

**1992** : TRANSFAIR-MINKA a.s.b.l. est créée par les pionniers ASTM, Pax Christi et les 3 Boutiques du Monde Ettelbruck, Esch-sur-Alzette et Luxembourg. Le café est le premier produit Fairtrade à être introduit sur le marché luxembourgeois avec une vente de 2 tonnes.

**1993** : Le café TransFair trouve sa place dans le premier supermarché au Luxembourg, Cactus. La torréfaction luxembourgeoise Maison Santos est le premier preneur de licence à se lancer dans la production d'un café Fairtrade. L'engagement de ces deux acteurs fait doubler le chiffre d'affaires du café.

**1994** : Jusqu'à présent, seules des organisations de petits producteurs pouvaient faire parti du système Fairtrade. TransFair élargit ses standards aux produits issus de plantations. Le thé Fairtrade est introduit sur le marché luxembourgeois. C'est le premier produit Fairtrade qui est issu principalement de plantations.

**1995** : Le commerce équitable tente de se faire sa place sur le marché luxembourgeois mais les consommateurs restent encore réticents et ne consomment que occasionnellement des produits Fairtrade. La crédibilité du mouvement et la qualité des produits sont encore mis en doute.

**1996** : Introduction du cacao et de produits chocolatés Fairtrade avec grand succès : dans les 7 premiers mois 5 tonnes de cacao sont vendues.

**1997** : A Bonn, la « Fairtrade Labelling Organisations International (FLO) », maison-mère de TransFair-Minka, qui regroupe toutes les initiatives nationales de labellisation Fairtrade, est créée. Cela aura des conséquences majeures sur l'avancement de la mise en place des standards Fairtrade, le processus de certification et l'internationalisation du mouvement Fairtrade.

**1998** : Les prix internationaux du café sont à leurs niveaux les plus bas et rendent difficiles la recherche de nouveaux partenaires commerciaux.

Au Luxembourg, le sucre et les bonbons Fairtrade sont lancés.

La première étude Ilres concernant les produits issus du commerce équitable est réalisée : le café et le chocolat sont les produits les mieux connus et les plus appréciés (55%, 29%). TransFair-Minka gagne en reconnaissance (25%) mais le label est encore assez méconnu (13%). Seulement 7% des personnes sondées achètent régulièrement des

produits issus du commerce équitable. La raison principale : les produits ne sont pas disponibles aux endroits où ils font leurs courses (41%).

**1999** : Introduction des bananes Fairtrade sur le marché luxembourgeois. Premier produit frais à être lancé, la banane va s'établir en tant que produit phare du commerce équitable au Luxembourg.

TransFair-Minka fête la vente de son millionième paquet de café Fairtrade.

TransFair-Minka publie son premier « TransFair-Info », un bulletin d'information sur le commerce équitable.

**2000** : Des temps durs s'annoncent pour les producteurs au Sud: après les prix du café, ce sont les prix du cacao qui s'effondrent à la bourse. Beaucoup de petits producteurs abandonnent leurs champs et vont peupler dans les bidonvilles des grandes villes. L'Union Européenne introduit une directive qui autorise les fabricants de chocolat à inclure partiellement des graisses végétales, au lieu du beurre de cacao, dans leur préparation. En opposition à cette directive qui met à mal les petits producteurs, TransFair-Minka organise en collaboration avec la Coopération luxembourgeoise la première « quinzaine du chocolat équitable » et remet symboliquement une tablette en chocolat « 100% à base de cacao » aux députés européens.

**2001** : TransFair goes TV : à l'occasion de l'introduction du jus d'orange Fairtrade sur le marché luxembourgeois, le premier spot réalisé par TransFair-Minka est produit et diffusé au Luxembourg.

TransFair-Minka organise des entrevues avec tous les partis politiques sur le thème de « Fairtrade et les soumissions publiques ».

TransFair-Minka gagne le prix des « fédérations professionnelles de la communication » dans la catégorie « meilleure campagne cinéma et TV au Luxembourg » pour sa campagne sur le chocolat équitable, réalisée en 2000 avec le soutien de la Coopération luxembourgeoise.

**2002** : TransFair-Minka fête ses 10 ans d'existence. Le miel Fairtrade est introduit sur le marché luxembourgeois. Une deuxième étude Ilres est réalisée sur les produits Fairtrade. 2/3 de personnes sondées connaissent les produits Fairtrade. Les bananes, le café et le chocolat sont les produits consommés le plus régulièrement (20%, 19%, 15%).

**2003** : L'organisation mère de TransFair-Minka, FLO, gagne le prix international « Roi Badouin pour le développement ».

Le magazine Test achats mène une étude sur l'éthique dans le secteur de la banane : le label Fairtrade a les meilleurs résultats pour ses critères sociaux, environnementaux et la transparence du système.

**2004** : Le ballon de foot, premier produit Fairtrade non comestible, est introduit sur le marché luxembourgeois avec le soutien du footballeur Jeff Strasser.

Changement de logo : dans un souci d'harmonisation, les 19 initiatives nationales Fairtrade se mettent d'accord sur un logo Fairtrade commun – le logo vert-bleu qui est encore utilisé aujourd'hui. TransFair-Minka lance une campagne nationale pour faire connaître le nouveau logo Fairtrade.

Dans le cadre d'un projet de développement avec une coopérative de producteurs Fairtrade, TransFair-Minka organise sa première de producteurs au Pérou, en compagnie de représentants de la presse et de la grande distribution.

**2005** : Le Luxembourg se positionne deuxième rang mondial en ce qui concerne la consommation par personne de produits équitables.

La première « quinzaine du commerce équitable » est organisée au Luxembourg.

**2006** : Introduction du riz Fairtrade avec Léa Linster et d'autres actions concernant le marché du sucre dans le cadre de la présidence européenne du Luxembourg. Les retombés de la crise du café de 2000 -2004 se font fortement sentir dans les pays du Sud. TransFair-Minka lance la campagne « Solidarité Café » en collaboration avec la Coopération luxembourgeoise et organise un forum café en présence du directeur de l'organisation internationale du café ainsi que des producteurs de café du Nicaragua et du Rwanda.

Promotion du label Rugmark, qui représente des tapis fabriqués sans exploitation des enfants

**2007**: « La solidarité ne connaît pas de frontières ». C'est sous ce slogan que les acteurs du commerce équitable de la Grande Région ont décidé de lancer une action commune pour promouvoir les cafés labellisés Fairtrade dans le cadre de l'année culturelle 2007. Introduction du coton avec les ambassadrices du commerce équitable Tessy Scholtes et Sascha Ley.

Le premier « Festival du chocolat équitable » est organisé en décembre.

**2008**: TransFair-Minka souffle ses quinze bougies. Le concept Fairtrade Zone est lancé : les restaurateurs, qui introduisent des produits Fairtrade dans leur gamme et respectent les critères Fairtrade Zone, sont certifiés Fairtrade Zone. Les premières Fairtrade Zones se créent au Luxembourg.

Il n'y a plus que du café Fairtrade Bio dans tous les Cactus Inns. La gamme de produits Fairtrade s'étend aux vins et aux cosmétiques.

**2009**: La crise financière renforce la situation économique désastreuse dans les pays les plus pauvres. Malgré la crise : +24% de progression pour le Fairtrade au Luxembourg.

Dans le programme gouvernemental CSV-LSAP, le commerce équitable est nommé : l'état doit recourir de façon accrue aux produits du commerce équitable dans ses soumissions publiques. Les communes doivent prendre en compte les critères du commerce équitable dans leurs achats.

TransFair-Minka organise le premier « Fairtrade Banannen Dag » au Luxembourg. Avec l'aide des partenaires, 75000 bananes Fairtrade sont vendues et distribuées pendant cette journée au Luxembourg.

TransFair-Minka organise un voyage auprès des producteurs de riz et de thé d'Inde et produit ensuite un petit film documentaire « Gut am Goût, a fair fir d'Bauern an Aarbechter » ainsi qu'une BD « Nuages sur la rizière » en collaboration avec l'artiste Marc Angel-Romera.

En décembre, Adri Van Westerop, membre fondateur de TransFair-Minka et pionnier du commerce équitable au Luxembourg, décède.

En collaboration avec l'agence de voyages Sotour, TransFair-Minka organise le premier voyage alternatif solidaire et culturel « Meet the Makers » au Pérou.

**2010**: TransFair-Minka organise le premier « Fairtrade Kaffi Dag » au Luxembourg. Pendant cette journée, 166678 tasses de café Fairtrade ont été consommées, un triplement du but fixé initialement.

TransFair-Minka présente son nouvel outil de sensibilisation le DVD interactif « Battersëisse Schokela » qui raconte l'histoire d'un enfant esclave dans les plantations de cacao et de son voyage au Luxembourg.

Les roses Fairtrade sont introduites au Luxembourg.

Un nouveau partenaire propose des produits chocolatés Fairtrade : la ChocolaTri produit exclusivement du chocolat Fairtrade dans ses « ateliers protégés ».

La marque « Ben&Jerry's » ne produit plus que des glaces exclusivement Fairtrade et Starbucks utilise du café Fairtrade dans tous ses cafés à base d'espresso.

TransFair-Minka lance le concept Fairtrade School, avec lequel les lycées s'engagent activement pour le commerce équitable. La campagne « Ambassadeurs Fairtrade » est lancée avec le premier ambassadeur Georges Christen.

**2011** : Au niveau international, la révision et la réorganisation des standards Fairtrade ont fait parti des projets phares de 2010-2011. Grâce au « New Standards Framework (NSF) », les standards Fairtrade sont plus compréhensibles et la prise en compte de l'environnement

local des producteurs joue un rôle accru. De plus, depuis octobre 2011, les producteurs Fairtrade ont 50 % des droits de vote au sein du système Fairtrade. C'est le seul système, dans lequel les producteurs ont un vrai pouvoir de décision.

TransFair-Minka organise son premier Fair Breakfast Weekend avec 120 actions, 80 partenaires et 15000 participants.

Le concept « Fairtrade Gemeng » est lancé : Differdange est première Fairtrade Gemeng.

2 nouveaux partenaires sur le marché luxembourgeois : la torréfaction Josy Juckem propose du café Bio Fairtrade et l'association Autisme Luxembourg produit des confitures à base d'ingrédients Fairtrade.

Dans toutes les boulangeries Fischer il n'y a plus que du café Fairtrade.

La campagne Ambassadeurs Fairtrade se poursuit avec Bob Jungels, Léa Linster et Jean Pütz.