avec une **augmentation des volumes de 25%**. Les bananes Fairtrade représentent désormais environ **37% du marché canadien des bananes biologiques**.

Cette croissance a été enregistrée **malgré des défis sectoriels persistants**, notamment la propagation de la maladie végétale TR4, des conditions météorologiques de plus en plus imprévisibles perturbant la production et les chaînes logistiques, ainsi qu'une hausse continue du coût des engrais et autres intrants essentiels, ce qui exerce une pression constante sur les producteurs.



## Part du marché canadien de la banane biologique :



● Fairtrade  
● Non certifié Fairtrade

# Faits saillants du développement commercial



Cette année, **10 nouveaux détenteurs de licence canadiens** ont rejoint le système Fairtrade.



De nouveaux vins certifiés Fairtrade ont été ajoutés **à la sélection de la LCBO**, grâce à des efforts promotionnels conjoints.



Nous avons célébré le lancement officiel de **Tony's Chocolonely** au Canada, une marque phare du secteur du chocolat équitable.



Nous avons observé une **croissance soutenue des marques maison**, notamment dans le commerce de détail, un signe encourageant que de plus en plus de détaillants adoptent des chaînes d'approvisionnement plus équitables.



Nous avons entamé plusieurs échanges constructifs avec des **marques grand public bien établies**, dans diverses catégories de produits.



Nous avons eu le plaisir de participer à **un lunch éducatif avec l'équipe de Keurig Dr Pepper**, une occasion de faire connaître la mission de Fairtrade et d'encourager un dialogue authentique sur l'équité dans les chaînes d'approvisionnement.

# Gestionnaire principal des partenariats – Idir Fenek

En 2024, Idir Fenek a assumé un rôle élargi axé sur le soutien aux commerçants de café en Amérique du Nord. Dans un contexte où l'industrie doit s'adapter à des exigences réglementaires en évolution et à des normes actualisées de Fairtrade International, ce poste a été créé pour offrir un accompagnement ciblé en matière de conformité, d'approvisionnement et d'engagement stratégique avec les partenaires producteurs. Une autre priorité essentielle consiste à fournir aux commerçants les outils et ressources nécessaires pour mieux communiquer la valeur et l'impact du système Fairtrade.



« **Dans mes nouvelles fonctions, je veux bâtir des ponts entre les producteurs et les torréfacteurs. Ce travail ne serait pas possible sans le rôle clé des importateurs nord-américains dans la chaîne d'approvisionnement Fairtrade. Au-delà de la logistique, ils assument un risque financier important, et ils choisissent activement d'acheter du café certifié Fairtrade, les rendant ainsi des partenaires essentiels de Fairtrade.**



**Ce poste demande une bonne compréhension des dynamiques complexes du marché du café. C'est un environnement en constante évolution, exigeant, et très enrichissant. »**

**Mise à jour sur le code ICO :** Depuis 2024, Fairtrade International a intégré le code ICO (International Coffee Organization Mark) à Fairtrace, son système de déclaration pour le café vert. Le code ICO est un identifiant universel de traçabilité utilisé par tous les pays membres de l'Organisation internationale du café. Désormais, chaque lot de café vendu doit comporter un code ICO unique qui le rattache directement à son exportateur. Ce système permet d'assurer une traçabilité complète des lots de café, de l'origine à la destination.

Tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement utilisant Fairtrace peuvent désormais inclure le code ICO dans la déclaration de leurs transactions. Cette amélioration renforce la capacité de traçabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement, en permettant une cartographie des transactions plus rapide et plus précise.

Elle renforce également le lien entre la Prime Fairtrade, les données d'impact et les chaînes d'approvisionnement spécifiques, offrant ainsi aux partenaires une vision plus approfondie de la provenance de leur café, de la répartition de la valeur et des éventuels risques ou cas de non-conformité.

# Faits saillants: Marques partenaires



## Canterbury Coffee

À l'occasion du Mois du commerce équitable 2024, nous avons appuyé notre partenaire de longue date Canterbury Coffee dans la mise en valeur de son engagement envers Fairtrade.

Notre directrice générale, Julie Francoeur, s'est jointe à leur équipe à leur brûlerie de Burnaby pour une entrevue diffusée à l'émission matinale de CTV, axée sur l'approvisionnement éthique et le rôle de chef de file de Canterbury dans le mouvement équitable. Cette visibilité nationale a permis d'amplifier leur engagement et de renforcer la crédibilité de notre partenariat autour de pratiques commerciales responsables.

*Sur la photo : Julie Francoeur, Directrice générale de Fairtrade Canada, en entrevue à CTV News Colombie-Britannique aux côtés de Mona Mahmoud, discutant de l'importance de Fairtrade.*



## Salon du Chocolat de Montréal

Lors du Salon du Chocolat de Montréal de 2024, Christian Guiollet d'Umano – Commerce équitable, accompagné des producteurs certifiés Fairtrade Carole Ali et Ousmane Traoré de la coopérative ECAKOOG COOP-CA, ont animé des échanges riches avec les visiteurs autour de l'équité, de l'impact, et des réalités quotidiennes de la culture du cacao.

De façon générale, les chocolatiers canadiens ont exprimé un intérêt croissant pour la durabilité, la traçabilité des origines et les relations à long terme avec les producteurs. Du côté des consommateurs, on a constaté un intérêt croissant pour Fairtrade et l'importance de choisir un chocolat qui soutient les producteurs et l'avenir du cacao.

*Sur la photo : Mikaila Boyd, Gestionnaire principale des partenariats commerciaux (secteur des confiseries), Fairtrade Canada*

# Faits saillants: Marques partenaires



## Equifruit

Equifruit, le plus grand importateur de bananes Fairtrade en Amérique du Nord, a poursuivi son rôle de partenaire audacieux et créatif en 2024. Pendant le Mois du commerce équitable, nous avons collaboré à une campagne publicitaire nationale avec Costco Canada, permettant à davantage de consommateurs de faire le lien entre leurs choix quotidiens et l'approvisionnement éthique.

Notre partenariat s'est également traduit par deux concours grand public et une prise de contrôle de notre compte Instagram, amplifiant le message pour un commerce qui place les producteurs au cœur des priorités. En 2024, le leadership d'Equifruit a été reconnu à l'échelle du secteur : Kim Chackal a été nommée « Produce Marketer of the Year » par The Packer et l'entreprise a reçu un « Progressive Grocer Impact Award » pour ses avancées en matière de responsabilité sociale et environnementale dans le secteur des fruits et légumes.



## Costco

La présence de Fairtrade chez Costco Canada a continué de croître en 2024, soutenue par des ventes solides et une implication accrue des marques partenaires. Plusieurs d'entre elles ont élargi leur offre de produits, et Fairtrade Canada a collaboré avec plusieurs partenaires durant le Mois du commerce équitable pour mettre en valeur leur engagement envers l'approvisionnement éthique.

La croissance soutenue de la demande pour les produits Fairtrade chez Costco, notamment le succès du programme de bananes équitables d'Equifruit, témoigne de la place grandissante du commerce équitable dans le paysage de l'alimentation au Canada.

# Marque en vedette: Birch Bark Coffee

En 2024, nous avons eu le plaisir d'accueillir Birch Bark Coffee dans le système Fairtrade, un partenariat fondé sur notre engagement commun en faveur de la justice commerciale, des relations équitables et respectueuses, et de solutions portées par les communautés.

Fondée par Mark Marsolais-Nahwegahbow, membre de la Première Nation Whitefish River, **Birch Bark est une entreprise autochtone** qui utilise le café issu de sources éthiques comme plateforme de sensibilisation à la crise de l'eau dans les communautés autochtones encore soumises à des avis d'ébullition à long terme. L'entreprise appuie également des actions concrètes pour y remédier.



# Marque en vedette: Café William

L'année 2024 a marqué une nouvelle étape pour Café William avec le lancement de son deuxième voilier cargo. Ce navire a transporté des grains de café vert certifiés Fairtrade, provenant de la coopérative autochtone ANEI, en Colombie, jusqu'à Québec. **Cette initiative incarne l'ambition de Café William de devenir la compagnie de café la plus durable au monde.**

Fairtrade Canada a accompagné ce projet à chaque étape, de la planification initiale jusqu'à l'arrivée finale du voilier, qui a donné lieu à une célébration au Port de Québec. Des membres de la coopérative ANEI étaient également présents pour assister à la concrétisation de ce projet étalé sur deux ans.

*« Le partenariat entre la coopérative ANEI et Café William est un parfait exemple de ce que représente Fairtrade : bâtir des relations durables entre entreprises et communautés productrices de café, pour générer des changements positifs pour les personnes et la planète. »*  
-Julie Francoeur, Directrice générale de Fairtrade Canada



Sur la photo : Équipe de Café William : Rémi Tremblay, directeur général, Serge Picard, propriétaire, Jonathan Haley, propriétaire, et Rachel Ladouceur, ancienne directrice principale du marketing. Équipe d'ANEI : Aurora Maria Izquierdo, fondatrice, et Juan Sebastian Paez Izquierdo, directeur de la gestion du bien-être familial et territorial. Équipe de Fairtrade Canada : Julie Francoeur, directrice générale, et Maria Gallardo, gestionnaire du marketing de marque.

# Participation aux salons et événements

## Association canadienne du café (ACC)

En 2024, Fairtrade Canada a poursuivi son engagement auprès de l'Association canadienne du café (ACC), en contribuant aux discussions sur la durabilité, l'approvisionnement éthique et l'avenir du café au Canada. En tant que plateforme nationale réunissant les voix de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, l'ACC joue un rôle clé dans l'avancement d'un secteur du café plus équitable, inclusif et responsable.

**Sous le thème « Le café nous unit », la conférence annuelle de l'ACC a rassemblé plus de 1000 professionnels de l'industrie, dont des torréfacteurs, détaillants, fournisseurs et chercheurs, pour explorer les tendances, les défis et les innovations qui façonnent le paysage canadien du café.**

**Lors de cette conférence, Fairtrade Canada a eu l'honneur de recevoir le tout premier Prix de la durabilité décerné par l'Association canadienne du café. Cette reconnaissance souligne notre contribution à l'avancement de pratiques commerciales plus équitables et à la défense des droits et des moyens de subsistance des producteurs de café et de leurs communautés.**

*« Les efforts de Fairtrade ont un impact positif non seulement sur les communautés productrices de café et l'environnement, mais aussi sur la sensibilisation des consommateurs canadiens à l'importance d'un approvisionnement éthique. »*

*- Robert Carter, Président de l'ACC*



Sur la photo (de gauche à droite) : Robert Carter, président de l'ACC; Julie Francoeur, directrice générale de Fairtrade Canada; Solange Ackrill, vice-présidente de l'ACC.

# Participation aux salons et événements

En 2024, notre équipe commerciale a renforcé la présence de Fairtrade dans plusieurs événements clés de l'industrie, en promouvant l'approvisionnement éthique, en mettant en lumière nos partenaires commerciaux, et en veillant à ce que la voix des producteurs soit entendue. Cette participation élargie a permis de nourrir des échanges plus profonds autour de la justice commerciale et de stimuler l'engagement au sein du secteur agroalimentaire.

## Specialty Coffee Expo (SCA)

Lors du Specialty Coffee Expo, **le plus grand salon du café en Amérique du Nord**, nous avons collaboré avec Fairtrade America et les trois Réseaux de producteurs pour engager le dialogue avec nos partenaires et producteurs internationaux. Cette présence conjointe a renforcé notre engagement commun envers des chaînes d'approvisionnement du café plus transparentes et équitables.



## Association canadienne des aliments de santé (CHFA NOW)

Lors de CHFA NOW, **l'événement de référence au Canada pour les produits naturels et biologiques**, des détenteurs de licence canadiens et internationaux ont présenté une sélection de produits certifiés Fairtrade, soutenus par des distributeurs et négociants clés. L'événement a offert une visibilité stratégique aux marques Fairtrade dans l'univers du bien-être et du commerce éthique.



## Association canadienne de la distribution de fruits et légumes (ACDFL)

Dans le cadre de l'événement de plaidoyer CPMA Fall Harvest, nous avons rencontré des décideurs politiques et des leaders du secteur pour **défendre les droits et les moyens de subsistance des producteurs et des travailleurs** dans les discussions nationales sur l'agriculture, le travail et la politique climatique.



## International Fresh Produce Association (IFPA)

Au salon mondial IFPA Global Produce & Floral Show, nous avons échangé avec des **acteurs du secteur des fruits et légumes frais provenant de plus de 70 pays**. Notre message a mis en avant l'importance de prix équitables et de chaînes d'approvisionnement inclusives, qui respectent les droits des producteurs à l'échelle mondiale.





# Faits saillants : Marketing

# Mois du commerce équitable 2024

Le Mois du commerce équitable 2024 a mis en lumière la portée grandissante de nos efforts pour sensibiliser le public à la justice commerciale, à l'approvisionnement éthique, et aux personnes derrière les produits que nous consommons chaque jour. **Grâce à une solide collaboration avec des détaillants, des marques, des campus et des créateurs de contenu, nous avons transmis le message de Fairtrade à un nombre record de Canadien-nes.**

- **Plus de 1200 détaillants ont participé**, avec 14 bannières qui ont diffusé des promotions en circulaire dans 782 points de vente.
- **Près de 500 partenaires ont commandé des trousse de point de vente Fairtrade**, renforçant la présence des produits certifiés en magasin.
- **34 marques** ont pris part à des activations en magasin, et plus de 30 ont partagé du contenu Fairtrade en ligne, touchant plus de 725 000 personnes.
- Sur les campus, **30 établissements postsecondaires** ont animé des prises de contrôle Instagram, générant près de 27 000 impressions en Stories et stimulant des conversations étudiantes sur un commerce plus équitable.
- Pour amplifier notre portée, nous avons collaboré avec **25 créateurs de contenu** qui ont partagé les valeurs et les produits Fairtrade à travers le pays, atteignant plus de 705 000 personnes et générant un taux d'engagement organique de 76%.

Ensemble, nous avons permis à un plus grand nombre de personnes de comprendre l'impact de leurs choix et l'importance d'un système commercial qui respecte les droits des agriculteurs et des travailleurs.

**Nous sommes** des agricultrice-eurs  
**Nous sommes** des marques  
**Nous sommes** des magasins  
**Nous sommes** une communauté

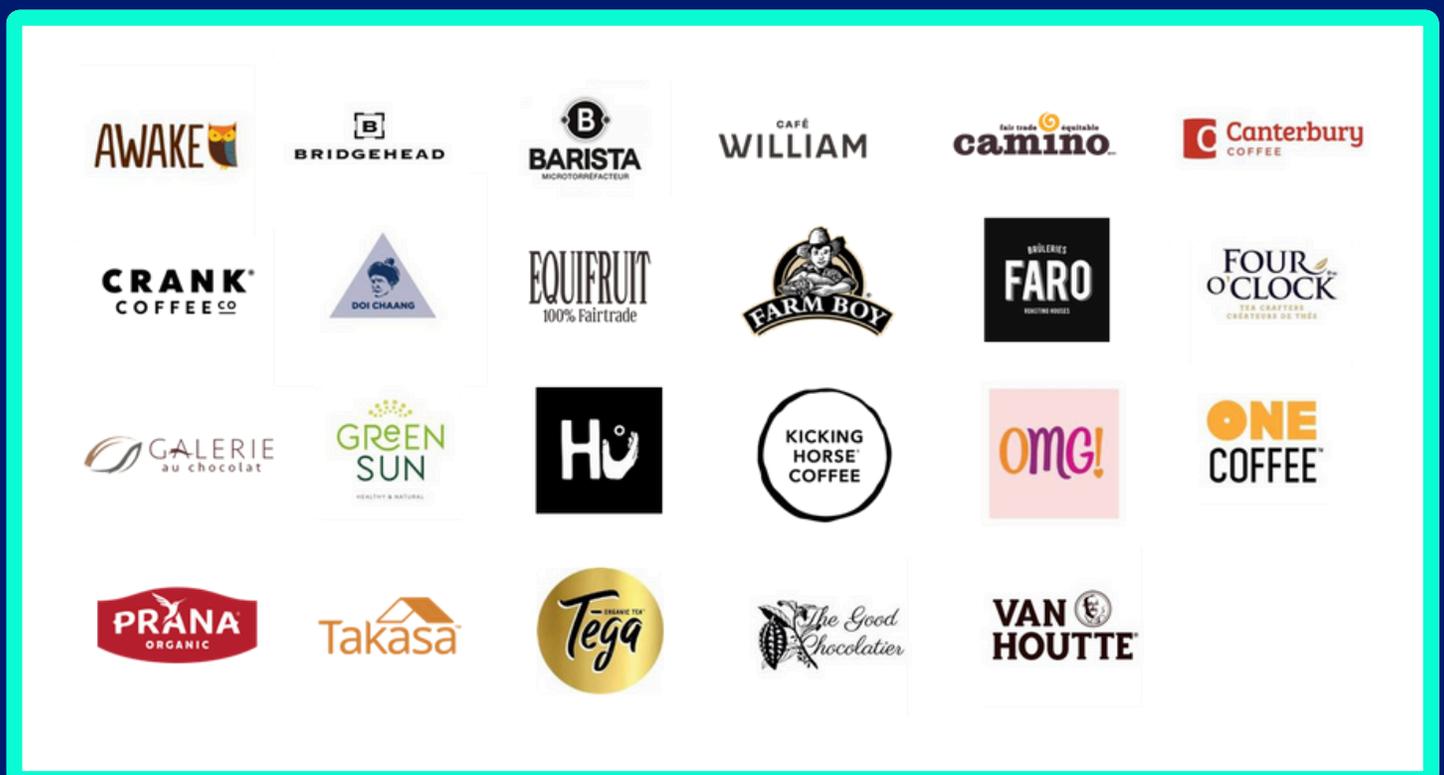


#ÉquitablesEnsemble  
**Ensemble,  
rendons l'équité  
la nouvelle  
normalité.**

# Fairtrade dans les médias



## Merci à nos partenaires participants!



# Fairtrade dans les médias

En 2024, Fairtrade a conservé une forte visibilité et une voix crédible dans les médias canadiens, avec **près de 2 millions de vues et plus de 190 mentions médiatiques**, dont 22 générées directement par Fairtrade Canada.

Nous avons collaboré avec des groupes communautaires locaux pour amplifier des moments marquants du mouvement citoyen, notamment en contribuant à mettre en lumière le **15e anniversaire de Port Colborne en tant que Ville équitable**, grâce à une couverture régionale et nationale sur des plateformes comme CBC et Niagara This Week.

Des marques canadiennes ont également mis de l'avant leurs engagements envers Fairtrade, notamment **Café William**, qui a souligné son approche innovante en matière de transport durable et d'approvisionnement équitable dans les médias nationaux et spécialisés.

Cette promotion accrue menée par les marques témoigne de la manière dont **Fairtrade continue d'être un atout crédible et précieux dans le cadre des communications en matière de développement durable d'entreprise**.

## Fairtrade Local: Marques canadiennes

Nous avons également poursuivi la promotion des marques canadiennes certifiées Fairtrade par l'intermédiaire de notre [page Fairtrade Local](#), qui met en relation des consommateurs responsables avec des produits éthiques et durables fabriqués ici.

Cette page, l'une des plus consultées de notre site web, **joue un rôle clé dans la mise en valeur des entreprises canadiennes qui partagent les valeurs de Fairtrade**. Nous avons soutenu cette visibilité au moyen de campagnes ciblées sur les médias sociaux, afin de renforcer la notoriété des marques locales et d'encourager l'engagement des consommateurs.



# Faits saillants : Plaidoyer

# Conférence nationale sur le commerce équitable

Après une interruption de quatre ans causée par la pandémie de la COVID-19, la 9e Conférence nationale sur le commerce équitable a rassemblé plus de 160 acteurs et actrices du commerce équitable à Montréal.

Coorganisé par Fairtrade Canada et l'Université Concordia, l'événement, sous le thème « Les pieds sur terre », a célébré les 30 ans de Fairtrade au Canada tout en renouvelant notre engagement commun envers la justice, l'équité et un commerce durable.

Pendant deux jours, le programme a donné la parole à des producteurs, dirigeants d'entreprises, chercheurs et jeunes leaders, réunis pour des discussions critiques sur l'avenir du commerce équitable. Les ateliers ont abordé des sujets tels que le travail des enfants dans les chaînes d'approvisionnement du cacao et de la noix de cajou, la résilience dans le secteur du café, les pratiques d'approvisionnement durable sur les campus, l'innovation dans le secteur des produits frais, ainsi que l'avenir de l'artisanat équitable.

Un panel sur le marketing disruptif dans le commerce équitable, animé par le professeur Jordan LeBel (Université Concordia), a mis en vedette des représentants d'Equifruit, &BACK Coffee, et Tony's Choclonely.

Un moment fort de la conférence a été l'entrevue avec la sénatrice Julie Miville-Dechêne, qui s'est jointe à Julie Francoeur pour discuter du projet de loi S-211. Cette conversation a offert aux participants, en particulier les jeunes, l'occasion de s'engager directement sur l'avenir de la législation canadienne en matière de chaînes d'approvisionnement, et sur son potentiel à faire progresser la justice commerciale.

Les perspectives des producteurs ont occupé une place centrale dans le programme, avec la participation de Victor Cordero, directeur général de la coopérative Red Ecolsierra et membre du conseil d'administration de la CLAC, qui a partagé des réflexions éclairantes sur la résilience coopérative et les approches de durabilité dirigées par les producteurs.



Dans un souci d'inclusion et de durabilité, **l'événement a été conçu de manière à réduire son impact environnemental et à favoriser une large participation.** Parmi les initiatives mises en œuvre figuraient un service de traiteur à base végétale et certifié Fairtrade, un programme entièrement numérique, ainsi qu'une aide financière pour les participants.

Nous sommes fiers d'avoir reçu la **certification Or d'événement durable de la part du Bureau du développement durable de l'Université Concordia**, en reconnaissance de ces efforts.



De gauche à droite : Bev Toews, présidente, Réseau canadien du commerce équitable (CFTN); la sénatrice Julie Miville-Dechêne; Julie Francoeur, directrice générale de Fairtrade Canada; Cynthia Shanks, directrice principale, affaires corporatives, Keurig Dr Pepper Canada; Jennie Coleman, présidente, Equifruit.

# Nouveaux Campus équitables



Argent



## Programmes Équitables (au 31 décembre 2024)

44 Campus équitables actifs

13 Villes équitables

14 Écoles équitables

40 Lieux de travail équitables

7 Groupes religieux équitables

14 Événements équitables

Découvrez-en plus [ici](#). 

## Ressources éducatives sur le commerce équitable

En 2024, nous avons appuyé le développement d'un nouveau curriculum pour les Écoles équitables : [un ensemble complet de leçons et d'activités conçu pour les élèves de 5 à 17 ans.](#)

Nous avons également relancé le [programme des Ambassadeurs équitables](#), avec l'introduction de deux nouveaux modules de formation élaborés en partenariat avec l'Université Simon Fraser (SFU) et l'Université Concordia. Depuis septembre, 20 Ambassadeurs ont déjà complété la formation.

# Plaidoyer politique

**En 2024, nous avons présenté une soumission dans le cadre de la consultation menée par le gouvernement fédéral sur l'interdiction des marchandises importées issues du travail forcé.**

**Dans cette soumission, nous avons insisté sur l'importance d'impliquer les travailleurs et les titulaires de droits dans l'élaboration et la mise en œuvre de cette interdiction, afin que leurs voix soient réellement prises en compte dans l'identification et la résolution des abus.**

**Nous avons aussi mis de l'avant le rôle que peuvent jouer les systèmes de certification indépendants et crédibles, comme Fairtrade, pour soutenir les efforts de diligence raisonnable et assurer une traçabilité et une transparence accrues dans les chaînes d'approvisionnement.**

**Nos recommandations portaient sur des mesures d'application concrètes, une meilleure coordination entre les organismes concernés, ainsi que sur l'intégration de mécanismes de réparation et de responsabilisation, au-delà des seules sanctions.**



# Le conseil d'administration et ses activités

## Valentina Amalraj

Présidente du conseil  
d'administration  
(CSO - Fair Trade Toronto)

## Olivier Bertrand Fontaine

Vice-président  
(détenteur de licence,  
Café Faro)

## Kuljit Rakhra

Trésorier (détenteur de  
licence, Takasa)

## Claudette Torbey

Secrétaire (OSC,  
Université Concordia)

## Rachel Ladouceur

## Kate Burnett

Administratrice  
(indépendante)

## Tom Watt

Administrateur (CSO,  
York University)

## Mark McLaughlin

Administrateur  
(indépendant)

## Vera Belazelkoska

Administratrice  
(indépendante)

*En 2024, Eugene Ellmen, Michael Yarymowich et Madison Hopper ont terminé leur mandat au sein du conseil d'administration. Nous les remercions pour leur engagement et leur contribution durable à la justice commerciale et au mouvement Fairtrade.*

Cette année a marqué le premier cycle de fonctionnement du conseil d'administration sous ses nouvelles conditions de référence, désormais appliquées à tous les comités. Nous avons constaté une amélioration notable de l'intégration des nouveaux membres, une meilleure structure des rencontres et une plus grande efficacité dans leur déroulement. Cela a permis de consacrer davantage de temps à la réflexion stratégique, au dialogue et à des discussions de fond.

Parmi les décisions importantes examinées et approuvées par le conseil figuraient la mise à jour de la procédure opérationnelle standard en finances (SOP) ainsi que des ajustements à la politique de ressources humaines.

Depuis l'automne dernier, Fairtrade Canada a aussi amorcé la conception de son prochain plan stratégique. En raison de l'incertitude actuelle à l'échelle mondiale et à la lumière de recherches récentes, nous avons choisi un cycle de trois ans à partir de 2026, plutôt qu'un plan quinquennal traditionnel. Les membres du conseil et l'équipe ont été activement engagés dans des ateliers de réflexion et des exercices de collecte d'information. Le conseil contribuera à identifier les axes prioritaires et à façonner une vision claire et cohérente, en phase avec les valeurs fondamentales de l'organisation.

Les récentes décisions politiques, notamment l'introduction de nouveaux droits de douane à la frontière canado-américaine, ont orienté une grande partie des discussions du conseil. Dans ce contexte changeant, le conseil demeure convaincu que Fairtrade Canada dispose des outils et de l'agilité nécessaires pour soutenir ses partenaires, s'adapter aux défis émergents et maintenir sa capacité à générer un impact concret.

Enfin, conscients de cette réalité, nous avons poursuivi nos efforts pour renforcer nos liens avec le conseil d'administration de Fairtrade America, dans l'objectif de favoriser une collaboration plus étroite entre nos deux organisations et d'assurer un meilleur alignement sur les enjeux liés à Fairtrade International.

## Comités du conseil d'administration

### Comité des finances

- A examiné et approuvé le budget 2025.
- A autorisé l'utilisation de fonds de réserve non affectés afin de poursuivre l'offre de services et de soutenir la croissance du système Fairtrade au Canada, dans le but de renforcer l'impact économique et social pour les agriculteurs et les travailleurs.

### Comité des ressources humaines

- A appliqué le nouveau processus d'évaluation de la direction générale.
- A révisé et validé des ajustements à la politique RH, notamment en ce qui concerne le travail à distance et le lieu de résidence du personnel.

### Comité de gouvernance

- A poursuivi la réflexion sur les principes et pratiques en matière d'équité, de diversité et d'inclusion (ÉDI).
- A assuré le suivi du registre des risques.

### Comité stratégique

- A offert des séances de travail visant à identifier les piliers du prochain plan stratégique.
- A établi une chronologie de projet en collaboration avec l'équipe de direction de Fairtrade Canada.

**Merci à nos membres et à nos partenaires commerciaux de faire front commun avec nous dans le mouvement pour un commerce plus juste. Les progrès réalisés cette année n'auraient pas été possibles sans votre engagement constant et votre collaboration soutenue.**

**Alors que nous tournons notre regard vers l'avenir, nous demeurons à la fois pleins d'espoir et déterminés à continuer de bâtir, ensemble, un monde plus équitable et plus durable, pour les personnes et pour la planète.**

**Nous sommes reconnaissants de poursuivre ce travail à vos côtés, et nous vous remercions sincèrement de faire partie de la suite.**

**Alternative Grounds BEAN FAIR Level Ground Trading Ltd. Nu-Tea Company Ltd.  
PLANET BEAN The Green Campus Co-op Volo Athletics Inc. Umano Commerce Équitable Inc.  
Traditional Medicinals (Canada) Café William Equifruit Inc.  
Fair Trade Jewellery Company Ltd Florists Supply Ltd Just Us! Coffee Roasters Co  
La Siembra Co-operative Keurig Canada Kicking Horse Coffee Café Faro Inc. Kraft Heinz  
Takasa Lifestyle Company Inc. DHARMA FAIRTRADE  
Engineers Without Borders Canada Canada Organic Trade Association  
Canadian Labour Congress Association Québécoise du Commerce Équitable (AQCE)  
CFTN Fair Trade Olds Concordia University Université de Montréal Université de Sherbrooke  
Manitoba Council for International Cooperation (MCIC) The Marquis Project  
Fair Trade Toronto Simon Fraser University Comité de solidarité Trois-Rivières - CS3R  
Aide internationale pour l'Enfance Solidarité Laurentides Amérique Centrale (SLAM)**