

Oxfam-Magasins du monde se donne comme mission de construire la justice socio-économique en combattant les inégalités et les injustices de manière structurelle et globale. Pour cela, nous proposons une alternative de commerce équitable qui fédère et qui attire, nous dénonçons, nous interpellons, nous mobilisons et nous formons.

#### TABLE DES MATIÈRES







3





OXFAM-MAGASINS DU MONDE - RAPPORT ANNUEL 2016

# **AVANT PROPOS**

En 2016, Oxfam-Magasins du monde a fêté ses 40 ans. Et en 40 ans, beaucoup de choses ont changé. Oxfam-Magasins du monde aujourd'hui, c'est un réseau de 70 magasins en Wallonie et à Bruxelles mais aussi un magasin en ligne, ce sont des dizaines de produits développés chaque année en étroite collaboration avec nos partenaires du Sud et du Nord.

Mais en 40 ans, nous avons également su rester fidèles à nos principes: ceux d'une organisation portée par un mouvement de citoyens qui défend un commerce équitable exigeant et engagé autour du travail décent, de l'agriculture durable, de l'égalité entre femmes et hommes et de la question environnementale.

2016 a également été l'année de l'ouverture : ouverture vers nos partenaires du Sud avec la coconstruction de la campagne «Fairchances» avec Sasha, Tara et Corr-The Jute Works; ouverture vers toutes les formes d'alternatives alimentaires avec la campagne «Cultivons les alternatives»; ouverture vers le monde associatif avec notre implication dans la lutte contre le TTIP et pour un accueil humain des réfugiés; ouverture vers nos collègues d'Oxfam-en-Belgique par les rapprochements respectifs avec Oxfam-Solidarité et Oxfam-Wereldwinkels;

enfin, ouverture vers TOUS nos publics, sympathisants et parties prenantes avec l'initiative Oxfam & Moi qui réunit non seulement les bénévoles et les employés d'Oxfam mais aussi d'autres types d'engagements: organisateurs de petits déjeuners, donateurs, enseignants...

2016, enfin, a été l'année de résultats financiers positifs, qui démontrent une fois encore que le commerce équitable associé à l'éducation permanente, forment une proposition crédible pour transformer le système commercial dominant.

Chaque année est une étape en plus vers un monde plus juste et solidaire, que nous continuerons à construire avec vous dès 2017 et pour les 40 années à venir. Au moins

Bonne lecture.



Join Juin.

PIERRE SANTACATTERINA Directeur Général





# CAMPAGNES: LA PRISE DE CONSCIENCE DES ENJEUX PAR LE PLUS GRAND NOMBRE

Oxfam-Magasins du monde veut être à l'origine d'une plateforme d'alternatives économiques et sociales. La campagne « Fairchances », pour les questions d'inégalités hommes-femmes, et la campagne « Cultivons les alternatives », pour les questions d'alimentation, en sont l'illustration.

## CHANGEONS NOTRE VISION SUR LES INÉGALITÉS HOMMES-FEMMES

En 2016, Oxfam-Magasins du monde a redoublé d'efforts en matière de genre, avec la deuxième partie de la campagne « Fairchances » qui visait à se former et se mettre à l'action en Belgique pour plus d'égalité entre femmes et hommes dans le monde du travail.

De janvier à juin 2016, les équipes de Athus, Bastogne, Jette, Nivelles, Schaerbeek et Virton se sont formées pour mieux comprendre les enjeux que recouvre l'égalité de genre défendue par le 6e principe du Commerce Equitable. De leurs côtés, les équipes de Neufchâteau, Bertrix, Rixensart, Couvin, Tournai et de l'ULB à Bruxelles ont organisé des soirées thématiques pour débattre de la question autour d'un film, d'une conférence ou d'une table ronde.

La journée des partenaires a également été l'occasion de mettre le genre à l'honneur, à travers le témoignage d'Orquidea Chicaiza, représentante de Maquita, sur la condition des femmes équatoriennes et les possibilités d'émancipation par le commerce équitable.

La campagne «Fairchances» a fait l'objet de partenariats inédits, qui lui ont donné une remarquable visibilité en Belgique et à l'international. Elle a été présentée auprès d'un public féminin venant de tous horizons à la Maison des femmes de Schaerbeek lors de la journée internationale des droits des femmes, puis auprès d'un public mixte (même davantage masculin!) la même semaine avec le CEPAG (Centre d'Education Populaire André Génot), à la Maison des Huit Heures à Charleroi. Elle a relevé le défi d'être



portée auprès d'un public en cours d'apprentissage du français, en association avec l'asbl namuroise Alpha 5000. Elle a été relayée en Suisse par l'Association romande des Magasins du Monde, ainsi qu'en Suède, par l'organisation de commerce équitable Återförsäljarna.

Une évaluation menée en fin d'année avec les partenaires Sasha, Tara et Corr-The Jute Works a conduit aux constats, d'une part, que la campagne a permis aux quatre organisations de gagner en visibilité sur le terrain thématique des droits des femmes, avec une véritable légitimité, et d'autre part qu'elle a aidé à renforcer les coopérations existantes et à en construire de nouvelles, aussi bien au Nord qu'au Sud.

Les trois partenaires ont exprimé à l'unanimité leur volonté de renouveler l'expérience : « C'est un modèle de collaboration merveilleux et innovant entre des organisations de commerce équitable qui ne se voient plus seulement liées par le commerce mais aussi par des campagnes significatives au sein d'un mouvement global de commerce équitable qui se voit renforcé » (Sujata, représentante de Sasha).

En attendant, tandis que les trois partenaires vont continuer à mener un travail éducatif auprès d'étudiants universitaires, et des actions de plaidoyer auprès de décideurs politiques locaux et régionaux, Oxfam-Magasins du monde continuera de diffuser la campagne auprès du réseau WFTO. Nous avons également mis en place un processus de renforcement de la politique et des pratiques de genre en interne, avec l'accompagnement de l'asbl Le Monde selon les Femmes.

## CULTIVONS LES ALTERNATIVES UN AUTRE « SUPER » MARCHÉ EST POSSIBLE

La deuxième partie de l'année était consacrée à la campagne « *Cultivons les alternatives* », dont l'objectif est triple. D'abord mener une campagne positive axée sur les initiatives citoyennes qui proposent des alternatives au système agroalimentaire conventionnel. Ensuite, communiquer sur le fait qu'Oxfam-Magasins du monde a un rôle à jouer auprès de ces alternatives citoyennes qui se rassemblent au sein du mouvement de la Transition. Enfin, à travers cette campagne, Oxfam-Magasins du



monde réaffirme son engagement pour la Souveraineté Alimentaire notamment via le soutien à l'agriculture paysanne au Sud et au Nord. Ces trois objectifs se retrouvent formulés au sein du message de campagne: Des solutions citoyennes existent pour sortir de la morosité ambiante et de la dépendance au système agro-industriel. Le commerce équitable d'Oxfam-Magasins du monde fait partie de ces alternatives qui constituent les systèmes alimentaires alternatifs d'aujourd'hui et de demain.

Pour porter cette campagne, trois affiches, un dossier, un dépliant, six capsules vidéo, un site, une expo «cube» et un kit de mobilisation ont été développés. L'ensemble de ces supports d'information et de sensibilisation invitent nos publics à relever des défis. En effet, cultiver des alternatives dans nos écoles, nos groupes locaux, notre entreprise, nos localités... notre quotidien, est un défis que chacun et chacune d'entre nous se doit de relever. Lors des rendezvous des petits déjeuners et la journée de rentrée des JM-Oxfam, Oxfam-Magasins du

monde a proposé à ses publics cibles et ses salariés de relever le défis de mettre en place des alternatives favorisant des systèmes alimentaires plus cohérents et résilients. En partant de ces défis, de ces expérimentations d'une autre approche du système alimentaire, nous voulons montrer que d'autres systèmes sont possibles et dénoncer les défaillances du système agro-industriel prédominant.

Le site de campagne propose de s'inscrire à l'un des nombreux défis proposés à chaque étape du système alimentaire (Ressources – Production – Distribution – Consommation – Gestion des déchets). Chaque personne ou équipe inscrites sur le site est reprise sur la carte des défis qui a pour vocation de montrer que nos bénévoles et nos sympathisants s'inscrivent à titre personnel dans le mouvement de la Transition et dans les alternatives au système alimentaire.

#### www.omdm.be/alternatives

La deuxième partie de campagne qui sera

lancée en février 2017, axera davantage le focus sur les alternatives mises en place par nos partenaires du Sud.

# LES PETITS DÉJEUNERS OXFAM 2016, 25<sup>E</sup> ÉDITION

Le week-end des 8 et 9 octobre, 34.300 personnes se sont donné rendez-vous dans l'un des 200 petits déjeuners. L'occasion de déguster d'excellents aliments équitables, bio, d'ici et d'ailleurs et de découvrir une organisation engagée. Ce rassemblement est un moment fort pour diffuser le message de la campagne du moment: «Un autre super marché est possible!». Les bénévoles organisateurs ont mis en lumière les alternatives qui existent dans le secteur de l'alimentation et invité les participants à relever des défis (voir ci-contre) pour montrer que consommer autrement est possible.

# À Watermael-Boitsfort, les bénévoles avaient triplement raison de se réjouir

Après un petit déjeuner équitable exceptionnel, Watermael-Boitsfort a reçu le titre « Commune du Commerce Equitable ». L'aboutissement d'un beau travail de collaboration entre l'équipe et la commune. C'était également l'anniversaire de l'équipe qui œuvre en faveur du commerce équitable depuis 40 ans déjà!

# Un petit déjeuner au parlement fédéral

Des représentants d'Oxfam-Magasins du monde se sont rendus au Parlement fédéral pour participer à la deuxième édition du petit déjeuner équitable organisée par la Coopération Technique Belge. La Belgique s'est fixé comme objectif de devenir le « Pays du commerce équitable » pour 2020. De nombreux représentants politiques de différents partis étaient présents. Un moment idéal pour rappeler l'importance du commerce équitable à nos mandataires.

#### Belle visibilité dans les médias

Oxfam-Magasins du monde a fait l'objet de nombreux articles dans le courant du mois de septembre et octobre: plus de 90 articles dans la presse écrite, 8 sujets JT, 10 sujets radio.



126 PETITS DÉJEUNERS SONT PORTÉS PAR DES ORGANISATIONS EXTÉRIEURES À OXFAM: DES GROUPES DE CITOYENS, DES ASSOCIATIONS SOCIO-CULTURELLES, DES COMMUNES, ... UN NOMBRE QUI AUGMENTE CHAQUE ANNÉE ET QUI TÉMOIGNE DE L'ATTRAIT DE CE PROJET.

OXEAM-MAGASINS DIJ MONDE - RAPPORT ANNUEL 2016

Pendant deux jours, les journalistes de la RTBF et de RTL ont savouré et découvert des dizaines de produits issus du commerce équitable. Une réelle réussite car cela a favorisé la communication concernant Oxfam dans de nombreuses émissions (La Une, La Deux, BEL RTL, Vivacité, La Première, Radio Contact etc.).

# COMMUNES DU COMMERCE ÉQUITABLE

Depuis la reprise de la coordination de la campagne « Communes du commerce équitable » par Oxfam-Magasins du monde en 2016, beaucoup d'actions et de changements ont été entrepris tant au niveau de l'organisation de la campagne qu'au niveau des initiatives locales; les résultats sont plus que satisfaisants. En effet, des outils promotionnels ont vu le jour, une formation ad hoc a été suivie par près de 250 bénévoles et nous étions présents au salon des mandataires, ainsi que dans l'ensemble des petits déjeuners Oxfam.

Les initiatives locales fusent également dans toute la Wallonie et en région bruxelloise. À titre d'exemple, les bénévoles de Watermael-Boisfort, de Jette, de Saint-Gilles ainsi que d'Ixelles ont fortement contribué à la démarche

«Communes du commerce équitable ». Dans le Hainaut, les communes de Tournai, Mouscron, Ecaussinnes et Enghien se sont également activées autour du commerce équitable. Dans le Brahant wallon, le processus prend de l'ampleur. Les communes sont de plus en plus nombreuses à s'impliquer dans la démarche. Dans la région de Liège, les communes de Wanze et de Dison ont été très actives dans le projet. Dans la province de

Namur, l'équipe de Beauraing a interpellé le bourgmestre lors de l'inauguration du magasin pour encourager la démarche dans la commune. Enfin, en province du Luxembourg, les équipes de Marche-en-Famenne, de Bertrix et d'Arlon s'inves-

tissent beaucoup dans la campagne.

EN 2016, LA CAMPAGNE
« COMMUNES DU COMMERCE
EQUITABLE » A ÉTÉ MENÉE
EN PARTENARIAT AVEC
FAIRTRADE BELGIUM (MAX
HAVELAAR) ET MIEL MAYA
HONING. ELLE CONSISTE À
SENSIBILISER AU COMMERCE
ÉQUITABLE ET À ENCOURAGER
LA CONSOMMATION DE
PRODUITS LOCAUX
PROVENANT D'UNE
AGRICULTURE DURABLE
À L'ÉCHELON LOCAL.

Conséquence de toutes ces démarches: 5 dossiers de candidatures ont été remis et 4 communes ont obtenu le titre en 2016. Une vingtaine de nouveaux groupes de pilotage se sont engagés et beaucoup d'initiatives éclosent. Cette évolution, nous la devons en grande partie aux bénévoles des équipes 0xfam-Magasins du

monde! La dynamisation de la campagne en 2016 a été un vrai succès et la relève est assurée pour 2017.

# UNE INFORMATION ACCESSIBLE À TOUS GRÂCE À DIFFÉRENTS SUPPORTS

Pour Oxfam-Magasins du monde, il est essentiel de bien communiquer avec nos différents publics, et cela tant dans nos magasins que sur notre site internet. Nous veillons à présenter les impacts positifs du commerce équitable et de nos différents projets, en mettant en avant les résultats sur le terrain, chez nous comme dans les pays en voie de développement.

#### DANS LE MAGASIN

Que se cache-t-il derrière ce paquet de riz produit par Green Net en Thailande? Et derrière cette «Chinette», la délicieuse bière blonde brassée près de Rochefort? Ces deux exemples résument parfaitement la manière dont nous voulons sensibiliser en magasin. En partant du produit, on peut découvrir la plus-value du commerce équitable, l'histoire de ces produits: comment ils ont été fabriqués mais surtout les valeurs qu'ils contiennent.

UNE DÉMARCHE DE SENSIBILISATION INDISPENSABLE Chez Oxfam-Magasins du monde, nous



«La plus grosse activité de l'année, ce sont les petits déjeuners. J'adore partager, avec les gens qui y viennent, de bons moments autour du thème de la campagne. En général, les gens sont réceptifs et viennent parfois en discuter et débattre avec moi, c'est enrichissant! J'ai également fait une animation sur le travail décent dans une école et tenu des stands lors de différents évènements (Street Art Festival, Braderie, ...). On y rencontre des personnes qui ont envie de discuter sur le mouvement Oxfam, le commerce équitable... Si j'avais plus de temps et de disponibilités, je m'investirais encore plus parce que j'aime bien informer les gens sur les différents enjeux du monde et dans le cadre d'Oxfam, où on est bien coaché, c'est encore mieux».

Céline THYS, étudiante



pensons que nous avons un rôle à jouer vis-à-vis de nos clients. Nos magasins ne sont pas des magasins comme les autres. La sensibilisation est essentielle si nous voulons montrer en quoi l'alternative du commerce équitable est toujours efficace et importante. En magasin, nous déclinons aussi les campagnes du mouvement: «Fairchances» (voir page 7) et «Cultivons les alternatives» (voir page 9). Les magasins Oxfam sont donc une très bonne porte d'entrée pour comprendre le monde et ses enjeux.

Notre démarche de sensibilisation en magasin est d'autant plus importante lorsqu'il s'agit de montrer comment le commerce équitable s'inscrit dans le mouvement de la transition écologique: il s'agit bien de minimiser l'impact sur l'environnement et de garantir le circuit le plus court possible entre le producteur et le consommateur, que le produit vienne de loin (comme c'est le cas du riz, du cacao, du café mais également de l'artisanat) ou

de tout près (comme la bière de la brasserie de la Lesse, le jus de pomme du Verger mosan ou le sirop de Liège).

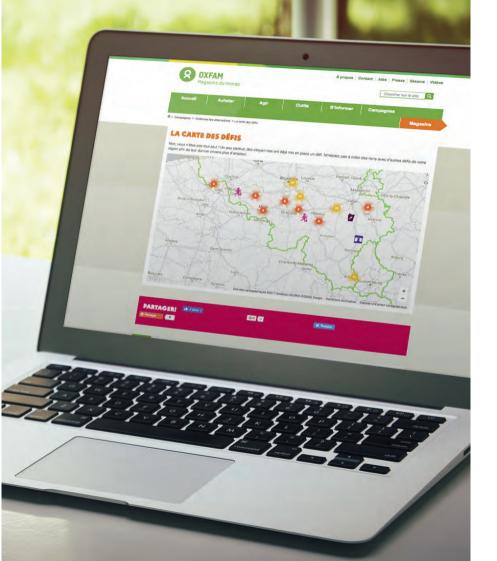
## DES SUPPORTS ADAPTÉS À NOS CLIENTS

Il n'existe pas d'outil miracle qui suffirait à lui seul à faire passer un message. Et le meilleur des outils ne remplacera jamais le discours ou l'enthousiasme porté par un bénévole. C'est pourquoi nous attachons beaucoup d'importance à la manière dont nos bénévoles pourront s'approprier nos différentes thématiques et les transmettre ensuite à leur manière aux clients et sympathisants. Pour les aider, il existe bien entendu des supports imprimés... Mais nos bénévoles sont aussi invités à participer à des formations qui leur donneront les clés pour bien communiquer en magasin.

Onze magasins sont également équipés d'un écran tactile. En scannant un produit, il est par exemple possible de découvrir une vidéo expliquant le projet porté par la coopérative qui a fabriqué ce produit. Ou de trouver des informations sur la manière de laver un plat en bois, sur les propriétés d'une matière comme le tagua (l'ivoire végétal) ou encore quel type de vin choisir pour accompagner votre repas.

#### **SUR INTERNET**

La communication digitale représente un véritable défi pour nous: produire un message cohérent, attrayant, adapté à son public, dans un environnement en constante évolution où les vérités d'un jour ne sont pas celles du lendemain. Ainsi, le site Internet classique, autrefois pilier de la communication digitale, a été remplacé par les réseaux sociaux comme sources principales d'information à notre suiet. D'ailleurs, le nombre de personnes qui visitent notre site à partir d'une référence sur média social a augmenté de 133 % en un an. Nous constatons aussi que de plus en plus d'internautes visitent notre site avec un téléphone mobile (+51 %) et de moins en moins à l'aide d'un ordinateur (-8%). De même, sur les réseaux sociaux,



les pratiques, les habitudes et les outils changent constamment: ainsi, le nombre de personnes à nous suivre sur Instagram a été multiplié par 3 sur la seule année 2016.

Tous ces facteurs nous confortent dans notre ambition de développer une communication digitale multimédia et multimodale cohérente, adaptée aux codes de chaque plateforme et aux habitudes de leurs utilisateurs, et c'est ce qui nous a guidés dans nos différents projets en 2016.

En ce qui concerne les campagnes de sensibilisation (voir page 7), notre plan de communication visait à maintenir l'attention de l'internaute, et à l'amener à s'engager avec nous, tout au long de la campagne, et non seulement à son lancement, via un mix de vidéos, de photos, d'infographies, de témoignages, d'emailings...

Pour les campagnes commerciales, nous avons marqué notre vision du monde différente de celle des acteurs classique. D'abord nous avons fait témoigner nos sympathisants à propos de ce qui, à leurs yeux, rendait le chocolat délicieux, une question de goût ET de valeurs. Ensuite nous avons guidé les clients dans leur choix de cadeaux de fin d'année sans les enfermer dans des clichés de genre: aux traditionnels «pour un homme», «pour une femme», nous avons substitué des catégories innovantes telles que pour un.e gourmand.e, pour un.e fashion addict, pour un.e accro au rangement... (voir page 41)

## LES ACTIVITÉS ORGANISÉES EN DEHORS DES MAGASINS

Tout au long de l'année, les bénévoles et sympathisants ont mené des animations de groupes, organisé des activités, tenu des stands de sensibilisation et participé à des évènements dans un but commun de sensibiliser les citoyens aux enjeux du commerce équitable, du travail décent et de la souveraineté alimentaire. Au total ce sont près de 300 animations, stands et évènements qui ont été menés par nos bénévoles et qui ont touché plus de 15.329 personnes (adultes, primaires, secondaires et de passage).

Les bénévoles sensibilisateurs Oxfam répondent à des sollicitations pour animer différents publics (enfants, ados et adultes). Ils vont par exemple à la rencontre d'écoles, d'associations locales, afin de proposer des collaborations éducatives.

Convaincre un passant en quelques minutes, voire quelques secondes est un exercice plutôt difficile. Il faut trouver la bonne phrase d'accroche et ensuite éveiller sa curiosité. C'est pourquoi nous développons des outils pédagogiques et des fiches d'animation «clé sur porte» qui abordent des thématiques précises: le commerce équitable, présenter Oxfam-Magasins du monde et ses actions, sensibiliser à la souveraineté lors des petits déjeuners, le travail décent, le seconde main. ...

Cette année, trois nouvelles fiches d'animation ont été produites: «Que mangerons-nous demain?» «TarOx, performance sur l'égalité femmes-hommes» et «Le commerce équitable, une histoire de justice!»



### PRODUCTION D'ANALYSES ET D'ÉTUDES

Construire un discours ambitieux, une vision progressiste de la société et du développement, identifier les leviers de changement citoyens et politiques en vue d'une société plus juste, est la base de notre stratégie de changement. Cela se construit notamment à partir d'un travail de recherche et d'information rigoureux concrétisé dans les analyses et études que nous produisons.

Celles-ci nous permettent de développer nos expertises et nos connaissances, en nous assurant crédibilité et légitimité sur le fond. Elles nous permettent également de nous renforcer méthodologiquement et d'ainsi améliorer l'impact de notre travail de terrain de sensibilisation et de mobilisation. Enfin, ces outils peuvent être utilisés pour toucher directement divers publics (citoyens, associations, politiques...) en leur donnant des grilles d'analyses sur des enjeux socio-économiques.

Trente-quatre analyses ont été produites en 2016. Certaines portent sur des enjeux d'actualité, en lien avec nos thématiques (commerce équitable, souveraineté alimentaire, travail décent, genre...). D'autres permettent de renforcer notre travail d'éducation, de prendre du recul par rapport à nos pratiques et de partager nos expériences et outils pédagogiques. Enfin, certaines analyses sont centrées sur le travail d'éducation permanente, la dynamique d'équipe, l'engagement, ainsi que le renforcement et le renouvellement de la base militante.

Nous avons également publié trois études, des productions qui demandent un important travail d'investigation, de recherche et de réflexion, et servent à nourrir notre travail et nos projets.

La première, pour alimenter notre prochaine campagne, explore les droits des travailleurs indiens du textile en analysant quatre organisations équitables. La seconde, « Améliorer la mission de sensibilisation pour entrer dans le Mouvement de la Transition », a pour objectif d'apporter des pistes pour mettre en œuvre notre plan stratégique, dont une des orientations concerne notre participation au mouvement de la transition.

Enfin, une troisième étude analyse les pratiques d'apprentissage des bénévoles chez Oxfam-Magasins du monde. En les confrontant à celles d'autres organisations, elle vise à développer des actions pour permettre aux bénévoles de prendre conscience de leur apprentissage et de renforcer leur autonomie.

Ces analyses et études sont accessibles sur le site d'Oxfam-Magasins du monde.

17

# DES INTERVENTIONS ET DES RENCONTRES SUR LE TERRAIN

Que ce soit dans le cadre de nos campagnes «Fairchances» et «Cultivons les alternatives», ou plus largement sur les thématiques du commerce équitable et inéquitable, de la souveraineté alimentaire et du travail décent, nous avons été à nouveau présents en 2016, parfois réunis en plateforme avec d'autres associations, pour défendre nos idées, nos valeurs et nos alternatives.

## ACTIONS MÉDIATIQUES ET PRISES DE POSITION

En 2016, nous avons à nouveau renforcé notre présence dans les médias, principalement autour des inégalités hommesfemmes (*Fairchances*) et les alternatives alimentaires (Un autre « super » marché est possible). 2016 a également été marqué par les 40 ans d'Oxfam-Magasins du monde que nous avons fêtés en

septembre. L'occasion était belle de rappeler au grand public les valeurs que nous défendons et les partenaires avec lesquels nous travaillons qu'ils soient artisans dans le Sud ou petits producteurs dans le Nord. Sans oublier les petits déjeuners et la semaine du commerce équitable qui permettent chaque année de mettre le spotlight sur le commerce équitable.

Pour la campagne « Fairchances », la présence de notre partenaire équatorien Maquita, à travers sa représentante, Orquidea Chicaiza, nous a permis de mettre le focus sur l'empowerment des femmes équatoriennes à travers le commerce équitable. Elle a rencontré un journaliste de l'Avenir pour un article de deux pages en mai 2016 dans le journal le plus lu en Belgique francophone.

En février, la journée Oxfamnesty abordait les médias. Cette journée qui réunit plusieurs centaines de jeunes et de professeurs a été relayée par plusieurs médias notamment l'Avenir, La Meuse, la RTBF radio, VivaCité, Radio Contact et Funradio.

En avril, nous avons collaboré avec plusieurs ONG autour de la problématique des réfugiés, pour casser les préjugés sur les migrants. Pour ce faire, nous avons distribué gratuitement dans les gares 100.000 exemplaires d'un journal, le «Bienvenu» conçu pour dénoncer les dérives de la presse populaire. Cette action « coup de poing » a été fortement relayée par les médias (télé, radio, presse écrite).

En septembre, nous avons organisé une grande fête pour célébrer nos 40 ans d'existence. La responsable communication a donc profitée de cet anniversaire pour organiser des interviews avec différents médias. Une équipe télé de la RTBF a visité notre entrepôt et interviewé le directeur général ainsi que la responsable développement de produits. Le sujet a été diffusé trois fois (JT 18h, JT 13h et 19h). Par ailleurs, le directeur général a été invité sur le plateau du JT de 13h de TVCOM, la télé locale du Brahant wallon. Et nous avons obtenu plusieurs interviews dans la presse écrite (l'Avenir, Sudpresse, Le Soir) ainsi qu'en radio (RTBF, Radiocontact, Vivacité, BEL RTL).

Nous avons également participé à la grande manifestation contre les Traités Transatlantiques (TTIP et CETA) le 20 septembre à Bruxelles. Une soixantaine de travailleurs et bénévoles d'Oxfam-Magasins du monde et Oxfam-en-action se sont joints à la quinzaine de milliers de manifestants. Cette grande mobilisation aura contribué à l'enlisement des négociations du TTIP. Pour en savoir plus, nos actions publiques et positionnements sont publiés sur notre site internet (ex. www.omdm.be/position-ttip).

En octobre, la semaine du commerce équitable et les petits déjeuners Oxfam ont également rencontré un vif succès. En 2016, nous avons initié une nouvelle formule dans les rédactions de la RTBF et de RTL à Bruxelles. Nous avons organisé une grande dégustation pour les journalistes afin qu'ils aient l'occasion de goûter à tous nos produits et de découvrir la collection artisanat hiver. A cette occasion, le directeur général était l'invité de la matinale de Bel-RTL. Les journalistes ont mis en avant les produits du commerce équitable et

l'action d'Oxfam-Magasins du monde pour les petits producteurs du Sud et du Nord. Sans oublier, la multitude de télés locales et de journaux (édition régionale et nationale) qui ont couvert les 250 petits déjeuners Oxfam organisés un peu partout en Belgique francophone.

Toutes ces actions ont incontestablement permis d'attirer l'attention du public et des médias locaux sur la problématique portée par nos campagnes et activités.

#### **VOYAGE DE PRESSE**

En novembre 2016, le service communication d'Oxfam-Magasins du monde a organisé un voyage de presse dans le Nord-est de la Thaïlande. Objectif? Sensibiliser le grand public au commerce équitable à travers notre campagne «Un autre "super" marché est possible!», promouvoir le travail d'Oxfam et de ses partenaires, ainsi que les produits que nous vendons en magasin grâce à nos milliers de bénévoles. La responsable communication, un photographe et le responsable thématique alimentaire



d'Oxfam-Magasins du monde ont accompagné trois journalistes dans le Nord-est de la Thailande afin de faire découvrir le travail de notre partenaire Green Net.

Pendant une semaine, les journalistes de deux quotidiens francophones (l'Avenir et La Libre Belgique) et d'un magazine (Imagine-Demain le monde) ont parcouru le Nord-est de la Thailande à la rencontre d'hommes et de femmes qui ont fait le choix de cultiver autrement, d'abandonner les pesticides et de travailler la terre et leurs produits sans aucun engrais chimiques afin d'offrir des produits bio et équitables aux consommateurs, qu'ils vivent à Bangkok ou à Court-Saint-Etienne.

Ce voyage a été l'occasion pour les journalistes de récolter les témoignages de petits producteurs, ainsi que de travailleurs de nos organisations partenaires qui œuvrent sur le terrain. Ils ont également pu visiter des ateliers de production, des marchés bio, des rizières, des moulins à riz, etc.

Le voyage de presse a débouché sur la parution de deux articles de deux pages dans le journal La Libre Belgique, ainsi que trois articles de deux pages dans le journal L'Avenir, une demi-page dans le Journal des Enfants et un dossier de quatre pages dans le magazine Imagine-Demain le monde.

#### **OXFAM-EN-ACTION**

En 2016, le réseau Oxfam-en-Action qui rassemble des jeunes de 18 à 25 ans sur les campus de Bruxelles et de Wallonie a été très actif. Au niveau local, les équipes ont organisé de nombreuses actions (petits déieuners, semaine «zéro déchet», carte des alternatives locales, potagers collectifs, ciné-débats, etcl. Au niveau national, les participants ont pu vivre des moments de formations (notamment lors du WF annuel), avec des sujets comme la justice fiscale, la mise en pratique d'alternatives concrètes avec plusieurs foires aux savoir-faire, etc.) et participer à des actions. Ils se sont ainsi rassemblés pour la manifestation contre le TTIP, ont organisé des actions pour plus de justice fiscale et attirer



l'attention de notre ministre Jan Van Overtveldt. Ils ont soutenu, lors de son procès en appel, Antoine Deltour, le lanceur d'alerte de l'affaire Luxleaks. Ils ont aussi été présents notamment au festival Esperanzah avec les traditionnels petits déieuners. Le nombre global de bénévoles actifs reste stable. Le nombre d'équipes a un peu baissé avec un total de 5 (Bruxelles-ULB, Mons, Ath, Namur, Louvain-La-Neuve). Cependant, les équipes se sont renforcées et le nombre de personnes actives a augmenté.

OXFAM-MAGASINS DU MONDE - RAPPORT ANNUEL 2016



# NOTRE COLLABORATION AVEC LE MONDE SCOLAIRE

L'éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire (ECMS) est la pierre angulaire de notre travail avec les jeunes, dans l'objectif de les aider à développer leur esprit critique et de leur donner l'envie d'agir en tant que citoyens et consommateurs responsables. C'est ce qui a guidé, en 2016, nos interventions dans les Hautes Écoles pédagogiques et notre travail avec les JM-0xfam dans les écoles secondaires.

## INTERVENTIONS PÉDAGOGIQUES DANS LES HAUTES ÉCOLES

En 2016, Oxfam-Magasins du monde s'est rendu dans plusieurs hautes écoles pédagogiques, à Bruxelles et en Wallonie, afin d'animer un module pour les futurs enseignants. Ce module de deux heures, dispensé gratuitement, permet aux étudiants de se rendre compte de l'importance de faire de l'ECMS au sein de leures futures classes.

Durant ce module, les participants découvrent une introduction ludique et quelques apports théoriques (entre autres, ce qui est prévu par le décret mission) afin de pouvoir étayer leurs propos lors de la seconde partie de l'animation. Ensuite, place au débat. Celui-ci prend la plus grande partie de l'animation, car notre souhait est vraiment que les jeunes puissent échanger entre eux et avec nous, et puissent également donner leur avis.

«Tous les enseignants doivent faire de l'ECMS», «La citoyenneté mondiale se vit sur le terrain, pas en classe», «Former à la citoyenneté mondiale, c'est parler du Sud dans ses cours», telles sont des exemples des questions débattues. Il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses, l'idée est que chacun s'interroge sur les pratiques qu'il souhaite mettre en place dans sa future classe. Les débats sont souvent mouvementés mais toujours très riches et intéressants

#### APPRENDRE ENSEMBLE

En guise de conclusion, les étudiants doivent classer des interventions sur deux axes selon que, selon eux, elles appartiennent ou non à des activités d'ECMS et qu'elles favorisent ou non une implication claire de la part des élèves.

Les retours sur cette formation sont très bons, les participants ressortent en ayant un bagage pour leur vie future. À elles et eux maintenant de voir ce qu'ils en feront! Notre souhait pour l'avenir serait de continuer à sensibiliser ces jeunes mais nous aimerions également pouvoir accéder aux universités, pour former les étudiants qui passent une agrégation.

### LES JEUNES MAGASINS OXFAM (JM-OXFAM)

En 2016, 128 équipes d'enseignants et d'élèves se sont engagées dans ce processus d'apprentissage de la citoyenneté et de la démocratie, en s'appropriant les thématiques liées aux relations Nord-Sud et à la consommation responsable. Grâce à des activités de sensibilisation dans leur école

et à la vente de produits issus du commerce équitable, en passant par de grandes journées de rencontre entre jeunes, les élèves acquièrent de nombreuses compétences, dont probablement les plus importantes: celles d'être capable de se questionner, de se positionner et de défendre des valeurs pour devenir un citoyen du monde.

En 2016, six nouvelles équipes se sont constituées: au Centre Scolaire Saint-Adrien de Val Duchesse (Auderghem), à l'École des Frères (Tournai), à l'Athénée Royal Gatti de Gamond (Bruxelles-ville), au Lycée Saint-Jacques (Liège), à l'Institut secondaire Saint-Luc (Liège) et à l'Athénée Charles Janssens (Ixelles).

Après la campagne «Changeons notre école, pas le climat» en 2015-2016, c'est la campagne «Cultivons les alternatives» qui a mobilisé nos JM durant la seconde partie de l'année 2016. Centrée sur les alternatives alimentaires, cette campagne a permis le lancement de nombreuses actions dans les

établissements secondaires accueillant un JM. À l'aide d'un dossier thématique et de nombreuses fiches-actions, les élèves sont partis à la découverte des initiatives qui fourmillent en matière de production alimentaire.

#### Les Oxflashs

Cette année, 10 écoles ont organisé un Oxflash, c'est-à-dire une demi-journée de sensibilisation à destination des élèves de l'école. C'est une occasion pour le JM-Oxfam de se former et de se mettre en action dans son école en proposant toute une série d'activités.

Avec la compagnie Ebullition, deux séances de théâtre-forum sur le thème de la consommation responsable ont été proposées dans chaque école participante. Ces représentations mêlent des saynètes de théâtre et des moments de débats/discussions lors desquels le public est invité à monter sur scène pour changer la situation vécue par un personnage. Les thèmes abordés sont les habitudes de

consommation, la filière «seconde main» et le commerce équitable.

## Journée Oxfamnesty 2016

Le 24 février 2016, 238 élèves et professeurs issus des équipes JM-Oxfam et Antennes-Amnesty de 26 écoles de Wallonie et de Bruxelles, se sont retrouvés à Namur à l'occasion de la 14e journée Oxfamnesty. Cette année, c'est le thème des médias qui avait été choisi. Pour ce faire, nous avons eu le plaisir de collaborer avec l'ASBL « Action Ciné Médias Jeunes » pour préparer l'événement. Au travers de nombreuses activités, ateliers et pièce de théâtre, les jeunes ont eu l'occasion de découvrir le fonctionnement des médias et d'être davantage critiques par rapport à ceux-ci

#### Journée de rentrée des JM 2016

Le thème de la journée de rentrée des JM portait sur les « alternatives alimentaires ». Le 5 octobre 2016, plus de 500 jeunes de 14 à 18 ans, membres des JM-Oxfam dans leur école, se sont rassemblés à Wépion.



OXEAM-MAGASINS DU MONDE - RAPPORT ANNUEL 2016

#### APPRENDRE ENSEMBLE

L'objectif de la journée était de mobiliser et d'outiller les équipes JM pour qu'elles se mettent en action autour du thème des alternatives alimentaires et de la consommation responsable. Cette édition aura connu deux moments très originaux : un escape game autour de la campagne et un concert de Pang, groupe de rap certifié bio!

## Objectif équitable

Le 13 mai, une dizaine d'écoles ont participé au défi Objectif Equitable organisé en collaboration avec Oxfam-Wereldwinkels et Miel Maya Honing. À cette occasion, les écoles étaient invitées à réaliser des activités pour promouvoir l'alternative du commerce équitable, avec à la clé un bon d'achat dans un Magasin du monde-Oxfam et un Fairtrade@School Award à mettre dans leur école. Cet événement permet à des jeunes qui ne font pas partie des JM de découvrir et parfois aussi de s'engager dans le mouvement.

# Les JM en action toute l'année

Mais surtout, les JM-Oxfam ont organisé en

2016 pas loin de 60 actions locales qui ont touché environ 15 000 élèves. Le dossier pédagogique «Cultivons les alternatives» proposait des actions à réaliser autour des alternatives alimentaires et a permis à de nombreuses écoles de se mettre en action.

#### Le comité Inter JM

Le comité Inter-JM rassemble des jeunes qui veulent aller plus loin avec les JM-0xfam. Le groupe, qui compte une guarantaine de jeunes venant d'une vingtaine d'équipes JM-Oxfam, se réunit généralement une fois par mois. En 2016, le comité a participé à diverses activités comme le week-end de formation inter-JM, une balade des alternatives à Liège, une visite du Parlement européen, une réflexion sur l'importance des débats politiques, la visite de l'ASBL La Ressourcerie namuroise, une rencontre avec des partenaires du commerce équitable, etc. De manière plus globale, le comité prend part aux grandes activités comme la journée Oxfamnesty, la journée de rentrée des JM et les petits déjeuners Oxfam au festival Esperanzah.



# LES FORMATIONS ORGANISÉES POUR LE MOUVEMENT

Chaque année, nous organisons une cinquantaine de formations pour les bénévoles sur des matières très diverses: projets des partenaires, connaissance de l'organisation, accueil d'un client en magasin, vie d'équipe, etc. Ces formations ont comme but commun de permettre aux bénévoles de mieux comprendre les enjeux d'Oxfam, de pouvoir les partager mais aussi de se sentir plus à l'aise dans leurs missions et dans l'organisation.

Chaque année, nous proposons aux bénévoles adultes un programme de formations de base ou d'approfondissement, générales ou spécifiques aux missions de chacun. Ces formations abordent divers aspects de la vie d'équipe et des bénévoles: les pratiques en magasins, la connaissance des partenaires, les enjeux liés au commerce équitable, etc.

La formation « Présenter et vendre les produits », par exemple, permet deux fois par an de recevoir des informations sur les produits et les nouvelles collections mais également de découvrir le travail des partenaires, les procédés de fabrication ou l'impact social de leur action.

Au-delà des savoir-faire très pratiques, les bénévoles apprécient développer des savoirs autour des grands enjeux d'Oxfam, leur permettant une meilleure compréhension du monde dans lequel nous évoluons et leur offrant des leviers d'action pour la sensibilisation. Les formations enjeux-actions «Agir pour l'égalité des genres», «Agir pour la souveraineté alimentaire», «Agir pour le travail décent» permettent par exemple d'approfondir les enjeux du commerce équitable et de se mettre en action.

À côté des formations de base, générales et planifiées dans un agenda annuel, toute une série de formations sur mesure sont disponibles, aussi bien sur les

#### APPRENDRE ENSEMBLE



techniques de vente ou de sensibilisation, que pour approfondir ses connaissances sur une thématique spécifique ou pour répondre aux besoins particuliers d'une équipe. Ces formations sur mesure représentent la moitié des formations de l'année.

Une recherche-action autour de l'apprentissage a été entamée en 2014; une première phase a été terminée en 2016,

EN 2016, 48 SESSIONS ONT

ACCUEILLI PLUS DE 1000

PARTICIPANTS POUR 225

HEURES DE FORMATION

avec la rédaction d'une étude. Au-delà des chiffres de participation, la formation est en effet un des lieux privilégiés de l'apprentissage pour les bénévoles. Les

dispositifs pédagogiques répondent d'une stratégie éducative élaborée dans le cadre de l'éducation permanente. Les échanges et la construction collective des savoirs entre bénévoles et avec les permanents sont au centre de notre démarche de formation. Il est essentiel que chacun reparte de la formation plus confiant et plus autonome pour agir sur le terrain, en magasin ou ailleurs.

L'étude rédigée en 2016 porte sur les « Pratiques d'apprentissage des bénévoles Oxfam-Magasins du monde. De la conscientisation à l'autonomie? » et relate la première partie du chantier autour de l'apprentissage. Ce travail nous donne une bonne vision des

pratiques d'apprentissage des bénévoles; la collaboration avec d'autres organisations d'éducation permanente nous a permis de mettre ces pratiques en perspective.

Il nous reste maintenant à continuer ou à développer des actions pour permettre une plus grande conscientisation par les bénévoles de leur apprentissage, pour leur permettre une vraie autonomie.
Plusieurs pistes théoriques ou pratiques ont été relevées.

#### APPRENDRE ENSEMBLE



OXFAM-MAGASINS DU MONDE - RAPPORT ANNUEL 2016



# LA COLLABORATION AVEC NOS PARTENAIRES

Nos partenaires sont des organisations de commerce équitable qui rassemblent des producteurs d'artisanat et d'épicerie. Fédérations de producteurs, coopératives, entreprises sociales, ateliers d'insertion... Leurs structures varient, mais ils ont pour point commun la mise en place d'alternatives au modèle socio-économique dominant, pour plus d'équité et de justice dans le commerce mondial. Ils contribuent ainsi au développement social, économique, culturel et environnemental de leurs communautés et ciblent principalement les populations les plus marginalisées.

#### LA COMMISSION PARTENAIRES

Cette instance est composée de bénévoles, au nombre de 14 en 2016. Elle détermine le choix et les critères de sélection des organisations partenaires, en collaboration avec le service Partenariat qui l'informe sur tous les sujets relatifs à ses missions. La Commission a notamment pour rôle de suivre les évaluations des partenaires existants et de prendre les décisions relatives à l'acceptation de nouveaux

partenaires et à l'arrêt de partenariats. Elle joue également un rôle consultatif et de transmission vers le reste du Mouvement. Elle rend compte de ses activités au Conseil d'Administration via son Président qui est administrateur.

# COMMENT CHOISIT-ON LES PARTENAIRES?

En 2016, Oxfam-Magasins du monde a travaillé avec 29 organisations de producteurs d'artisanat du Sud. Pour l'alimentaire, nous collaborons avec 5 fournisseurs du Sud (indirects) et 3 organisations du Nord.

En tant qu'organisation de commerce équitable, nous nous engageons à maintenir des relations de long terme avec nos partenaires fournisseurs dans la mesure du possible.

31

# LES 10 PRINCIPES DU COMMERCE ÉQUITABLE TELS QUE DÉFINIS PAR WFTO, L'ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE ÉQUITABLE

PRINCIPE 1: création d'opportunités pour

producteurs économiquement

désavantagés

PRINCIPE 2: transparence et redevabilité

**PRINCIPE 3**: pratiques commerciales

équitables

PRINCIPE 4: paiement d'un prix juste

PRINCIPE 5: pas de travail d'enfants et de

travail forcé

PRINCIPE 6: engagement à la non-

discrimination, à l'égalité des

genres, et à la liberté

d'association

PRINCIPE 7: assurance de bonnes conditions

de travail

**PRINCIPE 8**: développement des compétences **PRINCIPE 9**: promotion du commerce équitable

PRINCIPE 10: respect de l'environnement

Pour entamer un nouveau partenariat, plusieurs conditions doivent être remplies:

- les produits présentent un intérêt commercial;
- le projet de l'organisation contribue à l'amélioration des conditions de vie des producteurs et de leurs familles et les principes du commerce équitable sont mis en œuvre:
- l'organisation est prête à mener un dialogue ouvert et transparent et à favoriser une relation de collaboration équilibrée;
- la Commission Partenaires doit avoir validé le nouveau partenariat.

Au-delà de la relation commerciale, l'enjeu est de construire ensemble une alternative crédible et une force de changement.

## JOURNÉE DES PARTENAIRES

Notre organisation de commerce équitable repose sur deux bases solides : les partenaires producteurs dans le Sud et les bénévoles engagés ici en Belgique. Depuis quelques année, Oxfam en Belgique organise la journée des partenaires afin de rassembler et de mettre en contact direct les bénévoles, sympathisants et partenaires du Sud d'Oxfam-Solidarité, Oxfam-Wereldwinkels et Oxfam-Magasins du monde.

#### NOS PARTENAIRES

En 2016, cette journée a été organisée à Anvers. Pour l'occasion trois partenaires du Sud ont été invités:

MAQUITA, partenaire d'Oxfam-Magasins du monde en Equateur, travaille avec un vaste réseau de 250.000 producteurs actifs dans la production et commercialisation du cacao, le tourisme alternatif, la promotion de l'artisanat et la gestion d'un fonds de solidarité. Maquita œuvre également à la reconnaissance des droits des populations indigènes, milite pour l'égalité hommes-femmes et mène des campagnes d'alphabétisation et de sensibilisation au développement durable;

ACUA, une ONG salvadorienne qui travaille la gestion de l'eau, l'agriculture écologique, la gestion des risques liés aux changements climatiques et aux catastrophes naturelles;

**COOPASA** une coopérative ivoirienne dont les producteurs cultivent du cacao et du café.



OXEAM-MAGASINS DIJ MONDE - RAPPORT ANNUEL 2016

La qualité du contenu et la diversité des ateliers ont grandement satisfaits les participants. Quelques moments clés: les échanges animés lors du débat autour de l'engagement citoyen, le quizz sur l'égalité des genres, les oreilles curieuses dans la tente de madame Irmax, une voyante pas comme les autres qui interpellait sur l'égalité femmes-hommes, le témoignage d'Annette, bénévole à Marche sur l'organisation d'un petit déjeuner Oxfam dans une prison, le stand printanier d'où rayonnait l'artisanat équitable, les supporters de la justice pour tous dans les tribunes du stade de foot et bien sûr les témoignages interpellant des partenaires invités.

#### LES VISITES

En 2016, hormis le voyage de presse en Thailande (voir page 19), il n'y a pas eu de visites dans le Sud de nos organisations de commerce équitable partenaires. En revanche, nous avons accueilli en Belgique plusieurs de leurs représentants venus du monde entier. Certains ont été invités par Oxfam-Magasins du monde, d'autres nous ont

rendu visite à leur initiative, pour nous rencontrer, nous présenter de nouveaux échantillons ou encore discuter de divers enjeux.

Orquidea Chicaiza de Maquita (Equateur) est venue pour la journée des Partenaires, Elle a rencontré les bénévoles de Louvain-la-Neuve et de Schaerbeek, a participé à une activité organisée en partenariat avec le CEPAG sur la auestion des femmes et de la précarité, et a été interviewée par un iournaliste de l'Avenir. Elle a été impressionnée par le travail réalisé par les

bénévoles: « c'est incroyable comment des centaines de personnes dynamisent tout le processus de vente, et ainsi complètent le travail réalisé par les producteurs des communautés. Salutations à toutes les personnes qui ont fait partie de cette belle et enrichissante expérience autour du commerce équitable».

Les membres du conseil d'administration de

CES MOMENTS DE RENCONTRE
PERMETTENT AUX ÉQUIPES DE
PERMANENTS COMME DE
BÉNÉVOLES D'ÉCHANGER
DIRECTEMENT, DE MIEUX
APPRÉHENDER LES RÉALITÉS
DE TERRAIN DE NOS
PARTENAIRES, LEUR TRAVAIL
ET ENGAGEMENT QUOTIDIENS
COMME LEURS DIFFICULTÉS.

l'Organisation mondiale de commerce équitable (WFT0) sont venus à la fête organisée à l'occasion des 40 ans d'Oxfam-Magasins du monde et sont notamment intervenus dans une conférence sur le futur du commerce équitable. Luis Heller, d'Allpa (Pérou) a ensuite rencontré l'équipe de Watermael-Boitsfort ainsi que le bourgmestre, qui se sont engagés dans le mouvement « Com-

munes du Commerce Equitable ».

Au cours de l'année, nous avons aussi reçu la visite de Frederick Masinde d'Undugu (Kenya), Indro Dasgupta de CRC (Inde) et Anurag Mittal

#### NOS PARTENAIRES



OXFAM-MAGASINS DU MONDE - RAPPORT ANNUEL 2016



# L'ARTISANAT ÉQUITABLE, UN SAVANT MÉLANGE ENTRE TRADITION ET MODERNITÉ

Contrairement au commerce classique, le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect. Il offre de meilleures conditions commerciales et garantit les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés. Le commerce équitable, c'est donc une réponse aux inégalités, un modèle économique alternatif qui tente de remettre l'économie au service de l'humain et de son environnement.

Nos deux collections (printemps-été et automne-hiver) d'artisanat ont fait la part belle aux matières naturelles, aux matériaux recyclés et aux couleurs intenses. Nos partenaires maîtrisent des techniques ancestrales et font preuve à chaque saison de créativité pour nous offrir des produits de qualité répondant aux attentes de nos clients.

Comme nous travaillons avec des coopératives et des groupes d'artisans installés principalement dans des régions rurales, nous ne sommes pas face à de grandes structures de production industrielle. Chez nos partenaires, il y a de la place pour les traditions et aussi une envie profonde de partager ce savoir-faire avec le monde.

Notre équipe de développement de produits intervient pour sélectionner les plus belles pièces proposées par nos partenaires. Elle est le lien entre les artisans et le client final des Magasins du monde-Oxfam. En effet si les articles proposés ont une histoire et une sensibilité, encore faut-il que ces mêmes articles arrivent à séduire le chaland. L'appui de l'équipe est donc primordial, il suffit parfois d'un simple changement de couleur mais parfois les modifications sont plus nombreuses et un travail plus profond s'opère. Cette intervention n'est pas évidente car il faut adapter le produit tout en veillant à garder son identité.

C'est un travail de longue haleine mais le résultat en vaut la peine car c'est chaque année un voyage autour du monde que nous offrons à notre clientelle.

### **QUELQUES PARTENAIRES D'ARTISANAT**

### MAI Vietnamese Handicrafts

Fondée par des travailleuses sociales, Mai Vietnamese Handicrafts fournit du travail à des personnes précaires, principalement des femmes, via la fabrication de divers produits artisanaux: vaisselle, boites, décorations, paniers etc.

Intermédiaire pour le marketing et l'exportation des produits, Mai permet aux artisans de les vendre sur le marché international, et les aide pour le développement de produits, s'occupe de la logistique, du contrôle qualité, du suivi et de la sensibilisation aux principes de commerce équitable. Mai est engagée pour l'amélioration des conditions de vie des artisans: rémunérations tenant compte du coût réel de la vie, prêts sans intérêts, conditions de travail décentes.



### Allpa - Pérou

ALLPA commercialise et exporte les produits de 80 ateliers d'artisans du Pérou. Elle accompagne les producteurs dans le développement de leurs compétences et de leur activité pour leur permettre de vendre à l'international et de valoriser le savoir-faire traditionnel péruvien.

Par sa démarche socialement responsable (nombreux avantages pour les employés et pour les groupes de producteurs) et par sa participation au développement économique (création d'emplois, innovation technologique), elle garantit aux artisans stabilité et sécurité.

Allpa contribue à l'amélioration de la sécurité des ateliers et à la sensibilisation au commerce équitable. Elle met en place un programme de recyclage des déchets et d'utilisation de produits respectueux de l'environnement



### **CATALOGUE**

### Des produits mis en scène dans notre quotidien

En 2016, nous nous sommes lancés un nouveau défi. Celui de créer chaque année, deux catalogues mettant en valeur les savoir-faire traditionnels de nos partenaires. Ces brochures ont été publiées au printemps et à l'automne pour accompagner l'arrivée des collections en magasin. Les magasins sont de très beaux écrins pour nos produits mais nous pensons qu'il est également important de les présenter en situation pour que le client puisse les imaginer dans son quotidien. C'est à présent chose faite!

### ACTION COMMERCIALE DE FIN D'ANNÉE: CETTE ANNÉE, J'OFFRE ÉQUITABLE!

Comment, avec un budget limité, amener le grand public à préférer des cadeaux équitables, tout en soutenant les ventes en magasin? C'est le défi relevé par le département commercial et le service communication pour les fêtes de fin d'année. Une campagne qui mixe vitrines, affichage, communication digitale et un webshop.



#### LE COMMERCE ÉQUITABLE ET DE SOLIDARITÉ

La fin de l'année est notre principal rendez-vous commercial. Si notre clientèle habituelle est au rendez-vous, il n'est pas simple de faire découvrir nos magasins à des personnes qui n'en ont iamais franchi les portes. Nous avons voulu, à travers cette campagne, faire comprendre au grand public que derrière certains de ces magasins décorés du même logo se cachent des objets d'artisanat développés avec soin, des produits de soin naturels, ou encore des produits alimentaires de grande qualité. Beaucoup de consommateurs sont prêts à faire un geste afin de consommer plus intelligemment.

Au coeur de la campagne, il y a le « Oxfam Giftfinder », un guide cadeau. Les catégories de personnes à qui on destine les cadeaux ont été dégenrées: plus de cadeaux pour hommes ou femmes, ou garçons ou filles, mais pour des personnes qui aiment faire la fête, qui aiment recevoir, qui aiment décorer leur intérieur, etc.

L'intérêt de l'Oxfam Giftfinder est au'il offre une véritable valeur ajoutée : Oxfam aide les personnes à faire un choix intelligent. La campagne a également été accompagnée d'affichages abribus pendant deux semaines (80 abribus disséminés à Bruxelles, Namur, Mons, Brahant wallon et Tournail. Un autre média important de cette campagne sont les vitrines des magasins elles-mêmes. 25 d'entre elles ont été recouvertes de magnifiques vitrophanies portant un message très concret: «Cette année j'offre équitable » ainsi qu'un rappel illustré, très didactique, des catégories de produits que l'on peut trouver dans le magasin.

Enfin, la campagne était également en ligne puisque nous avons mis des insertions sur Facebook et Google Adwords. Et la majorité de notre collection artisanat et notre offre alimentaire est aujourd'hui également en vente en ligne via notre webshop.



4.

### LE COMMERCE ÉQUITABLE ET DE SOLIDARITÉ



# NOS PRODUITS ALIMENTAIRES ÉQUITABLES

Nous proposons plus de 200 produits alimentaires qui répondent aux critères exigeants du commerce équitable. Chaque produit est un concentré de valeurs, au prix juste, au préfinancement, au mode de production durable (agriculture paysanne), aux accès aux soins de santé, aux formations, à la liberté syndicale. Derrière chaque produit il y a des hommes, des femmes, un projet, une réelle collaboration entre le Nord et le Sud.

« Nord », la coopérative TERRAS DE SAL qui épice légèrement nos rayons grâce à la fleur de sel d'Algarve. Les gourmands saisonniers l'auront certainement remarqué, 4 nouveautés se sont ajoutées à notre assortiment temporaire. Citons par exemple les œufs de Pâques de

Belvas et leurs délicieux spéculoos

enrobés de chocolat.

Quant aux amateurs de vin, ils n'auront pas manqué l'arrivée des deux nouveautés proposées par Oxfam Fairtrade. Ce sont des vins chiliens de notre partenaire «Sagrada Familia». De son côté Ethiquable nous a gâtés en complétant sa gamme de pâtes avec de délicieuses Pennes semi complètes.

### UNE ANNÉE RICHE EN DÉCOUVERTES GUSTATIVES

Soucieux de toujours pouvoir offrir la gamme la plus proche de la demande des clients, nous avons introduits pas moins de 15 nouvelles références sur les étagères de nos rayons épicerie. Une année 2016 intense puisqu'elle a également vu naître une nouvelle relation commerciale avec un partenaire du





## **QUELQUES PARTENAIRES D'ÉPICERIE**

### Montillo - Paraguay

« Oxfam a investi dans un centre de collecte pour notre canne à sucre. Grâce à cela, nous travaillons plus efficacement et augmentons donc nos revenus » expique Edgar Bachmann.

Montillo est une coopérative de petits producteurs de canne à sucre au Paraguay. Cette organisation a été fondée en 1995. A l'origine, 14 familles de paysans, qui vendaient leur production de canne à sucre à l'usine locale, se sont regroupées pour améliorer leurs conditions de vie. Aujourd'hui plus de 600 familles font partie de la coopérative.



### Manduvira - Arroyos, Paraguay

« Nous avons travaillé ensemble pour construire notre propre raffinerie. Nous ne sommes plus dépendants d'une grande entreprise pour transformer notre matière première » Andres, Manduvira.

Manduvira est une coopérative de 1800 petits producteurs de canne à sucre biologique équitable. Elle a été créée en 1975 par 39 producteurs qui souhaitaient améliorer leurs conditions de vie. En plus de la canne à sucre, les membres cultivent aussi des graines de sésame, des ananas, du melon et de la stévia.



45

# LES VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN

30 équipes de bénévoles sont actives dans les magasins de Bruxelles et Wallonie. Sept magasins sont entièrement consacrés à la seconde main, les autres partagent l'espace de vente avec les produits du commerce équitable. Le magasin de Wavre (seconde main) a été relocalisé avec succès en mai 2016, permettant une hausse substantielle de la fréquentation du magasin et du chiffre d'affaires.

Offrir des vêtements de qualité à petits prix à une population locale est l'un des trois objectifs poursuivis avec la vente de vêtements de seconde main. Les équipes collectent, trient, mettent en valeur ce qui, sans leur intervention, serait rapidement considéré ou traité comme un déchet...
Contribuant de la sorte au second objectif:

favoriser la règle des « 3R »: Réduire sa consommation, Réutiliser et Recycler et lutter contre le gaspillage. Le financement de projets sociaux ou de coopération en Belgique comme dans les pays en voie de développement constitue le troisième objectif.

### Certification SOLID'R

Oxfam-Magasins du monde détient la certification SOLID'R, label éthique qui garantit la plus-value environnementale, sociale et économique des dons qui sont faits aux entreprises d'économie sociale. Ces entreprises s'engagent à respecter un ensemble de critères repris dans une charte et contrôlés par un organisme indépendant: Forum ETHIBEL asbl. La présence d'opérateurs privés, parfois sous un couvert pseudo-humanitaire, est une source de confusion dans le public. Etre labellisé SOLID'R offre la garantie aux donateurs que les biens cédés seront revalorisés dans un objectif éthique et solidaire. Pour connaître l'ensemble des critères: www.res-sources.be

### **NOS MAGASINS**

Nos magasins ont de multiples fonctions. Lieux de rassemblement d'une équipe de bénévoles, ils sont évidemment des espaces de vente de produits du commerce équitable et de solidarité ou de vêtements de seconde main, ainsi qu'une vitrine pour l'ensemble de nos campagnes et thématiques.

### Des magasins actualisés

Un Magasin du monde-Oxfam, ça bouge! En 2016, 11 magasins ont été rafraichis, réaménagés, remis au goût du jour et aux couleurs d'Oxfam et certains ont même déménagés. C'est l'occasion de souder une équipe autour d'un projet d'envergure, qui demande la participation de tous, qu'ils soient employés ou bénévoles.

En 2016, le magasin de Malmedy a déménagé dans un nouvel espace et l'équipe s'est lancée le défi de commencer un dépôt de vêtements femmes seconde main de qualité, en plus de l'espace commerce équitable... ceci avec succès! Les 2 équipes de Rochefort, commerce équitable et vêtements de seconde main, ont uni leurs forces pour déménager ensemble dans un magasin spacieux et accueillant pour les deux activités. L'équipe d'Anderlecht est restée dans le même local mais il a été entièrement rafraichi. Et le premier étage a été transformé en «bookshop» (livres d'occasion), un projet mené conjointement avec Oxfam Solidarité.



47

# PRODUITS ET SERVICES POUR LES PROFESSIONNELS & MARCHÉS PUBLICS

En sus des produits disponibles dans notre assortiment grand public, nous proposons des conditionnements et un service professionnel destiné aux associations, entreprises, administrations, revendeurs belges ou étrangers.

En 2016, deux évènements musicaux nous ont fait confiance, le festival Esperanzah et le festival Cabaret Vert (France). C'est le cas également de nouveaux clients ou partenaires importants tels que: Test-Achat pour ses cadeaux de fin d'année du personnel, Caritas France pour 20.000 petits objets vendus sur l'ensemble du territoire français ou encore nos collègues d'Oxfam Intermon (Espagne) ou Solidar'Monde (France).

Nous sommes de plus en plus actifs dans les secteurs publics qui choisissent d'intégrer des clauses éthiques et sociales dans les cahiers des charges des nombreux appels d'offres publiés chaque année et auxquels nous répondons avec un succès grandissant. Nous avons notamment remporté un marché public très important pour le Service Public de Wallonie d'une durée de 3 ans.

Par ailleurs, nous continuons à développer, produire et conditionner des objets d'artisanat sur mesure en petites, moyennes ou grandes séries sur base des multiples savoir-faire de nos principaux partenaires : textile, faïence, verres, bois et déco, cuir...

### LE COMMERCE ÉQUITABLE ET DE SOLIDARITÉ





### **VISION D'AVENIR**

### FUSION AVEC OXFAM SOLIDARITÉ

En décembre 2015, notre Assemblée générale a décidé d'entrer dans un processus de fusion avec Oxfam-Solidarité. Nos deux organisations souhaitent valoriser nos métiers communs (magasins, seconde main, éducation, bénévolat, campagnes...), se renforcer mutuellement, devenir plus fortes et avoir plus d'impact, ensemble.

En 2016, différents groupes, accompagnés par des consultants, se sont mis en place, ont avancé vers une meilleure connaissance mutuelle et ont travaillé à des propositions concrètes pour permettre la mise en route et la cohérence de l'organisation future.

Mi-octobre, les consultants, après avoir réalisé un diagnostic, ont réuni les comités de pilotage et de supervision pendant deux jours pour négocier un pré-accord. Les discussions ont porté sur le but et l'objet de la future organisation, son nom, ses langues, sa structure juridique, la composition de ses

organes de gouvernance, sa présidence et sa direction générale, les mesures transitoires, les principes selon lesquels les questions liées aux ressources humaines seront abordées ainsi que les mesures de confiance et de transparence pour la période avant la fusion.

Le 10 décembre, les membres des Assemblées générales d'Oxfam-Magasins du monde et d'Oxfam-Solidarité se sont réunis pour discuter du projet de pré-accord balisant la fusion. Les représentants d'Oxfam-Magasins du monde ont relevé différents éléments nécessitant l'attention des négociateurs (le nom de la nouvelle organisation, le processus de fusion, la nécessité de transparence pendant la négociation, la mise en œuvre de l'accord, le processus de renouvellement des membres de l'AG). L'Assemblée générale du 10 décembre a voté le pré-accord, moyennant la prise en compte des balises, à une très large majorité (97%).



### ANS D'OXFAM-MAGASINS DU MONDE

A l'occasion des 40 ans d'0xfam-Magasins du monde, les employés et plusieurs bénévoles ont organisé une grande journée portes ouvertes qui a réuni plus de 700 bénévoles, employés, sympathisants, partenaires et autres curieux. La Centrale de Wayre s'est transformée en Fair Village avec une foire aux « savoir-Fair », un musée, des ateliers cuisine, une braderie et plein d'autres ateliers et activités. Une grande conférence sur le futur du commerce équitable s'est également tenue, suivie d'un apéro équitable et d'un grand quizz. Pour les moins fatigués, une soirée dansante a clôturé en beauté les festivités.



#### VISION D'AVENIR



### **OXFAM ET MOI**

Pour préparer la fusion, différents chantiers qui rassemblent des salariés d'Oxfam-Magasins du monde et d'Oxfam-Solidarité ont été mis en place. Parmi eux, le chantier appelé « Public Engagement » s'est vu confier la mission de proposer une vision des relations que le nouvel Oxfam construira avec le grand public.

Nous avions la conviction qu'il était nécessaire de penser cette vision collectivement pour qu'elle réponde aux besoins de notre future organisation et à ceux de tous nos publics, intègre les spécificités des différents publics, soit acceptée, partagée et appropriée par tous. Nous avons donc décidé d'organiser un événement participatif dont la méthode permettait de rencontrer nos objectifs mais aussi de fédérer tous les participants autour de réflexions en lien avec nos organisations;

- · dégager des pistes concrètes ;
- renforcer le sentiment d'appartenance de tous ainsi qu'une meilleure connaissance des uns et des autres.

La journée a été rythmée par trois thématiques : l'engagement, les activités rémunératrices et les actions d'Oxfam. Nous avons été impressionnés par l'énergie, la motivation et l'enthousiasme des participants, organisateurs et animateurs. Nous avions la conviction qu'elle serait un succès mais nous n'avions pas imaginé un tel emballement.

53

OXFAM-MAGASINS DILIMONDE - RAPPORT ANNUFL 2016















3



LE RÉSULTAT DE L'EXERCICE 2016 SE SOLDE PAR UN BÉNÉFICE DE 19.958 €.

Ce résultat traduit l'évolution favorable de la marge dégagée sur la vente de produits d'artisanat et de produits de solidarité. Il est aussi le fruit de la stabilité des activités subsidiées et de la maîtrise des dépenses courantes.

# LE COMPTE DE RÉSULTAT

### LES PRODUITS

Les revenus d'Oxfam-Magasins du monde proviennent de trois sources :

- Les ventes de produits de commerce équitable;
- Les ventes de vêtements de seconde main;
- · Les subsides de pouvoirs publics.

Nos ventes de produits équitables baissent de 2% en 2016 : s'élevant à 5.447.641 €, elles sont inférieures de 129.085 € par rapport à 2015.
Les ventes de vêtements de seconde main s'élèvent à 810.424 €, soit supérieures de 35.743 € par rapport à 2015.
Les subsides perçus et utilisés en 2016 s'élèvent à 2.803.802 € ( soit 1.365.467 € de la Fédération Wallonie-Bruxelles, 612.672 € de la Direction Générale Coopération au Développement et 825.662 € des subsides à l'emploi).

### LES CHARGES

Oxfam-Magasins du monde achète des produits issus d'un commerce équitable à ses partenaires du Sud : des producteurs du Sud se voient ainsi soutenus dans leurs activités par les revenus qu'elles génèrent.

En 2016, le montant de ces achats par Oxfam-Magasins du monde s'élève à 3.065.906 €, soit inférieur de 290.377 € par rapport à 2015.

Oxfam-Magasins du monde a, par ailleurs, acheté des produits de solidarité pour un montant de 192.140 €, soit 100.855 € de plus par rapport à 2015.

D'une manière générale, nos dépenses courantes, en 2016, sont stables par rapport à 2015.

### **LE BILAN**

Le bénéfice généré en 2016 accroit d'autant le niveau de nos fonds propres.

Le remboursement de nos emprunts s'effectue au rythme planifié. A l'issue de l'exercice 2016, Oxfam-Magasins du monde se finance à hauteur de 65% au moyen de sa dette (pour 70% en 2015).

Le niveau de trésorerie à fin 2016 est supérieur à celui observé à fin 2015 : la trésorerie dégagée par nos opérations courantes de l'année a permis de couvrir les besoins de trésorerie liés à nos investissements et aux remboursements des emprunts.

		2016	2015
ACTIFS IMMOBILISES	20/28	1 613 244	1 741 229
I. FRAIS D'ÉTABLISSEMENT	20		
II. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	21	57 000	60 644
III. IMMOBILISATIONS CORPORELLES	22/27	1 369 157	1 504 044
A. Terrains et contructions	22	1 303 029	1 403 899
Appartenant à l'association en plein propriété Autres		1 303 029	1 403 899
B. Installations, machines et outillage	23	5 369	6 361
Appartenant à l'association en plein propriété		5 369	6 361
Autres			
C. Mobilier et matériel roulant	24	60 760	93 784
Appartenant à l'association en plein propriété		60 760	93 784
Autres			
D. Location-financement et droits similaires	25		
E. Autres immobilisations corporelles	26		
Appartenant à l'association en plein propriété			
Autres	27		
F. Immobilisations en cours et acomptes versés  IV. IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES	28	187 087	176 541
A. Entreprises liées	280/1	187 087	170 371
1. Participations	280		
2. Créances	281		
B. Autres entreprises avec lesquelles il existe un lien de participation	282/3		
1. Participations	282		
2. Créances	283		
C. Autres immobilisations financières	284/8	187 087	176 541
1. Actions et parts	284	16 125	15 875
2. Créances et cautionnements en numéraire	285/8	170 962	160 666

		2016	2015
ACTIFS CIRCULANTS	29/58	2 789 970	2 909 461
V. CRÉANCES À PLUS D'UN AN	29		
A. Créances commerciales	290		
B. Autres créances	291		
dont créances non productives d'intérêts ou assorties d'un intérêt anormalement faible			
VI. STOCKS ET COMMANDES EN COURS D' EXÉCUTION	3	1 172 003	1 127 765
A. Stocks	30/36	1 172 003	1 127 765
B. Commandes en cours d'exécution	37		
VII. CRÉANCES À UN AN AU PLUS	40/41	438 601	761 476
A. Créances commerciales	40	298 614	648 890
B. Autres créances	41	139 987	112 586
VIII. PLACEMENTS DE TRÉSORERIE	50/53		
IX. VALEURS DISPONIBLES	54/58	1 038 550	952 711
X. COMPTES DE RÉGULARISATION	490/1	140 815	67 508
TOTAL DE L'ACTIF	20/58	4 403 214	4 650 690

		2016	2015
FONDS SOCIAL	10/15	1 187 914	1 167 956
I. FONDS DE L'ASSOCIATION	10	254 304	254 304
A. Patrimoine de départ	100	254 304	254 304
B. Moyens permanents	101		
III. PLUS-VALUES DE RÉÉVALUATION	12		
IV. FONDS AFFECTÉS	13		
V. RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) REPORTÉ (+) / (-)	140	933 610	913 652
	141		
VI. SUBSIDES EN CAPITAL	15		
PROVISIONS	16	341 799	242 410
VII. A. PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	160/5	341 799	242 410
1. Pensions et obligations similaires	160	58 978	64 726
2. Charges fiscales	161		
3. Grosses réparations et gros entretien	162	171 905	147 015
4. Autres risques et charges (ann. IX)	163/5	110 917	30 669
5. Provisions pour subsides et legs à rembourser et pour dons avec droit de reprise	168		
DETTES	17/49	2 873 500	3 240 324
VIII. DETTES À PLUS D'UN AN	17	561 379	728 109
A. Dettes financières	170/4	382 895	549 626
1. Etablissements de crédit, dettes de location-financement et assimilées	172/3	382 895	549 626
2. Autres emprunts  B. Dettes commerciales	174/0 175		
C. Acomptes reçus sur commandes	176		
D. Autres dettes	178/9	178 483	178 483
b. Nation dotton	170/0	2016	2016
		2010	2010

		2016	2015
IX. DETTES À UN AN AU PLUS	42/48	2 292 755	2 433 579
A. Dettes à plus d'un an échéant dans l'année	42	173 899	558 216
B. Dettes financières	43	745 649	672 740
1. Etablissements de crédit	430/8	745 649	672 740
2. Autres emprunts	439		
C. Dettes commerciales	44	670 686	602 060
1. Fournisseurs	440/4	670 686	602 060
2. Effets à payer	441		
D. Acomptes reçus sur commandes	46	67 292	53 464
E. Dettes fiscales, salariales et sociales	45	634 292	546 337
1. Impôts	450/3	150 388	98 936
2. Rémunérations et charges sociales	454/9	483 903	447 401
F. Autres dettes	47/48	938	762
,			
X. COMPTES DE RÉGULARISATION	492/3	13 367	78 636
TOTAL DU PASSIF	10/49	4 403 214	4 650 690

		2016	2015
COMPTE DE RESULTATS			
VENTES ET PRESTATIONS		9 820 255	9 803 682
Chiffres d'affaires		5 447 641	5 576 726
En-cours de fabrication, produits et commandes en cours d'éxécution :			
augmentation (réduction) (+)/(-)			
Production immobilisée			
Cotisations, dons, legs et subsides		4 153 268	4 012 628
Autres produits d'exploitation		219 346	214 327
COÛT DES VENTES ET DES PRESTATIONS		9 689 271	9 854 093
Approvisionnements et marchandises		3 514 441	3 759 709
Achats		3 607 893	3 768 996
Stocks:réduction(augmentation)(+)/(-)		- 93 452	- 9 287
Services et biens divers		2 293 518	2 333 346
Rémunérations, charges sociales et pensions (ann. VI,2)		3 466 703	3 440 195
Amortissements et réductions de valeur sur frais d'établissement, sur immobilisations		236 916	243 050
incorporelles et corporelles		230 310	243 030
Réduction de valeur sur stocks, sur commandes en cours d'exécution et sur créances		7 928	- 10 120
commerciales (dotations +, reprises -)			
Provisions pour risques et charges (dotations -, utilisations et reprises +)		75 103	- 9 065
Autres charges d'exploitation		94 661	96 979
Charges d'expl. portées à l'actif au titre de frais de restructuration			
RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) D'EXPLOITATION (+) / (-)		130 984	- 50 411
PRODUITS FINANCIERS		18 936	21 663
A. Produits des immobilisations financières	750	324	413
B. Produits des actifs circulants	751	67	1 063
C. Autres produits financiers (ann. XIII, A)	752/9	18 544	20 187

		2016	2015
CHARGES FINANCIÈRES		86 362	96 939
A. Charges des dettes (ann. XIII, B et C)	650	40 432	47 013
B. Réductions de valeur sur actifs circulants autres que ceux visés sub. II.E. (dotations	651		
+, reprises -) (ann. XIII, D)			
C. Autres charges financières (ann. XIII, E)	652/9	45 930	49 926
RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) COURANT (+) / (-)		63 558	- 125 687
PRODUITS EXCEPTIONNELS			
A. Reprises d'amortissements et de réductions de valeur sur immobilisations incorporelles	760		
et corporelles			
B. Reprises de réductions de valeur sur immobilisations financières	761		
C. Reprises de provisions pour risques et charges exceptionnels	762		
D. Plus-values sur réalisation d'actifs immobilisés E. Autres produits exceptionnels (ann. XIV, A)	763 764/9		
L. Autres produits exceptionnets (ann. Aiv, A)	704/3		
CHARGES EXCEPTIONNELLES		24 287	17 457
A. Amortissements et réductions de valeur exceptionnels sur frais d'établissement,	000		
sur immobilisations incorporelles et corporelles	660		
B. Réductions de valeur sur immobilisations financières	661		
C. Provisions pour risques et charges exceptionnels (dotations +, reprises -)	662	24 287	17 457
D. Moins-values sur réalisation d'actifs immobilisés	663		
E. Autres charges exceptionnelles (ann. XIV, B)	664/8		
F. Charges exceptionnelles portées à l'actif au titre de frais de restructuration	669		
X. IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT	67/77	- 24 287	- 19 225
RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) DE L'EXERCICE (+) / (-)		19 958	- 127 455
NEODEINI I OOITII (NEONTII ) DE E ENERGIGE (+) / (-)		19 930	- 127 433



### ANNEXES

### PARTENAIRES D'ARTISANAT

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
Afrique	
Burkina Faso	SAVONNERIE BASNERE
Kenya	BOMBOLULU
Kenya	UNDUGU
Amérique Latine	
Bolivie	LA KOCHALITA
Bolivie	QIPANA
Chili	PUEBLOS DEL SUR
Equateur	MAQUITA-MCCH
Guatemala	AJQUEN
Pérou	ALLPA
Pérou	CIAP

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
Asie	
Bangladesh	DHAKA HANDICRAFTS
Bangladesh	CORR-THE JUTE WORKS
Inde	ARMSTRONG KNITTING MILLS
Inde	CO-OPTEX
Inde	CRC
Inde	EMA
Inde	MKS
Inde	NOAH'S ARK
Inde	PUSHPANJALI
Inde	RAJLAKSHMI
Inde	SASHA
Inde	TARA
Indonésie	ALURA AMARA
Indonésie	PEKERTI
Népal	ACP
Philippines	SAFFY
Sri Lanka	SELYN
Thaïlande	Y DEVELOPMENT
Vietnam	CRAFT LINK
Vietnam	MAI VIETNAMESE HANDICRAFTS

### **ANNEXES**

### PARTENAIRES INDIRECTS - ARTISANAT

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
La Pachamama (Belgique)	
Sri Lanka	LANKA KADE
EZA (Autriche)	
Ghana	YURI ENGA
Ghana	KALANGU
Colombie	OXIDOS
El Salvador	EXPORSAL
Inde	ARUM DALU
Inde	ASHA
Inde	SIPA
Kinta (Pays-Bas)	
Philippines	MANILA WELCOME
	INDUSTRIAL CORPORATION

# LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES

# VIA L'ORGANISATION OFT/OXFAM-WERELDWINKELS (BELGIQUE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Afrique		
Afrique du Sud	Heiveld Cooperative Union	Rooibos bio
Afrique du Sud	Eksteenkuil	Raisins
Afrique du Sud	Koopmanskloof	Vin rosé
Afrique du Sud	Groot Eiland	Vin (par ex. Chenin blanc)
Cameroun	Terre Espoir	Ananas séché
Congo	Agricole Muungano	Café Afrique
Congo	Sopacdi	Café Lake Kivu et Afrique
Côte d'Ivoire	Ecookim	Cacao pour pâtes à tartiner
Egypte	Royal for Herbs	Menthe dans thé vert & menthe
Ethiopie	Oromia Coffee Farmers Cooperative Union (OCFCU)	Café (par ex. Bio Gold)
Ghana	Fruittiland	Jus concentré orange
Ghana	Serendipalm	Huile de palme dans chocolat praliné, pâtes à tartiner, biscuits citron
Madagascar	Association des Planteurs de Mananara	Vanille dans par ex. barre bio mangue-coco et choco-crispi
Ouganda	Gumutindo	Café Afrique
Ouganda	Ankole (ACPU)	Café
Tanzanie	Kagera Co-operative Union (KCU)	Café (pads, bonbons)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Amérique latine		
Argentine	La Riojana	Vin (Torrontes bio, Malbec bio, mousseux Raza,)
Bolivie	Alto Sajama	Café Aymara bio
Bolivie	Anapqui	Quinoa bio
Bolivie	El Ceibo	Cacao bio dans barres chocolat
Bolivie	Aipac	Café
Bolivie	Coinacapa	Noix d'Amazonie
Bolivie	Aceba	Noix d'Amazonie
Bolivie	Fecafeb	Café bio
Brésil	Cealnor - Coopealnor	Concentré jus d'orange bio & fruits de la passion
Brésil	Coagrosol	Concentré jus d'orange
Chili	Sociedad Vitivinicola Sagrada Familia	Vin (Fuego Sagrado, vins Lautaro,)
Chili	Sociedad Vitivinicola Los Coligues — Perales Ltda.	Los Perales blanc
Chili	Cooperativa Agricola Vitivinicola de Cauquenes Ltda (COVICA)	Vin (vins Equality,)
Chili	Consorcio Vinicola de Chile (CVC)	Vin (Gran Descabezado,)
Chili	Cooperativa Campesina Apicola Valdivia Limitada (APICOOP)	Miel (1kg 0FT)
Chili	Agrocomercial Frutos de Lipimavida S.A.	Mini-papayes
Chili	Pisco Capel	Pisco, vin mousseux rosé
Costa Rica	Coopecanera	Sucre de canne dans pâte à tartiner
Costa Rica	Coocafé	Café dessert 250g
Costa Rica	Coope Sarapiqui	Chips de manioc
Cuba	ANAP	Rhum, concentré de jus de fruits
Equateur	El Guabo	Purée de banane dans par ex. Worldshake
Equateur	Camari	Tapioca dans les crackers

Honduras Honduras Nicaragua Nicaragua Nicaragua Nicaragua Paraguay Paraguay Paraguay Pérou Pérou Pérou Pérou République	Coarene COMSA Cecocafen (Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte) Del Campo Cosatin Prodecoop Benjamin Aceval Manduvira Montillo Cecovasa Norandino Apropal Naranjillo Conacado (The National Confederation of	Café Café Café Sésame Miel, dans barres bio mangue - noix Amazonie Café Sucre de canne (cola, sucre 500g,) Sucre de canne (chocolat praliné 50g,) Rhum bio Café bio Café Cœurs de palmier Cacao bio Cacao bio
dominicaine	Dominican Cocoa Producers)	
Asie	Ningvio	Cacabuàtas et concentrá de jue nommos
Chine Chine Laos Palestine Palestine Philippines Sri Lanka Thaïlande Thaïlande	Ningxia Yishui Xingye Groundnut Professional Association LFP PARC PFTA (via PAKKA) Alter Trade Biofoods Greennet Poo Pluk Saparot	Cacahuètes et concentré de jus pommes Cacahuètes Confiture fruits de la passion, riz violet, thé vert vrac Couscous, huile d'olive bio, amandes, dattes Amandes Sucre de canne Mascobado bio Thé noir bio, poivre bio Riz bio, lait de coco bio Jus Worldshake et tropical 1L tetra

## LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES

# VIA L'ORGANISATION MAYA FAIR TRADE (BELGIQUE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Guatemala	Guaya'b	Toutes Fleurs conventionnel, pain d'épices
Mexique	Maya Vinic sc	Toutes Fleurs Bio, Spéculoos
Mexique	Otilio Montano	Sirop d'Agave
Nicaragua	Ucasa	Toutes Fleurs conventionnel, Toutes Fleurs Bio, Spéculoos, Nougat Bio Sachet 1209

# VIA L'ORGANISATION ETHIQUABLE (FRANCE ET BELGIQUE)

PAYS D'ORIGINE	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Amérique latine		
Bolivie	CECAOT	Quinoa (Muesli)
Colombie	FONDO PAEZ	Café moulu Colombie
Equateur	ASOPROCAM	Fruits secs Ethiquable
Equateur	FAPECAFES	Confiture Orange Citron Vert Pérou BIO
		Chips de banane Plantain d'Equateur Salées, Epicées,
		fruits secs Ethiquable
Equateur	FONMSOEAM	Nectar de citron vert, Chocolat Noir Eclats de cacao, Chocolat 98%
Equateur	JAMBI KIWA	Superfruits vitaminés
Equateur	UROCAL	Pur cacao non sucré, Dessert Banane Mangue Passion BIO
Haiti	FECCANO	Chocolat Noir 72% Haïti, Chocolat Noir orange et Chocolat Noir café et amandes, Chocolat
		Noir caramel pointe de sel, chocolat pour Muesli et cookies
Paraguay	MANDUVIRA	Sucre (cookies et muesli)

Pérou Pérou Pérou Pérou Salvador	AGROPIA APROMALPI (Mangue) ARPAC CEPICAFE NORANDINO APRAINORES	Chips de pomme de terre bleues et et rouges Pérou Pur Jus Mangue-Passion 1l Tetrabrik, Dessert Banane Mangue Passion BIO Maïs géant de Cuzco Super Aliment Chocolat: Lait Noix de Coco, Lait Nougatine Noisette, Noir Quinoa, Lait riz souffé, Noir orange, Noir café amandes, Noir caramel pointe de sel. Dessert Banane Mangue Passion (fruits) BIO, Super aliment Noix de cajou: grillées salées, sans sel, super aliments, fruits secs Ethiquable,
Λ		noix de cajou (cookies)
Afrique	000100	
Congo	SOPACDI	Café moulu Congo + café Kivu en grains
Côte d'Ivoire	COPABO	Noix de cajou grillées salées, noix de cajou (cookies)
Côte d'Ivoire	CEB	Chocolat Noir Eclats de cacao
Madagascar	FANOHANA	Litchis en conserve
Madagascar	Association des Planteurs de Mananara	Gousses de vanille Bourbon de Madagascar 6g
Tunisie	SMSA	Huile d'olive, Mélange énergie
Asie		
Chine	Association Dazhangshan Organic Farmers	Thé vert au jasmin
Inde	FTAK	Noix de cajou grillées salées et sans sel, 3 baies du Kerala, curcuma
Inde	Organisation Pashok Organic Small Tea Farmers	Thé noir Darjeeling
Sri Lanka	BIOFOODS/SOFA (Small Organic Farmers Association),	Thé Vert Gingembre Citron Vert, thé vert ceylan, Cannelle en poudre, curry
Vietnam	BAN LIEN	Thé vert shan du Vietnam

Produits Nord		
Belgique	BIO VAN BIJ ONS	Confiture groseilles à maquereau, rhubarbe-fraise, sirop pommes-poires
Belgique	LES VERGERS DU VAL MOSAN	Jus de pomme
France	SIBIO	Confiture d'abricot
France	GIE Ferme de Chassagne	Lentilles de Charente
France	QUALISOL	Lentilles de Gascogne
France	PAYSANS DU RANCE	Crème de châtaigne de l'Aveyron BIO 320g
France	UPF-COUFIDOU	Pruneaux d'Agen
Grèce	MISTROS	Tapenades d'olives noires, vertes, huile d'olive 3L
Italie	VALDIBELLA	Spaghetti TIMILIA- Ancienne variété 500g + Grissinis
Portugal	TERRAS DE SAL (via Les Vergers du Val Mosan)	Sels d'Algarve

# VIA BELVAS (BELGIQUE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
République Dominicaine	Conacado	Cacao bio
Pérou	Naranjillo	Cacao bio
Pérou	Acopagro	Cacao bio
Pérou	Divisoria	Cacao bio

# VIA CAFÉ CHORTI (BELGIQUE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Guatemala	La Cuna Chorti	Café Chorti moulu 250 gr, Pads Café Chorti 125 gr, Café Chorti en grains 250 gr, Capsules Café Chorti 50 gr

# LES PARTENAIRES « PRODUITS NORD »

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Belgique	Brasserie de la Lesse	Bière blonde Chinette, Bière ambrée Cambrée, Bière brune Rouge-Croix, Bière Blanche Marie-blanche, Bière brune Hiveresse

# LES PARTENAIRES DE LA GAMME NATYR (COSMÉTIQUES)

# VIA L'ORGANISATION CTM ALTROMERCATO (ITALIE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
Afrique	
Bénin	Karethic
Kenya	Meru Herbs
Madagascar	Ravinala
Maroc	GIE Targanine
Sénégal	BFCS
	(Baobab Fruit Company Senegal)
Amérique Latine	
Argentine	Coopsol
Bolivie	Naturaleza
Brésil	CGTSM
République Dominicaine	Conacado
Equateur	Chankuap
Guatemala	Fedecovera
Nicaragua	Del Campo
Paraguay	Manduvirà
Pérou	Candela

Asie	
Philippines	SPFTC
Thaïlande	Green Net
Sri lanka	Biofoods/Sofa
Népal	Himalayan Bio Trade
Inde	Ambootia
Inde	Ansa/Asha
Thaïlande	Rice Fund Surine

# LISTE DES ÉQUIPES LOCALES EN 2016

Andenne Anderlecht Ans Arlon Ath Athus Aywaille Bastogne Beauraing Berchem Bertrix Boitsfort Boondael

Braine-l'Alleud Braine-le-Château Mons Braine-le-Comte Bruxelles/La Bourse Charleroi

Ciney Nivelles Couvin Enghien Ottignies Etterheek Rixensart Gembloux Rochefort Gilly

Hannut Herve Huv Ixelles Jemappes Jette Jodoigne Lalouvière Louvain-la-Neuve Liège Centre Liège Féronstrée

Malonne Marche-en-Famenne

Mouscron Namur CE Namur VSM Neufchâteau

Malmédy

Saint-Gilles

Saint-Hubert Schaerheek Soignies Stockel Thuin Tournai UI B Verviers Vielsalm Virton Visé Waremme Waterloo Wavre CE

Wavre VSM

**ANNEXES** 

# ÉDUCATION PERMANENTE : ACTIVITÉ DES ÉQUIPES LOCALES

	Bruxelles	Brabant Wallon	Hainaut	Namur	Luxembourg	Liège	Total général
GROUPES							
Nombre de bénévoles actifs dans les équipes locales (hors JM)	281	361	389	328	307	512	2278
Nombre de JM-0xfam	27	18	24	20	13	26	128
Nombre de groupes locaux	12	10	12	10	9	12	65
HEURES							
Total des heures de préparation et d'évaluation en équipe	233	29	258,50	185,75	219	139	1064,25
Total des heures de concrétisation des activités	319,50	295,75	395	344,25	444	484,25	2282,75
Total des heures de sensibilisation en magasin	1209,20	993,20	1252	863,40	759,20	1444	6521
TOTAL							
Total des heures d'ouverture des magasins	24184	19864	25040	17268	15184	28880	130420
Nombre moyen d'heures de préparation et d'évaluation par groupe	19,42	2,90	21,54	18,58	24,33	11,58	16,37
Nombre moyen d'heures de concrétisation par groupe	26,63	29,58	32,92	34,43	49,33	40,35	35,12
Nombre moyen d'heures d'ouverture par groupe par semaine (52)	38,76	38,20	40,13	33,21	32,44	46,28	38,59
Nombre moyen de bénévoles par groupe	31,75	36,10	32,42	32,80	34,11	42,67	35,05

ANNEXES

# ÉDUCATION PERMANENTE : LES ANIMATIONS ET LES STANDS RÉALISÉS PAR LES ÉQUIPES LOCALES

	Bruxelles	Brabant Wallon	Hainaut	Namur	Luxembourg	Liège	TOTAL
Animations ÉCOLE PRIMAIRE							
Nombre d'animations	7	0	12	4	5	7	35
Participants	156	0	287	114	104	286	947
Heures	10,5	0	13,75	9	9,5	18,5	61,25
Animations ÉCOLE SECONDAIRE							
Nombre d'animations	13	11	19	0	1	7	51
Participants	413	149	759	0	14	140	1475
Heures	25	17,75	36,5	0	2	9	90,25
Animations ADULTES							
Nombre d'animations	1	6	6	1	23	3	40
Nombre d'animations aux PDJ							35
Participants	306	175	130	25	478	179	1293
Heures	4	20	9,5	1,5	38,5	6	79,5
TOTAL nombre d'animations	21	17	37	5	29	17	161
TOTAL participants	875	324	1176	139	596	605	3715
TOTAL heures	39,5	37,75	59,75	10,5	50	33,5	231
STANDS							
Nombre de stands	15	9	32	39	42	8	145
Participants	2210	1270	3492	565	3297	780	11614
Heures	78	52	137,5	155	242	31	695,5

## LES FORMATIONS DES BÉNÉVOLES

- Découvrir Oxfam
- Parler d'Oxfam
- Comprendre les enjeux d'Oxfam
- Présenter et vendre les produits
- Accueillir les clients en magasin
- Réaliser des ventes extérieures
- Agencer les produits en magasin
- Gérer l'immobilier
- Utiliser la caisse enregistreuse informatisée
- Gérer la comptabilité
- Pratiques en magasin de vêtements de seconde main
- Vivre en équipe
- Échanger sur le suivi du plan Dynamique des bénévoles
- Recruter des bénévoles
- Gérer les relations dans l'équipe
- Animer en éducation au développement
- Sensibiliser lors des petits déjeuners et en magasin
- Construire une activité de sensibilisation
- Agir pour l'égalité des genres
- Agir pour la souveraineté alimentaire
- Agir pour le travail décent

À côté de ce programme de formations, plusieurs activités externes sont proposées : découverte de l'économie sociale et solidaire chez Terre, Carrefours du monde (ateliers d'immersion chez Oxfam-Solidarité), rencontre-débat avec un expert (sur différents sujets : Palestine, TTIP, transition, climat, etc.).

**48 sessions** de formations ont été organisées à la Centrale, en région et localement.

Au total, plus de 1000 bénévoles ont participé à 225 heures de formation.

# PARTICIPANTS AUX PETITS DÉJEUNERS OXFAM 2015

LIEU	2014	2015	2016	DIFFÉRENCE	
Total Bruxelles	4856	5167	4554	-613	-13%
Total Brabant Wallon	6072	5309	5469	160	3%
Total Hainaut	7219 7651	7096 7301	7195 7135	102 64	1%
Total Liège Total Namur	4322	4626	7135 4626	0	1% 0%
Total Luxembourg	4289 365	5159 255	4789 300	-370 45	-8% 15%
Total pdj presse RTBF - RTL	303	255	300	45	15%
Total comptabilisé Taux de croissance global	34774 3,17%	34913 0,40%	34301	-612	

#### LISTE DES JM-OXFAM

Brabant Wallon
Institut de la Providence
Collège Notre-Dame de Basse-Wavre
Athénée Royal Paul Delvaux Ottignies
Lycée Martin V (implantation Biéreau)
Athénée C.F. Paul Delvaux
Lycée Martin V (implantation Bruyères)
Institut de l'Enfant-Jésus
Athénée Royal de Nivelles
Lycée Berlaymont
Athénée Royal de Waterloo
Collège Cardinal Mercier
Collège Saint Etienne (Les Hayeffes)
Collège Saint-Etienne

Institut Saint-Albert Ecole L'ESCALE à Parhélie ESES ESCALPADE Institut Provincial d'Enseignement Technique Wayre Wayre Ottignies Louvain-la-Neuve Louvain-la-Neuve Louvain-la-Neuve Nivelles Nivelles Waterloo Waterloo Braine-l'Alleud Mont-saint-Guihert Court-Saint-Etienne Jodoigne Uccle Limal Nivelles

#### Bruxelles

Lycée Henriette Dachsbeck Institut Saint-Louis Lycée Maria Assumpta Institut Saint-Dominique Collège Saint-Michel Athénée Royal Jean Absil Bruxelles Bruxelles Laeken Schaerbeek Etterbeek Etterbeek Collège Saint-Francois lxelles Institut St Boniface Ixelles Athénée Charles Janssens Ixelles Institut des Sœurs de Notre-Dame Anderlecht Athénée Royal de Koekelberg Koekelbera Centre Sacré-Cœur Jette Woluwe-Saint-Pierre Lvcée Mater Dei Collège Jean XXIII Woluwé-Saint-Pierre Institut Saint Julien Parnasse Auderghem Athénée Royal d'Auderghem Auderghem Institut de l'Assomption Watermael-Boitsfort Collège Saint-Hubert Watermael-Boitsfort Collège Saint-Pierre Uccle Woluwé-Saint-Lambert Institut des Dames de Marie Sacré-Cœur de Lindthout Woluwé-Saint-Lambert Centre Scolaire Saint-Adrien Auderghem de Val Duchesse Athénée Marquerite Yourcenar Laeken Bruxelles Athénée Royal Gatti de Gamond Institut St Jean Baptiste de la Salle Saint Gilles Institut Dominique Pire Bruxelles (implantation : Saint-Thomas) Institut Saint-Joseph Etterbeek

#### Hainaut

Institut Notre-Dame

Institut St Vincent de Paul

Charleroi

Forest

Collège du Sacré-Cœur de Charleroi Charlerni Collège Saint-Barthélémy Athénée Royal de Beaumont Realimont DIC Collège Collège Saint Stanislas Athénée Léonie de Waha Mons Collège et Institut Tech. Saint-Vincent Athénée Royal Charles Rogier Soignies Institut Ste Marie La Louvière Collège Saint-Louis Athénée Provincial La Louvière La Louvière Institut Notre-Dame de Jupille Athénée provincial Mixte Warocqué Morlanwez ECCSA Athénée Maurice Destenay Athénée de Saint-Ghislain Saint Ghislain Collège Saint-Joseph Athénée Jules Bara Tournai Collège du Sartay Lycée Ste Croix et Notre-Dame Collège Notre Dame de Tournai Tournai Institut des Ursulines Tournai Athénée Roval de Huv Ecole des Frères Tournai Institut de l'Instruction Institut Saint-André Ramegnies-Chin chrétienne - Flône Collège Saint Julien Ath Collège Saint Hadelin Centre éducatif St Pierre Leuze-en-Hainaut Athénée Royal de Visé IET Notre Dame Charlerni Lycée St Jacques Institut Paridaens Collège Saint François Xavier Beaumont Institut des Ursulines de Mons St Lambert - St Laurent Mons CEFA Provincial du Centre Ecole Professionnelle d'Ans (FPA) La Louvière Institut Sainte Thérèse Collège Notre-Dame Manage Lycée Jeanne Dufrasne Centre scolaire St Michel-St Raphaël Quaregnon Institut Saint François Institut Saint Michel Ath Collège St Augustin Institut secondaire Saint-Luc Enahien

Collège Saint-Quirin Huy
Centre scolaire St-Benoît / St-Servais Liège
Collège Sainte-Véronique Liège

#### Luxemboura

Institut Notre-Dame - Séminaire (INDSé) Bastogne Athénée Royal de Bastogne Bastogne Institut Notre-Dame (INDA) Arlon

Lièae

Liège

Lièae

Liège

Liège

Chénée

Hannut

Huv

Amay

Visé Visé

Lièae

Verviers

Herstal

Gemmenich

Remouchamps

Neufchâteau

Ans

Lièae

**Embourg** 

Bressoux

Jupille-sur-Meuse

Athénée Royal d'Arlon Arlon Collège Notre-Dame du Bonlieu Virton Institut Cardiin-Lorraine Differt Messancv Institut Cardijn-Lorraine Athus Athénée Royal Athus Athus Athénée Royal de Bouillon-Paliseul Bouillon Collège d'Alzon Rure Institut Saint-Joseph - Sacré-Coeur La Roche Institut Cardijn-Lorraine Arlon Institut Centre Ardenne (ICA) Libramont

## Namur

Ftablissement des Soeurs Namur de Notre-Dame Institut St Louis Namur Namur Institut de la Providence Champion Collège St Guibert Gembloux Institut Ste Marie de Jambes Jambes Collège Notre-Dame de la Paix Erpent Séminaire de Floreffe Floreffe Collège de Burnot Profondeville Institut Sainte-Begge Andenne Collège N-D de Bellevue Dinant Collège de Godinne-Burnot Godinne (site de Godinne) Collège St Benoît Maredsous Denée Institut Jean XXIII implantation Rochefort de Rochefort

Ciney

Institut St Roch Collège St Servais Ecole provinciale d'Andenne ESPA Institut Technique de la Communauté Française Dinant Institut Notre Dame du Sacré Cœur Institut Jean XXIII Theux St-Servais Andenne Dinant

Beauraing Jemelle

Institut St Joseph

# LISTE DES MAGASINS DU MONDE-OXFAM 2015

Brabant-Wallon						
Braine l'alleud	Epicerie	Artisanat		1420	Rue des Trois Apôtres, 7	02 387 43 74
Braine le Château	Epicerie			1140	Vieux Chemin de Nivelles, 21	02 366 92 41
Jodoigne CE	Epicerie	Artisanat		1370	Grand Place, 34	010 81 53 21
Jodoigne VSM			VSM	1370	Grand-Place, 33	010 81.39.10.
Louvain-la-Neuve	Epicerie	Artisanat		1348	Grand Place, 5	010 84 35 96
Nivelles	Epicerie	Artisanat		1400	Rue de Namur 17	067 21 12 24
Ottignies VSM			VSM	1340	Chaussée Provinciale, 65	010 61 82 31
Rixensart	Epicerie	Artisanat		1330	Rue A.Collin, 1	02 633 58 66
Waterloo	Epicerie	Artisanat		1410	Chaussée de Bruxelles, 139/B	02 351 37 44
Wavre CE	Epicerie	Artisanat		1300	Place Cardinal Mercier, 9	010 22 95 13
Wavre VSM	·		VSM	1300	Chaussée de Bruxelles, 40-42	010 81 64 78
Bruxelles						
Anderlecht	Epicerie	Artisanat		1070	Rue Saint-Guidon, 13	02 522 17 63
Berchem	Epicerie	Artisanat		1082	Rue de l'Eglise, 48	02 466 58 43
Boitsfort	Epicerie	Artisanat		1170	Rue du Ministre, 18	02 660 40 93
Etterbeek	Epicerie	Artisanat		1040	Rue des Champs, 8	02 649 01 57
Ixelles	Epicerie	Artisanat		1050	Chaussée d'Ixelles, 77	02 502 02 07
Ixelles Boondael	Epicerie	Fin de série	VSM	1050	Avenue Brillat Savarin 18	02 672 32 94
Jette	Epicerie	Artisanat		1090	Rue Léopold 1er, 527	02 420 74 71
Saint-Gilles	Epicerie	Artisanat		1060	Chaussée de Waterloo, 137	02 537 09 04
Schaerbeek	Epicerie	Artisanat	VSM	1030	Place d'Helmet, 2	02 245 78 81
Stockel	Epicerie	Artisanat		1150	Rue de l'Eglise, 91 (WSP)	02 772 21 40
ULB	Epicerie	Artisanat		1000	F1 Avenue Paul Héger, 22 (BXL)	02 650 44 87
	•				<u> </u>	

Hainaut						
Ath	Epicerie	Artisanat		7800	Rue de Pintamont, 5	068 28 49 10
Braine-le-Comte	Epicerie	Artisanat		7090	Rue de la Station, 4	067 56 07 74
Charleroi	Epicerie	Artisanat		6000	Rue de Montigny, 68	071 31 80 62
Mouscron	Epicerie	Artisanat	VSM	7700	Rue de Courtrai 32	056 33 19 24
Soignies CE	Epicerie	Artisanat		7060	Rue de Mons, 36	067 33 08 44
Soignies VSM			VSM	7060	Rue Neuve, 13	067 33 19 31
Thuin	Epicerie	Artisanat	VSM	6530	Rue t'Serstevens, 50	071 55 38 47
Tournai	Epicerie	Artisanat		7500	Rue du Curé Notre Dame, 9	069 23 56 84
Enghien	Epicerie	Artisanat		7850	Rue d'Herinnes, 4	02 395 35 62
Gilly	Epicerie		VSM	6060	Chaussée de Lodelinsart 198	071 48 84 18
Jemappes	Epicerie	Fin de série	VSM	7012	Place de Jemappes, 10	065 31 59 97
La Louvière	Epicerie	Fin de série	VSM	7100	Rue de la Loi, 54	064 22 54 04
Mons CE	Epicerie	Artisanat		7000	Rue d'Havre 15	065 34 75 45
Liège						
Ans	Epicerie	Fin de série	VSM	4430	Rue de l'Yser, 185 A	04 371 20 44
Aywaille	Epicerie	Artisanat		4920	Rue J. Wilmotte, 1	04 361 38 63
Liège Centre	Epicerie	Artisanat		4000	Rue de la Cathédrale, 114	04 232 13 58
Malmédy	Epicerie	Artisanat		4960	Chemin Rue, 36	080 64 33 64
Verviers CE	Epicerie	Artisanat		4800	Rue de l'Harmonie, 6	087 31 20 36
Verviers Ensival	Epicerie	Fin de série	VSM	4800	En Mi-Ville, 3-5	087 68 15 24
Visé CE	Epicerie	Artisanat		4600	Rue Haute, 45	04 379 18 14
Visé VSM	Epicerie		VSM	4600	Rue des Ecoles, 6	04 374 04 49
Waremme	Epicerie	Artisanat	VSM	4300	Rue Joseph Wouters, 6	019 32 79 30
Embourg	Epicerie	Artisanat		4053	Rue Pierre Henvard, 2	04 247 25 90
Hannut	Epicerie	Fin de série	VSM	4280	Rue Albert Ier, 50	019 51 38 17
Herve	Epicerie	Artisanat		4650	Rue Léopold, 34	087 66 14 71
Huy	Epicerie	Artisanat		4500	Rue des Fouarges, 14	085 21 40 40
Liège Feronstrée	Epicerie	Fin de série	VSM	4000	Rue Féronstrée, 106	04 221 01 60

Luxembourg						
Arlon CE	Epicerie	Artisanat		6700	Place du Marché aux Légumes, 11	063 22 61 18
Arlon VSM			VSM	6700	Rue marché au beurre, 3	063 233506
Athus	Epicerie	Artisanat	VSM	6791	Grand-Rue, 81	063 38 34 67
Bastogne	Epicerie	Artisanat	VSM	6600	Rue de la Roche, 5	061 501446
Bertrix	Epicerie	Artisanat	VSM	6880	Rue de la Gare, 6	061 53 46 97
Martelange	Epicerie	Artisanat	VSM	6630	Grand-Rue, 2	063 60 11 88
Neufchateau	Epicerie	Artisanat		6840	Place Charles Bergh, 10	
Saint-Hubert	Epicerie	Artisanat	VSM	6870	Rue du Mont, 18	061 61 45 71
Vielsalm	Epicerie	Artisanat		6690	Place Paulin Moxhet, 11	080 39 80 79
Virton	Epicerie	Artisanat	VSM	6760	Rue de la Roche, 3	063 42 46 60
Namur						
Andenne	Epicerie	Artisanat	VSM	5300	Rue du Commerce, 8	085 84 68 63
Ciney CE	Epicerie	Artisanat		5590	Rue du Commerce, 24	083 65 74 09
Malonne	Epicerie			5020	Cour d'Honneur de Saint-Berthuin	081 44 58 59
Namur CE	Epicerie	Artisanat		5000	Rue Haute Marcelle, 11	081 22 33 40
Namur VSM	Epicerie		VSM	5000	Rue Bas de la Place, 13	081 22 95 45
Beauraing	Epicerie	Artisanat		5570	Rue de Dinant, 2	082/66 51 61
Ciney VSM			VSM	5590	Rue Edouard Dinot, 10	083 68 92 63
Gembloux	Epicerie	Artisanat	VSM	5030	Rue Léopold, 17-19	081 60 15 54
Marche	Epicerie	Artisanat		6900	Place Roi Albert 1er, 16	084 45 79 66
Rochefort CE	Epicerie	Artisanat	VSM	5580	avenue de Forest, 5	084 37 79 71

# **ACHATS ARTISANAT**

NOM	PAYS	ACHATS 2015 (EN EUR)
ACP	NÉPAL	5.426
AJQUEN	GUATÉMALA	8.506
AI URA	INDONÉSIE	8.065
ALLPA	PÉROU	27.174
COOPTEX	INDE	25.765
CORR-THE JUTE WORKS	BANGLADESH	59.042
CRAFT LINK	VIETNAM	103.275
CRC	INDE	67.296
DHAKA	BANGLADESH	58.063
EMA	INDE	66.636
EZA	BELGIQUE / AMÉRIQUE LATINE / AFRIQUE	10.152
INTERCRAFT PERU	PÉROU	22.949
KINTA	PAYS-BAS / PHILIPPINES	235
KOCHALITA	BOLIVIE	27.890
LA PACHAMAMA	BELGIQUE / SRI LANKA	20.752
MAI HANDICRAFT	VIETNAM	72.291
MCCH	ÉQUATEUR	17.596
MKS	INDE	20.943
NAAM	BURKINA FASO	6.280
PEKERTI	INDONÉSIE	13.191
PUEBLOS	CHILI	78.161
PUSHPANJALI	INDE	29.276
QIPANA	BOLIVIE	1.533
SAFFY	PHILIPPINES	7.059
SASHA	INDE	13.042
SELYN	SRILANKA	21.714
TARA	INDE	38.816
UNDUGU	KENYA	16.524
Y DEVELOPMENT	THAILANDE	14.086

NOM	PAYS	ACHATS 2015 (EN EUR)
CTM Altro Mercato	ITALIE	56341,11

## LISTE DES ANALYSES ET DES ÉTUDES

Actualité L'impact des accords commerciaux de l'Union européenne sur les pays du Sud Actualité Prise de position d'Oxfam-Magasins du monde sur la question du TTIP Eduquer à la citoyenneté mondiale et solidaire en entreprise. Quelle place pour Oxfam-Magasins du monde? Education Etre animateur bénévole en ECMS, les freins rencontrés et les leviers d'action pour dépasser ses peurs Education La motivation chez les jeunes avec lesquels nous travaillons, comment la développer et l'entretenir? Education Les enjeux de l'économie du savoir pour l'éducation permanente Education Pédacogie institutionnelle (PI) et gestion de dynamique de groupe témoignage d'une enseignante au sein d'un JM-0xfam **Fducation** Spécificité des animations en éducation à la citovenneté mondiale et solidaire (ECMS) avec un public jeune Education La Transition, ca passe par des échanges locaux. Quels liens possibles entre commerce équitable et ártisanat Nord? Fnieux artisanat Enieux food Agroécologie: passer la vitesse supérieure Enjeux food Des chocolats truffés d'enjeux économiques, sociaux et environnementaux Enieux food Formol, chalutage et esclavage : une recette frelatée qui suscite l'initiative citoyenne dans le secteur de la pêche thailandaise Enjeux food La souveraineté alimentaire à l'épreuve du secteur laitier wallon L'accès aux semences : Une (res)source importante pour les droits des paysans Enieux food Les systèmes Participatifs de Garantie, une alternative citoyenne au label Bio Enjeux food Enieux food Sous toutes les formes, des fermes pour alimenter nos villes Enieux généraux Behind the brands - La face cachée des marques : Retour sur 3 années de campagne Crédits carbone équitables : vraie ou fausse solution? Fnieux généraux Dans quelle mesure l'organisation d'un événement impliquant toute une Institution peut-elle lui être bénéfique? Enieux généraux Enjeux généraux La gestion des déchets comme piste d'action Enieux généraux Les campagnes Nord-Sud, un outil de partenariat équitable Comment développer le secteur textile équitable ? Piste d'action pour les acteurs équitables et les décideurs politiques Fnieux řextile Quelles garanties pour s'habiller plus durablement? Enieux textile Quelles politiques mettre en place pour une meilleure gouvernance de la filière coton en Afrique de l'Ouest Enjeux textile Mettre en pratique l'engagement «genre» chez Oxfam-Magasins du Monde Genre Changement de projet : un renouvellement dans l'équipe? Mobilisation Encourager la participation réelle et faire appel à des pratiques d'intelligence collective : réflexion et étude de cas Mobilisation La mise-en-action dans un processus d'éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire Mobilisation Le théâtre-action, quels opportunités et enjeux pour la mobilisation des citovens? Le cas de la pièce «Alimentaire, mon cher Watson!» Mobilisation Mobilisation Les nouvelles mobilisations citoyennes en Afrique francophone : perspectives et limites Mobilisation Mobilisations citoyennes en Afrique francophone et en Belgique francophone : comparaison et synergies possibles Un bénévolat en Transition. Quelles évolutions pour le bénévolat chez Oxfam-Magasins du Monde ? Regard croisé avec d'autres organisations Mobilisation Une réunion constructive, mode d'emploi Mobilisation Renouveler son bénévolat : bonne idée ! Mais par où commencer ? Mobilisation

Enieux textile

Travail décent et le textile équitable

Améliorer la mission de sensibilisation pour entrer dans le Mouvement de la Transition

Mobilisation Pratiques d'apprentissage des bénévoles Oxfam-Magasins du monde. De la conscientisation à l'autonomie? Mobilisation





OXFAM EST UNE ORGANISATION
INTERNATIONALE DE DÉVELOPPEMENT
QUI MOBILISE LE POUVOIR CITOYEN
CONTRE LA PAUVRETÉ

