



## Eigenverantwortung übernehmen: Staat, Unternehmen und Konsumenten – alle sind gefordert

Ein unabhängiges Verbrauchermagazin rät dazu, dass Eltern ihren Kindern keine ungeschälten Bananen mit auf den Schulweg geben, da sich laut Untersuchungen vermutlich auf und in der Schale erhebliche Pestizidrückstände befinden, die beim Anbau massiv auf die gelbe Frucht gespritzt wurden.

Manche Bananenpflücker in Ecuador kommen für eine 60-Stunden-Woche auf etwa 85 US-Dollar – also nicht einmal der gesetzliche Mindestlohn, ohne Sozialversicherung, ohne bezahlte Urlaubs- oder Krankheitstage, ohne Kündigungsschutz.

Nichtsdestotrotz finden sich solche Früchte „problemlos“ in unseren Regalen wieder. Dabei sind diese Beispiele nicht einmal die Spitze des Eisberges, wie das rezente Urteil eines US-Gerichtes zeigt, der einen Bananenkonzern verurteilt hat: wegen Finanzierung von Todesschwadronen in Kolumbien zur Durchsetzung ihrer kommerziellen Interessen.

Das Beispiel Banane weist auf eine Schiefelage hin, die in der globalisierten Wirtschaft leider zum Alltag gehört – übertragbar auf andere Konsumgüter. Der Kunde kann ja entscheiden. Da es jedoch um strukturelle Schiefelagen geht, kann Verantwortung nicht einfach an ihn weitergereicht werden. Ohnehin übernehmen bereits manche Wirtschaftsakteure Verantwortung. Die Herausforderungen einer nachhaltigen

Produktion kann jedoch nicht nur Unternehmen und Konsumenten in der Lieferkette überlassen werden.

Es gibt auch eine Verantwortung des Staates, „ici et ailleurs“. Da kommen Verbraucherschutz, Gesundheit und nachhaltiger Konsum ins Spiel, denn die Pestizide gefährden nicht nur die Gesundheit derer, die sie essen, wie das Beispiel Banane zeigt: Die Arbeiter\*innen auf den Plantagen in Mittel- und Südamerika sind einem enormen Gesundheitsrisiko ausgesetzt. So geht es auch immer um Arbeits- und Gesundheitsschutz, nachhaltige Produktionsmodelle, Armutsbekämpfung und schlussendlich Respekt vor den Menschenrechten jener, die in unseren Lieferketten arbeiten.

Vor diesen Herausforderungen steht auch die Regierung im Rahmen der Agenda 2030 und den Grundprinzipien der Vereinten Nationen im Bereich Menschenrechte und Business.

### Fairer Handel im Koalitionsvertrag

Fairtrade Lëtzebuerg begrüßt, dass laut Koalitionsvertrag 2023–2028 die Regierung „sich bemühen wird, einen fairen Handel und gleichberechtigte Beziehungen zu den Partnern zu fördern.“

Dies gilt es jetzt konkret umzusetzen, z.B. in allen Ministerien auf der Ebene der öffentlichen Einkaufspolitik. Bei der Umsetzung der sogenannten EU-Lieferkettendirektive in

die nationale Gesetzgebung sind besonders das Wirtschafts-, Finanz- und Justizministerium gefordert, um nicht beim Minimalkonsens der Direktive stehen zu bleiben.

### Das Beispiel Banane zeigt: Wirtschaft geht auch anders

2018 wurde das ONLY-Sensibilisierungsprogramm lanciert. Dieses richtet sich an luxemburgische Partner, die sich dafür entscheiden, ihren Kunden ausschließlich Bananen anzubieten, die zu 100% Fairtrade-zertifiziert sind und aus biologischem Anbau stammen. Diese setzen sich dafür ein, den massiven Einsatz von Pestiziden und die Verletzung von Menschenrechten in der Bananenkette zu beenden.

Im vergangenen Jahr haben die Menschen in Luxemburg eindrucksvoll gezeigt, dass Nachhaltigkeit immer stärker in den Kaufentscheidungen der Verbraucher zum Ausdruck kommt. Dies spiegelt sich in einer beeindruckenden Umsatzsteigerung von 34% bei Fairtrade-Produkten wider. Weiter so!



**Jean-Louis Zeien**  
Präsident  
Fairtrade Lëtzebuerg

# En 2023, le marché des produits Fairtrade progresse fortement au Luxembourg!

Retrouvez plus d'informations sur les chiffres 2023 en scannant le QR-Code suivant :



L'année 2023 a été marquée par une forte inflation, qui a frappé de plein fouet non seulement les pays du Nord - y compris le Luxembourg - mais également les pays d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine et des Caraïbes. Malgré ce coup dur au pouvoir d'achat des consommateurs, **le commerce équitable au Luxembourg connaît une forte progression, grâce au soutien des fidèles consommateurs et de ses partenaires.** Découvrez ci-dessous les chiffres 2023 du commerce équitable, qui positionnent le Luxembourg parmi les meilleurs consommateurs de produits Fairtrade en Europe.

## +34%

par rapport à 2022

le chiffre d'affaires généré par la vente de produits labellisés Fairtrade des partenaires engagés au Luxembourg est de 52,3 millions d'euros

## 79 €

(+19 € par rapport à 2022)

dépense en moyenne par habitant luxembourgeois pour des produits labellisés Fairtrade

## 5 250

références de produits labellisés Fairtrade présentes sur le marché luxembourgeois

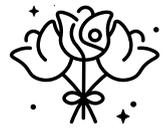
## 327

entreprises partenaires vendent des produits labellisés Fairtrade sur le marché luxembourgeois, dont 299 entreprises étrangères et 28 entreprises luxembourgeoises

## Focus sur les filières championnes du commerce équitable

**Les roses Fairtrade ont fortement contribué au succès du commerce équitable en 2023**

1 966 016 tiges de roses ont été vendues en 2023, soit une **augmentation considérable de +273,2 %** par rapport à 2022.



**Un nouveau superfood Fairtrade au Luxembourg : les noix de cajou**

2 147 kg ont été vendus en 2023



Introduites sur le marché au second semestre 2023 pour la première fois par un acteur luxembourgeois, les noix de cajou Fairtrade ont rapidement trouvé leur place sur le marché grâce à une qualité exceptionnelle et une filière d'approvisionnement courte.



## Zoom sur les chiffres du commerce équitable au Luxembourg

**Les bananes continuent sur leur belle lancée**

**1 banane sur 3** consommée au Luxembourg est issue du commerce équitable

2 057 tonnes de bananes vendues en 2023, soit une **augmentation de +5 %** par rapport à 2022  
89 % portent également le label biologique



**Le sucre progresse fortement en 2023**

**203 tonnes de sucre ont été vendues en 2023**

Une **augmentation de +28 %** par rapport à 2022

1 acteur luxembourgeois offre dorénavant uniquement des dosettes de sucre Fairtrade pour accompagner les cafés servis



**Le café Fairtrade a bien résisté au Luxembourg malgré un contexte mondial difficile**

**480 tonnes de café vendues en 2023**

La majorité des torréfacteurs luxembourgeois ont connu une hausse de leurs ventes de cafés Fairtrade, malgré une diminution de 6 % au niveau du volume

**Le champion des ventes de café Fairtrade est d'ailleurs un acteur luxembourgeois**

**Le café Fairtrade a une part de marché de 12 %**



**Les partenaires luxembourgeois du cacao Fairtrade progressent au Grand-Duché**

Avec 552 tonnes de cacao vendues en 2023, le cacao Fairtrade a une part de marché de 10 %  
2 acteurs luxembourgeois ont vu leurs volumes augmenter de manière considérable en 2023



# Les bananes – une filière à préserver

Originaires d'Asie du Sud-Est, la banane est aujourd'hui non seulement devenue une importante source de vitamines pour les consommateurs occidentaux, mais constitue également une importante source de revenu pour des millions de producteurs et travailleurs qui travaillent dans cette filière aux 4 coins du monde. Ceux-ci sont confrontés à de multiples défis, qui menacent à la fois leurs moyens de subsistance et leur santé, tels que **des salaires très bas, l'augmentation des coûts de production, l'inflation, des conditions de travail particulièrement difficiles, la discrimination à l'encontre des femmes, l'utilisation intensive de pesticides, la pollution importante des sols, de l'eau et de l'air ou encore le refus de la liberté d'association**. De plus, des phénomènes de plus en plus dramatiques liés au dérèglement climatique impactent négativement les récoltes, tels que des sécheresses extrêmes, des inondations, des ouragans ou encore des maladies, telles que le Fusarium TR4, un champignon nocif pour les plantes. Détaillants, importateurs, producteurs, exportateurs, associations de consommateurs, gouvernements, syndicats et organisations de la société civile ont aujourd'hui plus que jamais le devoir de se réunir et de trouver des solutions collectives pour soutenir les producteurs et les travailleurs et de préserver la filière de la banane grandement menacée.

## Comment le mouvement Fairtrade soutient-il les producteurs en ces temps de crises ?

Afin de soutenir les producteurs et travailleurs de la filière de la banane, le mouvement Fairtrade déploie des mesures



concrètes telles que le prix minimum garanti, la prime Fairtrade ainsi que le travail intense mené pour la mise en place de prix décents.

Le mouvement Fairtrade soutient également les producteurs via des programmes spécifiques tels que le **projet Banane durable en République dominicaine et au Pérou, qui vise à améliorer la production de bananes, à la rendre plus durable et à améliorer la compétitivité des organisations participantes afin de générer de meilleurs revenus pour 11 coopératives de producteurs de bananes Fairtrade**. En outre, la participation active des femmes et des jeunes dans les coopératives et leurs communautés est fortement encouragée par le biais de sessions de formation et de coaching.

## Au Luxembourg, la banane Fairtrade continue sur sa belle lancée

Le soutien des producteurs et des travailleurs passe également par le choix conscient des consommateurs. Au Luxembourg, malgré l'inflation, les fidèles consommateurs continuent de soutenir la filière de la banane Fairtrade, l'un des produits Fairtrade phares depuis son introduction au Luxembourg en 1999. **1 banane sur 3 consommée au Luxembourg est issue du commerce équitable**. Avec ce choix conscient, les consommateurs contribuent directement à l'amélioration des conditions de vie et de travail des producteurs et des travailleurs issus des pays producteurs de bananes Fairtrade.

## ONLY YOU!

Le programme de sensibilisation ONLY s'adresse aux partenaires luxembourgeois, qui décident d'offrir à leurs clients exclusivement des bananes 100 % certifiées Fairtrade et issues de l'agriculture biologique. Ces partenaires s'engagent pour mettre fin à l'utilisation massive de pesticides et à la violation des droits humains dans la filière de la banane. Cet engagement contribue ainsi à la promotion de conditions équitables pour les producteurs et au respect de l'environnement



En tout au Luxembourg, ce sont **9 acteurs qui ont pris l'engagement de s'associer au programme ONLY** : le groupe Sodexo, Restopolis, Eurest, Dussmann Catering, le groupe Pall Center, Alima, les Auberges de Jeunesse du Luxembourg, l'épicerie Beim Lis et la COQUE.

Partez à la découverte de **6 témoignages d'acteurs luxembourgeois engagés dans cette transition équitable et durable !**



## Témoignage M. Jérémie Daniels

### Responsable Achats Épicerie - Pall Center

« Pall Center soutient Fairtrade Lëtzebuerg et s'engage à faire en sorte que les producteurs de bananes soient rémunérés équitablement et puissent travailler de manière durable.

Nous proposons les bananes Fairtrade et bio dans nos enseignes depuis avril 2016. »



## Témoignage M. Thibault Faucon

### Tech & Services Director and Supply Manager - Sodexo

#### Sodexo : Un partenaire engagé pour le commerce équitable

« Chez Sodexo, nous sommes fiers de notre engagement envers le commerce équitable. Notre partenariat avec l'ONG Fairtrade Lëtzebuerg remonte à 2009, et reflète notre volonté de soutenir les producteurs d'Amérique du Sud. Nous avons choisi Fairtrade pour ses valeurs qui correspondent aux nôtres :

- responsabilité sociale ;
- soutien aux producteurs défavorisés ;
- promotion d'une agriculture durable.

Notre choix de proposer exclusivement des bananes certifiées Fairtrade dans nos restaurants est le fruit d'une prise de conscience. Suite à un voyage d'études au Pérou, j'ai été sensibilisé à l'impact du commerce équitable pour les producteurs sur place. Cette expérience a renforcé notre conviction que nous pouvons faire une différence, c'est pourquoi nous avons intensifié notre appui aux communautés locales en ne proposant que des bananes exclusivement Bio et Fairtrade depuis 2016. Nos clients et collaborateurs ont réagi positivement à cette initiative. L'année dernière, c'est 193 tonnes de bananes Bio et Fairtrade qui ont été vendues sur nos points de vente. Nous avons constaté une augmentation de la demande pour les produits Fairtrade et nous sommes ravis de voir nos convives devenir eux-mêmes des « consomm'acteurs » du développement durable. En choisissant des bananes biologiques et équitables, nous contribuons à un avenir meilleur pour les producteurs et pour notre planète. »



## Témoignage M. Marc Thuau

### Senior Sales Manager - Dussmann

« Si l'on souhaite « donner la banane », alors autant pouvoir sourire avec un produit vertueux !

Si l'on ambitionne, au travers de l'alimentation, d'apporter de la bonne énergie à nos convives, notamment à nos futures générations, autant choisir des fruits source de plaisir sans impacter leur santé.

La banane est le fruit le plus exporté au monde et malheureusement dans les coulisses, ce n'est pas tout sourire... violations des droits humains, utilisation massive de pesticides de synthèse, dont certains sont bannis depuis longtemps en Europe.

Quand on est un employeur reconnu dans le pays, on se doit d'être force de proposition face aux enjeux sociétaux et environnementaux. Dès 2018, Dussmann a choisi de privilégier la filière Fairtrade. Un choix logique et naturel qu'il était important d'officialiser pour valoriser cet engagement et encourager d'autres partenaires luxembourgeois à proposer des bananes 100 % certifiées Fairtrade et biologiques. En 2020, Dussmann a donc intégré les membres actifs du programme ONLY. Depuis, plus de 100 tonnes de bananes ont été distribuées, un engagement qui donne le sourire !



Léo, notre ambassadeur et sa nouvelle campagne

Une stratégie d'achat responsable, et, à défaut d'un critère local, nous avons misé sur l'équitable. Dans un contexte de consommation de fruits insuffisante, nous avons encouragé une démarche de prévention santé, dans laquelle notre ambassadeur de choix a trouvé une mission avec du sens et aussi une nouvelle campagne... dans cette campagne. »



## Témoignage Mme Monique Ludovicy

**Directrice - Restopolis**



### Contribution 100 % bananes Fairtrade

« L'administration de la restauration scolaire et universitaire du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse est un partenaire de longue date de l'asbl Fairtrade Lëtzebuerg. Restopolis s'engage par le biais de son nouveau système d'acquisition dynamique Supply4Future de garantir des prix équitables aux producteurs locaux qui souhaitent vendre leurs produits aux cantines scolaires et universitaires. Il va donc de soi que nous soutenons aussi les producteurs de bananes UE et non-UE en payant des prix équitables afin de leur permettre de vivre dignement.

Un autre atout assez important des fruits est l'agriculture biologique. Soucieux de contribuer de manière active à la protection de la planète et de la santé de nos convives, Restopolis favorise les produits issus de la filière biologique.

Les bananes mises à part, Restopolis travaille aussi du chocolat et du sucre labellisés Fairtrade. Tous nos convives apprécient fortement que nos cantines ne travaillent et vendent que des bananes du programme « ONLY 100 % bananes BIO et Fairtrade. »

## Témoignage M. Karsten Stragies

**Qualité et développement durable - Auberges de jeunesse du Luxembourg**

« Die Jugendherbergen sind seit ihrer Entstehung Orte der Begegnung, in denen Menschen aus aller Welt aufeinandertreffen. Das friedvolle Miteinander und einen gegenseitigen Respekt zu fördern, sind dabei unumgängliche Grundsätze.

Die Zusammenarbeit mit Fairtrade ermöglicht uns, diese Grundsätze ebenfalls auf unser Angebot an Speisen und Getränken auszuweiten und unser Angebot dadurch nachhaltiger und attraktiver zu gestalten. Die mittlerweile sehr bekannte „Fairtrade Banane“ ist zu einer Art Aushängeschild für die potenzielle Einfachheit der Umsetzung geworden.

Etliche Studien haben gezeigt, dass immer mehr Menschen, und insbesondere die jüngeren Generationen, in ihrer Auswahl an Restaurants und Unterkünften auf Aspekte wie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung Wert legen.

Durch die Verwendung von Fairtrade-Produkten können unsere Jugendherbergen einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten und gleichzeitig ihre Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. »



## Témoignage M. David Gresle

**Directeur Commercial & Marketing - Eurest Luxembourg**

« En tant que prestataire de restauration collective servant plus de 16 000 repas quotidiennement, Eurest Luxembourg a une responsabilité majeure envers ses clients, en vue d'offrir des produits en accord avec nos engagements en termes d'éthique et d'intégrité de notre chaîne d'approvisionnement.

Lorsque l'opportunité de proposer des bananes bio Fairtrade s'est présentée, Eurest a saisi cette chance afin d'accentuer nos volumes relatifs à des approvisionnements à fortes valeurs ajoutées sociétales et environnementales. Certes, il a fallu convaincre à la fois en interne et certains de nos clients de la pertinence de cette approche et de son coût légèrement supérieur. Après une période de transition, où, progressivement, nous avons augmenté nos volumes de bananes bio Fairtrade, c'est en 2022 que nous sommes passés sous le programme ONLY.

Aujourd'hui, notre société est fière, tout comme nos chefs et collaborateurs, de notre engagement qui vise à améliorer les conditions de travail et la vie des producteurs, tout en offrant un produit sain et de qualité. Il s'agit également d'une réponse évidente à la demande croissante de nos clients pour des produits responsables. Notre engagement est régulièrement souligné par l'organisation d'animations et de programmes de sensibilisation sur nos différents sites, des plus petits aux plus grands. »



# Back to School!



**AUFRUF:** Liebe Schülerinnen und Schüler, liebe Lehrerinnen und Lehrer, ihr habt Lust in eurer Schule den fairen Handel zu fördern? Dann macht mit und werdet zu einer Fairtrade School!

Mit eurem Engagement und euren Aktionen unterstützt ihr einen nachhaltigen und verantwortungsvollen Konsum, von dem die Produzenten, Produzentinnen, Arbeiter und Arbeiterinnen in Afrika, Asien, Lateinamerika und der Karibik profitieren.

Als Fairtrade School übernehmt ihr Verantwortung und zeigt, dass ihr euch für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen der Produzentinnen und Produzenten und ihrer Familien einsetzt. Um zu erfahren, wie ihr eine Fairtrade School werden könnt und wie wir euch bei diesem fairen und nachhaltigen Prozess unterstützen können, wendet euch bitte an [florence.plet.vincioni@fairtrade.lu](mailto:florence.plet.vincioni@fairtrade.lu). Wir freuen uns auf euch!



## Fairtrade-School-Forum

Am 24. April fand im Forum Geesseknäpchen das diesjährige Fairtrade School-Forum statt, zu dem die 27 Fairtrade-School-Komitees herzlich eingeladen waren. Auf dem Programm stand u.a. ein Icebreaker-Spiel, ein Speed Dating mit den Komitees, eine Zoom-Liveschaltung mit Frau Arriette Kore von Fairtrade Africa, die sich als Gender Coordinator für das Empowerment der Frauen einsetzt, sowie eine

künstlerische Aktion mit Tommy Lloyd aus der Kamellebuttek Urban Contemporary Art Gallery, bei der die Schülerinnen und Schüler auf künstlerische Weise zum Ausdruck bringen konnten, was eine Fairtrade School für sie ist.

Wir bedanken uns ganz herzlich bei allen Komitees, die kommen konnten.



## Témoignage d'Arriette Kore - Gender Coordinator - West Africa Region

« Après avoir échangé avec les élèves des lycées présents au Forum sur les outils que Fairtrade Africa déploie en faveur de la réduction des inégalités liées au genre, j'ai été impressionnée par leur engagement dans la lutte pour l'égalité des sexes, ce qui est un signe d'espoir pour l'avenir. Ils ont montré qu'ils sont non seulement conscients des inégalités persistantes, mais aussi prêts à être des acteurs du changement. Leur intérêt particulier

pour l'école du Leadership des femmes démontre leur ambition d'en apprendre davantage et ce sera toujours un plaisir pour moi de partager les acquis et perspectives de ce projet destiné aux femmes des communautés rurales.

Je les encourage donc à continuer sur cette lancée, pour l'amélioration des conditions de vie des productrices de cacao ».



# Bel échange participatif et hautement engagé lors du 4<sup>e</sup> Forum Fairtrade Gemeng !



Le 4<sup>e</sup> Forum des Fairtrade Gemeng a rassemblé les chargés au commerce équitable des communes, les groupes d'action locaux Fairtrade et les politiques des communes certifiées Fairtrade Gemeng au Luxembourg.

Au programme : échange d'expériences et de bonnes pratiques, dans l'objectif d'un engagement local fort pour un impact global sur la qualité de travail et de vie des producteurs et travailleurs en Afrique, Asie, Amérique latine et aux Caraïbes.

**Un grand merci à toutes les communes présentes au Forum et à toutes ces personnes qui offrent leur énergie et leur temps à disséminer les valeurs du commerce équitable dans toutes les sphères de la vie communale !**

## Témoignage de Raoul Weicker, échevin de la commune de Kopstal

« Le Forum Fairtrade Gemeng a été une expérience inspirante pour la commune de Kopstal. La diversité des actions présentées et les échanges avec les autres participants ont ouvert de nouvelles perspectives précieuses. Nous sommes motivés à mettre en œuvre des actions concrètes de commerce équitable dans notre commune et à sensibiliser davantage au commerce équitable. Un grand MERCI aux organisateurs et aux intervenants pour cet événement enrichissant ».



## Ein faires Rennen zur Unterstützung einer lokalen Kaffeerösterei im Kongo!

Im Rahmen der Fairtrade-Wochen 2024 fand die bereits 6. Ausgabe des Fairtrade Lafs im Lycée Robert Schuman Luxembourg statt. Ziel dieses fairen Rennens ist es Spenden für Projekte, die von 3 NGOs unterstützt werden, darunter auch Fairtrade Lëtzebuerg, zu sammeln. Insgesamt erhielt jede NGO einen Scheck in Höhe von 1 700 Euro von den anwesenden Vertretern des Lycées. Die von der NGO Fairtrade Lëtzebuerg gesammelte Spende wird zur Unterstützung eines lokalen Kaffeerösterprojektes bei der Fairtrade-Kaffeekooperative SOPACDI in der Demokratischen Republik Kongo verwendet. Ziel dieses Projektes ist es sowohl den kongolesischen Kivu-Kaffee mit seiner außergewöhnlichen Qualität bei den Produzenten und bei der lokalen Bevölkerung vertraut zu machen, als auch die Lage der Frauen zu verbessern, da diese

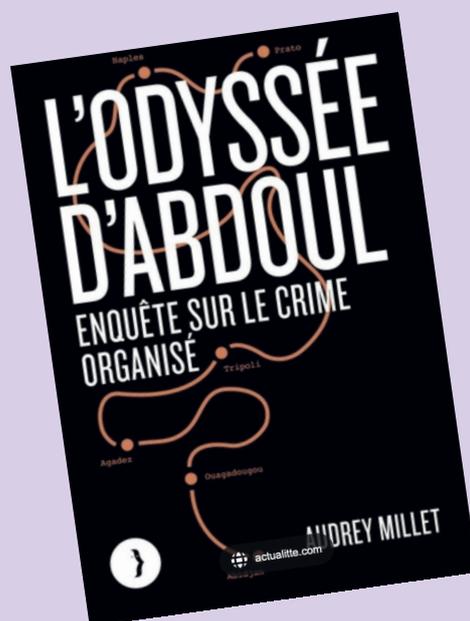
oftmals keinen richtigen Platz in der Kaffeeproduktion haben und von allen Entscheidungs- und Wirtschaftsprozessen ausgeschlossen sind. Vielen Dank an das Lycée Robert Schuman Luxembourg und an das Fairtrade-Komitee der Schule, die zur Finanzierung dieses wichtigen Projektes beigetragen haben.



## L'Odyssée d'Abdou – Enquête sur le crime organisé

Suite à la parution de son livre noir de la mode sur l'industrie textile, Audrey Millet – chercheuse à l'OsloMET et au laboratoire d'anthropologie du travail à l'université de Bologne – revient avec un nouvel essai-enquête glaçant intitulé L'Odyssée d'Abdou – Enquête sur le crime organisé, qui présente les rouages des trafics liés à l'émigration clandestine africaine à partir du témoignage d'Abdou.

**Deux ans d'investigation, 150 témoins, la culpabilité des États :** en juin 2022, Audrey Millet rencontre Abdou, un jeune tailleur ivoirien qui travaille dans l'un des ateliers textiles sur lesquels elle enquête. Il lui raconte son histoire. En cherchant à monter son propre atelier, il a quitté sa ville natale et s'est retrouvé pris dans un réseau d'esclavage moderne. Exploité à Ouagadougou, la capitale du Burkina Faso, puis à Agagez au Niger, il est déporté dans un camp libyen où on affame, tabasse, électrocute, prostitue les femmes, viole les enfants, puis à Tripoli, où on le jette à moitié mort, dans une embarcation en route vers l'Italie. Il finit par arriver à Prato en Toscane, cité textile en proie aux mafias italiennes, nigérianes et chinoises.



À travers son itinéraire, Audrey Millet décortique les réseaux mondiaux de trafic (d'armes, de drogue, d'organes, d'êtres humains et d'exploitation) dans lesquels tant de migrants africains clandestins se retrouvent piégés. Un texte nécessaire et salutaire, documenté et sourcé, qui analyse un système inextricable dont l'ampleur et les enjeux politiques ne peuvent plus être passés sous silence.

L'Odyssée d'Abdou est disponible depuis le 30 août dernier aux Éditions Les Pérégrines.

## Donnez du goût à votre tasse de café avec du sucre Fairtrade !

Fischer Luxembourg offre dorénavant uniquement des dosettes de sucre Fairtrade pour accompagner les cafés servis au sein de ses points de vente luxembourgeois, contribuant ainsi de manière significative aux ventes de sucre Fairtrade au Luxembourg !



## Bienvenue à Chapier dans la famille Fairtrade !

Chapier est une entreprise de référence au Luxembourg dans le mobilier et les fournitures de bureau. Souhaitant apporter toujours plus de services à ses clients, Chapier a diversifié son offre, en ajoutant la partie restauration parmi ses références disponibles en ligne. Après avoir été sensibilisée au commerce équitable, Sandra Schmitt, responsable Achats et Marketing de la société, s'est engagée très concrètement en introduisant 28 références certifiées Fairtrade dans le catalogue dédié à la restauration, telles que

du café, du thé, des boissons froides, du sucre, des biscuits et des bonbons. Cet engagement de Chapier pour le commerce équitable au Luxembourg contribuera à améliorer directement les conditions de vie des producteurs et travailleurs d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine et des Caraïbes et à changer le commerce pour un monde plus juste !



## Der faire Ball rollt wieder!

Pünktlich zum Start der neuen Fußball-Saison gibt es in Luxemburg wieder neue Fairtrade-Bälle zu bestellen. Wenn auch Sie Wert auf Fair-Play legen und unfairen Produktionspraktiken die rote Karte zeigen möchten, wenden Sie sich bitte an Luximpex S.A. Sports & Fashion.

Tel: +352 26 35 53 1 | E-Mail: s.boelinger@luximpex.lu



## Le 1<sup>er</sup> napolitain Fairtrade Gemeng !

Il est nouveau, local et Fairtrade ! Il s'agit du premier napolitain Fairtrade spécialement développé par les Ateliers du Tricentenaire pour les communes engagées pour le commerce équitable au Luxembourg. Clervaux a été la première commune Fairtrade Gemeng à le choisir pour son musée Bataille et Châteaux, où il est offert aux visiteurs à l'accueil. Avec une étiquette personnalisée par la commune pour coller au mieux à leur style de sensibilisation ! Nous, on aime !

