

Mesure de l'impact

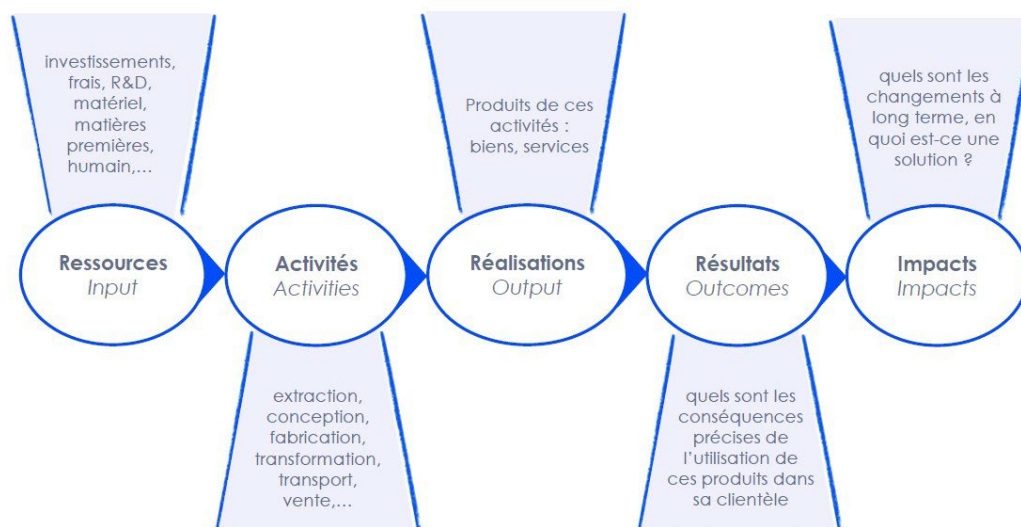


1. Périmètre d'analyse

A ce stade, l'impact de F'in Common est mesuré à travers l'impact global des structures financées. Il est certain que le financement apporté par F'in Common n'est pas la seule ressource permettant les réalisations des structures, cependant les gestionnaires de F'in Common ont travaillé sur l'impact global de celles-ci.

2. Méthode d'analyse







2.1 Analyse de la chaîne de valeur de l'entreprise à travers la théorie du changement





Théorie du changement

Source : inspiré de 360Impact

2.2 Identification des enjeux de développement durable à l'aide des 17 objectifs de développement durable des Nation-Unies

<p>Ressources <i>financières</i></p>	<p>Limitation de l'enrichissement des actionnaires grâce à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un dividende limité - l'impossibilité de plus-value possible sur les parts <p>Système de décision démocratique grâce à la limitation des voix à 5% des parts représentées</p>	
<p>Ressources <i>Matières premières</i></p>	<p>69 agriculteur·rice·s basé·e·s au Guatemala</p> <p>Café récolté selon un cahier des charges sur le plateau où vivent les Chorti (terroir de qualité)</p> <p>Culture des caféiers par des agriculteur·rice·s qui participent à des solutions agro forestières durables.</p> <p>Maintien de la richesse des sols avec l'incorporation de compost et la pratique d'une agriculture raisonnée.</p>	  
<p>Activité</p>	<p>Achat à un prix juste de 265 dollars le sac de café (contre 146 dollars sur le marché du café équitable)</p> <p>Torréfactions avec deux partenaires coopérateur·rice·s en Belgique</p> <p>Commercialisation du café : 33% du chiffre d'affaire provient de la vente aux revendeur·euse·s (BtoC), 57% aux distributeurs (BtoB) et 10% de la vente directe</p>	 

Réalisation	<p>32 tonnes de café par an</p> <p>150 revendeur·euse·s (BtoC)</p> <p>6 distributeurs (BtoB)</p>	
Résultat	<p>La clientèle de café Chorti peut consommer uncafé de qualité, produit dans le respect de l'environnement ET équitable</p>	
Impact	<p>Le prix d'achat du café permet aux producteur·rice·s de manger à leur faim, de faire des petites rénovations pour entretenir leur habitation et leur exploitation, et de donner la possibilité à leurs enfants de faire des études.</p> <p>Cela permet de valoriser leur travail en tant qu'entrepreneur·euse. Le·la paysan·e peut rester sur sa terre toute l'année (et éviter d'être saisonnier·ère pour de grandes exploitations, ce qui revient souvent à partir loin de sa famille pendant plusieurs mois)</p>	