



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
Ministère des Affaires étrangères  
et européennes



Direction de la coopération  
au développement et  
de l'action humanitaire

Évaluation de l'accord-cadre  
en matière d'éducation au développement et de sensibilisation  
de l'opinion publique luxembourgeoise de l'organisation non gouvernementale Fairtrade  
(ex-TransFair Minka)

**Resumé exécutif en FRANCAIS**

*En 2014, la Direction de la coopération au développement et de l'action humanitaire du Ministère des Affaires étrangères et européennes a commandé une évaluation indépendante de l'ONG FAIRTRADE. L'évaluation a été réalisée par le COTA. Le Ministère publie ci-après un résumé des principaux résultats de cet exercice.*

*Les observations, appréciations et recommandations exprimées dans ce document représentent les points de vue des évaluateurs et ne reflètent pas nécessairement celles du Ministère.*

**COTA asbl • Bureau d'étude international associatif**



7, rue de la Révolution • 1000 Bruxelles • Belgique • Tél.: +32 2 218 18 96 • Fax: +32 2 223 14 95  
info@cota.be • <http://www.cota.be> • Banque : 068-0777310-76 • TVA : BE420 280 412



## RESUME RAPPORT FINAL EVALUATION FAIRTRADE – MAEE G.D. LUXEMBOURG

### 1. MISSION ET OBJECTIFS DE « FAIRTRADE LËTZEBUERG »

L'Association « Fairtrade Lëtzebuerg » – antérieurement dénommée « Tansfair Minka » – est une ASBL qui a pour objet de :

- « veiller au respect des critères du commerce équitable labellisé Fairtrade au Luxembourg ;
- promouvoir un commerce équitable afin de favoriser un développement durable au niveau mondial ;
- informer le public luxembourgeois sur les conditions commerciales inéquitables que subissent les petits producteurs du Sud afin d'orienter ses habitudes de consommation vers les produits du commerce équitable labellisés Fairtrade/TransFair.»

Les activités de Fairtrade Lëtzebuerg sont axées sur i) la délivrance et le suivi de l'utilisation du label Fairtrade au Luxembourg ; ii) la sensibilisation, iii) l'éducation au développement en milieu scolaire et extrascolaire, iv) la promotion et l'introduction de produits Fairtrade sur le marché luxembourgeois et, enfin, v) le plaidoyer au niveau politique. Fairtrade Lëtzebuerg ne commercialise pas de produits mais s'occupe de labelliser les produits issus du commerce équitable de fabricants luxembourgeois.

Ce label Fairtrade garantit aux consommateurs que le produit répond aux standards du commerce équitable. Fairtrade International, la maison mère des initiatives de labellisation, définit ces standards qui se basent sur des critères liés à l'économie, au social et à l'environnement. Ils sont à la base de la formation du « prix minimum » payé aux producteurs Fairtrade. En plus du Prix Fairtrade, une « Prime Fairtrade » est versée aux producteurs du Sud dans un fonds communautaire spécifique, en vue d'améliorer les conditions sociales, économiques et environnementales des communautés villageoises concernées.

L'ONG a mis en œuvre, sur financement du Ministère des Affaires étrangères et européennes, Direction de la coopération au développement et de l'action humanitaire, trois accords-cadres successifs en matière d'éducation au développement sur la période 2004-2014. Un quatrième accord-cadre, portant sur la période 2015-2017 est en cours d'élaboration.

### 2. OBJECTIFS ET RÉSULTATS ATTENDUS DE L'EVALUATION

Cette évaluation a pour objectif d'apprécier dans quelle mesure Fairtrade s'est assuré que les activités identifiées répondent à son mandat et aux besoins des publics cibles, a assuré une mise en œuvre efficace et efficiente des activités et a obtenu l'impact annoncé sur les publics cibles. Les leçons dégagées doivent à la fois :

- Permettre à l'ONG d'améliorer les projets en cours et à venir ;
- Alimenter la réflexion sur les modalités de partenariat entre l'ONG et le Ministère ;
- Alimenter la réflexion sur la mise en œuvre et l'évaluation des activités de sensibilisation et d'éducation au développement.

#### 2.1. Audit structurel et organisationnel

L'audit a porté sur les éléments suivants : i) la gouvernance, la structure et les processus organisationnels et ii) la gestion du cycle de projet, incluant le processus d'évaluation et de suivi des activités. Globalement, qu'il s'agisse de la gestion des ressources humaines, des ressources financières ou des partenariats, l'audit est positif. L'association dispose d'un personnel compétent et géré en fonction de l'atteinte des résultats ; les financements sont adaptés, gérés, contrôlés et audités correctement et les partenariats s'établissent selon des modalités contractuelles originales et rigoureuses.



Ainsi, par exemple, les relations avec les producteurs de produits issus du commerce équitable sont régulées par des accords de licences et les rapports avec les principaux partenaires de la société civile sont contractualisés, qu'il s'agisse des communes, des écoles ou du secteur Horesca. Ces contrats régulent les relations avec l'ONG, les droits et obligations de chacun et permettent un suivi des activités engagées avec les partenaires, ce qui constitue une véritable plus-value qu'il convient de souligner.

Fairtrade dispose d'une culture bien structurée et internalisée par tous, basée sur une vision et des valeurs explicites et partagées. En matière de gestion du cycle du projet, le cadre logique de l'accord-cadre, même s'il est conforme aux exigences du Ministère, ne reflète pas toujours correctement la logique d'intervention de l'ONG, ce qui rend difficile la lisibilité de la stratégie de l'association. Par contre, elle a bien intégré le suivi de la logique d'intervention, qu'elle déploie avec des outils pertinents de monitoring et d'appréciation.

## 2.2. Evaluation stratégique et opérationnelle

---

### A. Cohérence par rapport aux politiques grand-ducales pour le développement.

Les priorités politiques de la Coopération luxembourgeoise reposent entre autres sur les Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD). L'accord-cadre de Fairtrade peut ainsi être relié à plusieurs des OMD liés à l'élimination de l'extrême pauvreté et de la faim, à l'environnement durable et à la mise en place d'un partenariat mondial pour le développement. En outre, Fairtrade s'inscrit dans le respect des conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT). En matière d'Education au développement, les activités menées par Fairtrade sont cohérentes avec les approches d'éducation au développement et de sensibilisation du Grand-Duché, dont la charte d'Education au développement durable. L'ONG va même au-delà: de par ses activités de sensibilisation et de labellisation, elle vise aussi les publics adultes et la jeunesse dans le cadre de l'éducation non formelle.

### B. Cohérence entre composantes de la stratégie de Fairtrade

La stratégie d'intervention de l'ONG se base sur 4 piliers cohérents et interconnectés, à savoir: la sensibilisation, l'éducation au développement, la promotion du commerce équitable et de ses produits et, enfin le plaidoyer. Il s'agit d'une approche cohérente, basée sur les principes du « *continuum pédagogique* » propre à l'Education au développement. Ces quatre résultats décrivent chacun une démarche spécifique liée aux objectifs de l'ONG et participent à leur atteinte. Des interrelations et synergies existent entre ces résultats ainsi qu'entre les activités mises en œuvre pour leur atteinte. Cette stratégie est donc pertinente, cohérente et opérationnelle, avec une réelle complémentarité entre les activités et entre résultats attendus. Enfin, la programmation et la planification des activités a été conçue et mise en œuvre dans une perspective de gestion axée sur les résultats.

### C. Evaluation de l'approche opérationnelle

Cette analyse a porté d'une part sur l'identification des public-cible et, d'autre part, sur les outils utilisés dans la mise en œuvre des activités et en matière de communication. On constate en la matière une appréhension correcte des publics-cibles selon les résultats, et la mise en œuvre de partenariats spécifiques en fonction des objectifs à atteindre, même s'il conviendrait de mieux cibler les publics visés et de faire la distinction entre « bénéficiaires » d'une part, et partenaires « multiplicateurs » d'autre part. La notion et l'opérationnalisation de ce concept de « multiplicateurs » mériteraient une réflexion approfondie dans le prochain accord-cadre.

Enfin, il convient de souligner le déploiement d'outils de qualité et pertinents dans l'atteinte des résultats, que ce soit en matière de communication, de marketing, de gestion des



partenariats, de labellisation et de certification. Il s'agit dans tous les cas d'outils adaptés aux besoins et caractéristiques des publics ciblés et pleinement adaptés aux objectifs fixés.

### 2.3. Evaluation des activités selon les 5 critères de l'ocde

---

Les activités déployées par l'ONG sur la période 2010-2014 sont évaluées au regard des 5 critères du CAD de l'OCDE : l'efficacité, l'efficience, la pertinence, la durabilité et l'impact.

L'évaluation se révèle globalement positive. Les activités retenues et mises en œuvre en vue de l'atteinte des résultats et des objectifs sont **pertinentes** et garantissent un programme homogène, cohérent et opérationnel axé sur l'atteinte des résultats. Soulignons les efforts de l'ONG pour comprendre les besoins de ses partenaires, pour identifier les solutions adéquates et utiliser son avantage comparatif pour y répondre.

- Pour atteindre son résultat de sensibilisation, en vue d'accroître l'engagement actif des consommateurs publics et privés, Fairtrade a ainsi développé des activités visant d'une part, la sensibilisation du grand public en général et, d'autre part, ciblant des partenaires spécifiques censés être des courroies de transmission et de démultiplication.
- Les activités d'éducation au développement concernent les enfants en âge d'école fondamentale ainsi que les lycéens. Au-delà des ateliers et workshops proposés et de la mise à disposition de matériel pédagogique, ce résultat se structure autour du programme « Fairtrade School », fédérant 12 lycées par le biais d'un partenariat contractualisé.
- En matière de labellisation et de promotion des produits, FairTrade déploie une combinaison d'activités destinées à prospecter de nouveaux preneurs de licence et des nouveaux produits ainsi qu'à accompagner les preneurs de licence. Ces activités couvrent bien les objectifs annoncés sous ce résultat.
- Enfin, en matière de plaidoyer, Fairtrade déploie trois modalités d'intervention, reposant sur des synergies avec d'autres ONG luxembourgeoises, sur son affiliation au réseau FairTrade International ou encore en menant seule du plaidoyer vis-à-vis du monde politique luxembourgeois. Ces activités se révèlent pertinentes et ciblent les moyens les plus appropriés pour l'atteinte du résultat.

**L'efficacité** consiste en la mesure du degré d'atteinte des résultats. Dans ce cadre, les indicateurs du cadre logique de l'ONG sont tous mesurables. Fairtrade effectue un suivi des indicateurs et dispose de données quantitatives pertinentes dans le cadre d'une évaluation. L'ensemble des activités prévues ont bien été réalisées et les résultats observés sont conformes aux résultats attendus ou les dépassent en matière de sensibilisation et de prise de licences. Les 3 métiers de l'ONG sont correctement mis en œuvre et touchent les bénéficiaires ciblés :

- Sensibilisation : les objectifs relatifs à la préparation de campagnes nationales sont atteints voire dépassés, de même que la couverture médiatique qui les soutient. Les activités à destination de partenaires spécifiques ont permis de constituer un noyau d'acteurs concernés avec lesquels il conviendrait désormais d'approfondir le travail de sensibilisation/engagement en privilégiant les aspects qualitatifs de ces partenariats, notamment en matière d'autonomie et de réflexion critique.
- Éducation au développement : l'ensemble des écoles, fondamentales et secondaires, sont contactées annuellement pour les informer de l'offre de formation proposée par l'ONG. Ces outils pédagogiques servent surtout à sensibiliser les jeunes au commerce équitable. Les outils pédagogiques sont développés en interne et répondent aux normes pédagogiques en la matière. Cependant, la production de plusieurs outils, répondant à la spécificité des classes d'âge et abordant différentes thématiques pourrait étoffer cette



offre. Au niveau des Lycées, les « Fairtrade School » présentent un fort dynamisme, déployant des activités de formation, de promotion de produits ou de sensibilisation.

- Promotion des produits et labellisation : FairTrade effectue de la prospection et la mise en relation de nouveaux fournisseurs et importateurs au bénéfice des preneurs de licence. L'évolution des droits de licence témoigne à la fois de l'effort effectué par FairTrade pour élargir la base de produits disponibles, et de l'effet des actions de sensibilisation vers les consommateurs finaux.

Nous estimons néanmoins que certaines des activités ou programmes ont désormais atteint leurs limites en termes de capacités de déploiement et de gestion. Ils mériteraient une réflexion approfondie en vue d'une réorientation au sein du futur accord-cadre en mettant davantage l'accent sur les aspects qualitatifs de ces partenariats, notamment en matière de sensibilisation et de renforcement des capacités. Les programmes FT Gemeng et FT Zone pourraient approfondir les relations partenariales dans une perspective de « multiplicateurs » dans les domaines de la sensibilisation et du renforcement des capacités, en plus de leur implication déjà importante dans les activités liées à l'achat et à la consommation.

**L'efficacité** avec laquelle les activités sont mises en œuvre est remarquable. Les ressources ont été mobilisées en temps voulu et de façon pertinente pour la mise en œuvre des activités. La comparaison des ratios réalisations/coûts est conforme à celle planifiée dans l'accord-cadre et les ressources ont été mobilisées au meilleur coût. En d'autres termes, l'ONG dispose des ressources humaines et financières suffisantes pour l'atteinte des résultats et des objectifs qu'elle s'est fixée.

Enfin, tant l'analyse de **l'impact que de la durabilité** sont jugés tout à fait satisfaisants. Les données quantitatives et qualitatives disponibles attestant d'un ancrage des principes et valeurs du commerce équitable dans la société luxembourgeoise.

Ces succès reposent sur une série de **bonnes pratiques** que nous avons déjà souligné et que nous nous proposons de résumer comme suit en guise de conclusion :

- Une vision partagée et claire des objectifs et de la mission de l'organisation ;
- Une approche stratégique et opérationnelle solide et partagée, cohérente tant avec les objectifs de l'ONG qu'avec les politiques de développement grand ducales ;
- L'élaboration et l'utilisation d'outils transversaux de qualité et pertinents (notamment définis au sein du réseau international FairTrade), facilitant et soutenant l'atteinte des résultats en matière de communication, de partenariat, de promotion et de labellisation ;
- Une approche partenariale basée sur les partenariats spécifiques et contractualisés ;
- Une aptitude à préparer et à mener des événements de portée nationale avec un impact évident au niveau de la visibilité et de la mobilisation ;
- Une gestion des ressources humaines remarquable favorisant l'émergence d'une équipe de qualité, bien formée et engagée ;
- Un engagement important des organes de gouvernance et des modalités de collaboration pertinentes entre ceux-ci ;
- Une gestion financière et opérationnelle irréprochable ;
- Une capacité, pour une structure relativement réduite, de se reposer sur les acquis et outils d'organisations « sœurs » (FT International) ou de partenaires privés ou publics leur permettant de démultiplier leur impact.