

RAPPORT ANNUEL 2013



OXFAM

Magasins du monde



EN COUVERTURE :

ARTISANE TRAVAILLANT POUR L'ORGANISATION "CORR THE JUTE WORKS" AU BANGLADESH

Cette organisation a été fondée en 1973 pour aider les milliers de femmes touchées par la guerre d'indépendance contre le Pakistan. La fabrication de produits en jute donnait aux femmes un moyen rapide de tirer des revenus d'un artisanat traditionnel qu'elles connaissaient bien et qu'elles pouvaient effectuer à domicile. Rapidement, Corr The Jute Works a encouragé les productrices à participer plus activement à la gestion de l'entreprise.



Encourage le travail des femmes marginalisées, et leur participation à la gestion de l'entreprise.



Programmes d'éducation et de conscientisation des travailleurs (hygiène, planning familial, gestion des ressources, etc.).



Création d'un fonds de développement qui encourage l'épargne et favorise de nouveaux projets collectifs.

TABLE DES MATIÈRES



page

7

PARTIE 1

L'ACTION COLLECTIVE : UN MOTEUR DE CHANGEMENT

Nos campagnes médiatiques en 2013 :
la prise de conscience des enjeux
par le plus grand nombre 8

Informier et mobiliser
tout au long de l'année 16



page

31

PARTIE 2

NOS PARTENAIRES AU CŒUR DE NOTRE MISSION

La collaboration
avec nos partenaires 32

Les projets et défis de nos
partenaires : des sources
de réflexion 36



page

43

PARTIE 3

NOS ALTERNATIVES COMMERCIALES : LA MISE EN PRATIQUE DU CHANGEMENT

Nos magasins : proches du citoyen
et installés dans la vie de
la commune 44

Produits équitables alimentaires
2013, l'année du changement 48

L'artisanat équitable :
Quand innovation et savoir-faire
traditionnels vont de pair 52

“ *La raison d’être d’Oxfam-Magasins
du monde est de construire un monde
de justice socio-économique en combattant
les inégalités et les injustices
de manière structurelle et globale.* ”

CHER LECTEUR,

Dénoncer les injustices et proposer des actions concrètes : voilà ce qui nous anime d'année en année. Accompagnés de nos partenaires, nos bénévoles et nos sympathisants, nous réveillons le pouvoir citoyen pour qu'il se mobilise. Parce que la pauvreté et les inégalités ne sont pas une fatalité.

Les défis auxquels doivent faire face paysans et travailleurs, n'ont plus de frontières. Trois-quart des personnes qui souffrent de la faim sont des paysans du Sud. Au Nord, le malaise est similaire. Les chiffres sont sans appel : de 2000 à 2009, l'Europe a perdu 25% de ses agriculteurs, avec pour conséquences de nombreux drames personnels et familiaux. Pourtant, des solutions existent : comme l'agriculture paysanne, un mode de production qui respecte l'humain et l'environnement et dont l'objectif est de nourrir et non de créer du profit à tout prix. Depuis toujours, pour Oxfam-Magasins du monde, agriculture paysanne et commerce équitable de produits alimentaires

provenant du Sud, sont indissociables. En 2013, nous l'avons réaffirmé en prenant un tournant historique, preuve de notre volonté de cohérence : désormais nous travaillons également avec des paysans du Nord (Europe).

Parmi ceux qui souffrent des injustices socio-économiques, il y a bien sûr les travailleurs. Le 24 avril 2013, l'effondrement du Rana Plaza, ce bâtiment qui abritait plusieurs ateliers textiles à Dacca (Bangladesh), a coûté la vie à 1138 ouvriers, dont une majorité de femmes. Ce drame est symptomatique du fait que le droit au travail décent, un droit pourtant fondamental, est encore bafoué et doit être défendu. Avec vous,

nous pouvons inciter les pouvoirs publics à changer les règles du commerce international. Au quotidien, chacun peut consommer autrement, en participant par exemple à la filière du vêtement de seconde main. Nos partenaires de commerce équitable sont la preuve vivante qu'il existe des alternatives, même dans les contextes les plus complexes.

Je vous invite à découvrir ce qui a marqué cette année 2013 et à partager avec nous la même conviction : ensemble, nous pouvons construire un monde plus juste et solidaire.

Pierre Santacatterina
Directeur Général





L'ACTION COLLECTIVE : UN MOTEUR DE CHANGEMENT

NOS CAMPAGNES MÉDIATIQUES EN 2013 :

LA PRISE DE CONSCIENCE DES ENJEUX PAR LE PLUS GRAND NOMBRE

Chaque année plusieurs enjeux et problématiques spécifiques sont portés auprès du public. Nous partons de l'indignation des citoyens face aux injustices que nous dénonçons et les encourageons à agir - de préférence collectivement - et à participer aux alternatives existantes, voire à en créer des nouvelles.

QUI SE RESSEMBLE S'ASSEMBLE : OXFAM RECRUTE DES BÉNÉVOLES !

Si l'objectif de cette campagne de recrutement de bénévoles était d'abord de renforcer nos équipes locales, elle a aussi été l'occasion de rappeler que nous sommes avant tout un mouvement de citoyens engagés.

La campagne qui a eu lieu au mois de février, a débuté avec un spot radio diffusé sur les ondes de la RTBF.

En plus du slogan « *qui se ressemble, s'assemble* », le spot annonçait une journée portes ouvertes (le 23 février) dédiée à la découverte du bénévolat chez Oxfam-Magasins du monde.

De nombreuses équipes locales de bénévoles ont répondu présent et ont, par leur témoignage, convaincu des candidats. « *Il y a forcément une façon d'agir qui vous ressemble* », était la phrase qui clôturait la plupart de nos communications.

Il faut croire que la presse audiovisuelle s'est emparée de cette promesse en nous octroyant près de 46 minutes d'interviews et de reportages ! Notamment grâce à ce soutien précieux, la fréquentation des pages internet en lien avec la campagne a augmenté de 188% et nous avons noté des liens directs entre les interviews à la radio et les inscriptions de candidats, via notre formulaire en ligne. Toutefois, nos alliés les plus déterminants ont été, une fois de plus, les bénévoles eux-mêmes.

LES RÉSULTATS CONCRETS ?

Pendant la période de la campagne, les demandes d'obtention du statut



de bénévole ont été multipliées par dix. Dans les grandes villes, certaines équipes de commerce équitable et de seconde main ont pu accueillir pas moins d'une dizaine de candidats !

PRÊT À JETER ? UNE CAMPAGNE QUI POUSSE À REMETTRE EN QUESTION NOTRE CONSOMMATION.

Cette campagne, qui s'est déroulée de mars à août, était articulée autour d'un double objectif : d'une part la dénonciation d'un système de production et de (sur)consommation qui repose sur l'exploitation de l'environnement et des travailleurs ; d'autre part la défense d'un modèle alternatif, précisément celui de la consommation responsable et du vêtement de seconde main.

C'est l'industrie du textile qui a été pointée du doigt : la fréquence des modes successives et la baisse de qualité des vêtements, sont le reflet des business plans des multinationales qui les fabriquent. Celles-ci ont mis au point des techniques visant à réduire la durée de vie d'un produit pour en augmenter la consommation. Les multinationales créent ainsi continuellement des nouveaux besoins. Depuis les années 1950, le consommateur doit rester un éternel insatisfait, quel que soit le prix à payer. Le slogan « *Prêt à jeter* » jouait donc sans complexe sur le terme « *prêt-à-*

porter » en révélant la véritable nature de ce secteur : l'obsolescence programmée au service du profit et au détriment de l'humain. Comme pour chacune de nos campagnes, le message était clôturé avec une proposition et cette fois-ci, nous appelions les citoyens à remettre en question leur consommation.

Nos clients et sympathisants ont été interpellés par la campagne via des affiches dans nos magasins, notre magazine Déclics dédié au sujet, nos newsletters et articles sur le site internet. Notre ambition était également de tou-

cher des personnes moins proches de nous, plus jeunes également. Deux vidéos sur l'alternative du vêtement seconde main ont été réalisées et diffusées en TV, sur internet et via les





réseaux sociaux : dans ces vidéos, le public pouvait suivre Zoé et Jérôme, deux jeunes adultes qui découvrent qu'acheter des vêtements de seconde main est une alternative crédible, créative et durable.

Les bénévoles ont aussi participé au travail de sensibilisation, en organisant des soirées-débats et des « troc parties ». Le principe d'une troc party est simple : les citoyens sont invités à échanger un ou plusieurs vêtements en

bon état contre d'autres, déposés par un autre participant. Deux troc parties ont été organisées, à Bruxelles et à Hautmont. Du 17 au 21 juin se sont déroulées des soirées-débats autour de la thématique : « *La qualité baisse, les déchets augmentent. Qui en paie le prix et comment résister ?* ». Aux côtés d'Hada Rubia Silva, présidente de la Coopcarmo (Brésil), différents intervenants se sont succédés, suscitant des discussions riches. L'expérience a révélé l'importance d'inscrire son action au sein d'une dynamique

globale. Du Brésil à la Belgique, la question des déchets, et donc de nos modes de (sur)production et de (sur)consommation, est mondiale. C'est également aux citoyens de prouver aux décideurs politiques que des alternatives existent et restent à créer. Par exemple, en organisant au niveau local la promotion de la récupération, des filières de réparation et des alternatives de consommation.



GRAND CRU BELGE : AGISSONS AUSSI AVEC LES PAYSANS D'ICI !

Lancée en septembre à l'occasion du salon Valériane à Namur, particulièrement entendue pendant la semaine du commerce équitable (octobre) et portée par les petits déjeuners Oxfam, cette campagne a marqué un tournant historique pour notre organisation : celui de proposer des produits issus de l'agriculture paysanne du Nord.

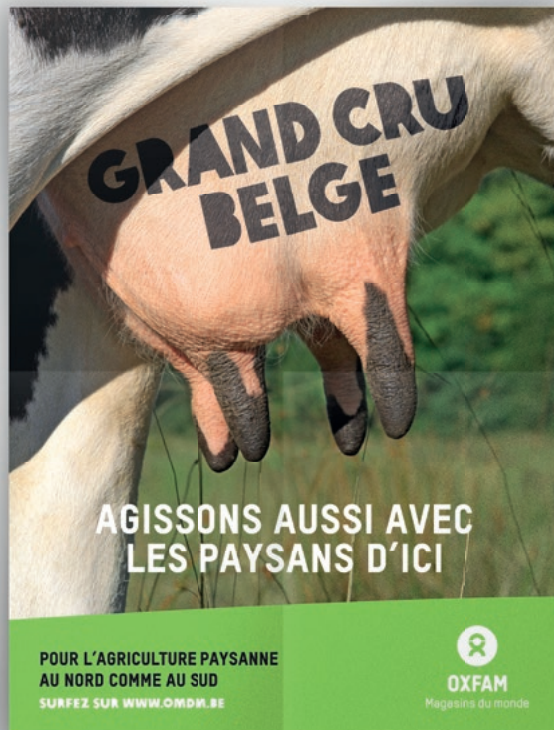
Au Nord, comme au Sud, la mondialisation des échanges agricoles et l'industrialisation croissante de l'agriculture précipite la disparition de centaines de milliers d'emplois paysans, et cause d'innombrables dégâts sociaux et environnementaux. Une révolution écologique du système agricole et alimentaire mondial est absolument nécessaire pour faire face aux défis du XXI^{ème} siècle, et passe inévitablement par le maintien et le renforcement des agricultures paysannes. C'est ainsi que la démarche « *Paysans du Nord* » a été intégrée

dans la stratégie de l'organisation. À travers cette campagne, nous avons dénoncé une fois de plus les menaces auxquels sont exposés les paysans et annoncé notre engagement auprès des paysans du Nord. Nous avons aussi appelé les citoyens à se ranger à nos côtés pour défendre l'agriculture paysanne et notre droit à une alimentation saine et durable.

Le lait a été choisi comme produit symbolique de la campagne, car ce secteur est particulièrement représentatif de la problématique.

Les magasins et les équipes de bénévoles ont été les premiers relais de nos messages via des affiches, un magazine Déclics dédié au sujet, du matériel de visibilité pour les nouveaux produits, des formations pour les bénévoles. Ces derniers ont été nombreux à informer les citoyens qui poussaient la porte du magasin avec parfois des doutes et souvent des questions.

La campagne a vécu au rythme de différents événements publics. D'abord en septembre, au salon Valériane avec une conférence « *Un lait équitable pour tout le monde* » qui a fait salle comble. Puis, dès le premier jour de la semaine du commerce équitable (du 2/10 au 12/10) la presse a pris la relève pour donner un écho considérable à notre message et encourager les citoyens à venir aux petits déjeuners. La presse audiovisuelle, au travers de multiples



mentions, reportages et interviews nous a massivement soutenus pendant plus de dix jours. La presse écrite s'est également emparée du sujet. De nos grands quotidiens nationaux aux magazines généralistes, tous se sont sentis concernés. Les petits déjeuners Oxfam, notre grand événement annuel, ont eu lieu pendant cette période et principalement le week-end du 12 et 13 octobre. Notre message de campagne, l'agriculture paysanne et les nouveaux produits « *Paysans du Nord* » étaient bien-sûr à l'honneur aux côtés de nos délices équitables et incontournables : café, choco, confitures...

À la même période, une pièce de théâtre « *Nourrir l'humanité, c'est un métier* » a porté un message en substance identique au nôtre. Le partenariat coulait de source et le message fut d'autant mieux compris par le public grâce à cette manière de montrer la réalité paysanne, qui pousse chacun à mener une réflexion sur son engagement collectif ou individuel dans notre société. La période de campagne a été clôturée par cinq soirées-débat, regroupant 191 participants, sur le sujet « *Agir ici pour la souveraineté alimentaire, pourquoi, comment ?* », en présence de notre partenaire Augusto Estrella, vice-président de MCCH (organisation de commerce équitable équatorienne).

LES PETITS DÉJEUNERS OXFAM

OCTOBRE: SEMAINE DU COMMERCE ÉQUITABLE

Malgré le changement de date, nous avons compté 33.912 participants. C'est un bon score, sachant que le nombre de petits déjeuners organisés a diminué (de 191 à 184). Les petits déjeuners Oxfam restent le rendez-vous annuel le plus attendu de nos sympathisants. C'est un moment convivial, souvent familial, à l'image du commerce équitable qui met l'humain et l'environnement au centre des préoccupations.



DES ACTIONS MÉDIATIQUES ET DE PRISE DE POSITION

Nous n'attendons pas de lancer une campagne pour faire entendre notre voix et pour participer aux actions sur les thématiques du travail décent et de la souveraineté alimentaire. Toute l'année, nous sommes présents, souvent réunis en plateforme avec d'autres associations du secteur, pour défendre nos idées, nos valeurs et nos alternatives.

Ainsi avec le Réseau de Soutien à l'Agriculture Paysanne (RESAP), nous avons soutenu les onze militants anti-OGM dans leur procès juridique concernant leur action de « neutralisation » d'un champ de pommes de terre OGM appartenant à la KUL. L'objectif de l'action était de soutenir ces activistes sur le fond de leur message, mais également de dénoncer le phénomène de criminalisation d'une action de protestation civile non-

violente. Nous étions donc présents à deux moments clés de ce procès : le 15 janvier et le 28 mai, dates des premières et secondes instances.

D'autres exemples ?

Le 17 avril, à la journée internationale des luttes paysannes, où une table ronde avait été organisée par Association 21 et Wervel autour de la question du prix équitable de notre alimentation. Nous avons défendu

notre démarche « *Paysans du Nord* ». Le 19 octobre, dans le cadre du Festival Alimenterre nous avons organisé avec l'association Quinoa, le « *Forum des Alternatives* », un événement relayé par la presse qui nous a mis en contact avec un large public. Pour en savoir plus, nos actions publiques sont publiées sur notre site internet et relayés via les réseaux sociaux.



INFORMER ET MOBILISER

TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

Les sujets que nous traitons sont parfois complexes. Or, ils doivent être accessibles à tous. L'objectif est que les citoyens puissent d'eux-mêmes questionner le système économique dans lequel nous vivons. Nous oeuvrons pour que chacun puisse faire ses choix de manière consciente et responsable, en tant que citoyen-consommateur. Pour cela, nous développons divers outils et supports adaptés à la variété de publics et de lieux: site internet, vidéos, brochures et supports pédagogiques.

DANS LE MAGASIN

À partir d'un produit du commerce équitable, il y a tant à dire. Quels projets portés par ce partenaire, quelle technique utilisée par cet artisan, quels enjeux, quelle alternative proposée par le mode de production ? L'emballage d'un produit ne suffit pas pour exprimer l'impact du commerce équitable et la diversité des projets des partenaires. Pour accompagner les bénévoles, sympathisants et clients, nous avons réalisé du matériel de sensibilisation, disponible dans chaque magasin.

Les « *cartes partenaires* » montrent en un coup d'œil les impacts positifs du commerce équitable pour chaque partenaire d'artisanat. Au total, trente cartes partenaires résument en quelques phrases et images l'essentiel des projets auxquels contribue le client en effectuant son achat.

Suivant le même principe, tout au long de l'année, des partenaires – producteurs sont mis en avant dans le magasin, à l'aide d'affichettes posées dans des cadres, mais aussi en

vidéo, grâce aux mini-écrans disponibles dans la majorité des magasins de commerce équitable.



Découvrez les témoignages d'artisans en vidéo :



DÉCOUVRIR LES ENJEUX QUI NOUS CONCERNENT TOUS

Le magasin du monde-Oxfam, qu'il soit de commerce équitable ou de vêtements de seconde main, est aussi un lieu de sensibilisation. Ainsi, les campagnes « *Prêt à jeter* » et « *Agissons aussi avec les paysans d'ici* » y furent visibles et surtout, relayées et expliquées aux clients par

des bénévoles, spécialement formés pour l'occasion.

Il n'y a pas que les campagnes que nous affichons en magasin. Certains sujets qui expriment un aspect particulier du commerce équitable sont également mis en avant. Ce sont les « *thèmes en magasin* ».



QUAND INNOVATION ET SAVOIR-FAIRE TRADITIONNELS VONT DE PAIR

Qui dit production industrielle dit uniformisation des styles et des modes de fabrication. Avec le commerce équitable, les artisans préservent leur identité culturelle et grâce à leur savoir-faire, proposent des objets du quotidien modernes, originaux et de qualité.



DÉCOUVREZ CRAFTLINK EN SURFANT SUR
www.omdm.be/craft-link



OXFAM
Magasins du monde

MADE IN TRADITION

QUAND INNOVATION ET SAVOIR-FAIRE TRADITIONNELS VONT DE PAIR

Cette théière et ces tasses sont fabriquées par notre partenaire Craft Link au Vietnam. Découvrez ici comment les artisans revalorisent et transmettent leur savoir-faire.

OU SURFEZ SUR
www.omdm.be/craft-link

OXFAM
Magasins du monde



En décembre, le thème « *Made in tradition, quand innovation et savoir-faire traditionnels vont de pair* » a mis en avant le partenaire d'artisanat Craft Link (Vietnam), pour son travail avec les minorités ethniques et la préservation des savoir-faire ancestraux.

60 
FORMATIONS
EN 2013
 2020
PARTICIPANTS




LES FORMATIONS DE BÉNÉVOLES

En 2013, 60 formations ont accueilli 2020 participants des quatre coins de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Des formations de base, qui comportent les fondamentaux pour l'action quotidienne en magasin et en équipe, aux formations sur mesure qui permettent d'approfondir des connaissances sur des thématiques spécifiques en passant par les formations pour s'exercer à des nouvelles pratiques, tout est fait pour apporter à chacun un maximum de chances de mener à bien son action au sein de notre mouvement. Les formations sont aussi des moments conviviaux où des bénévoles d'équipes différentes se rencontrent et échangent leurs expériences.

DANS LE MAGASIN ET EN DEHORS, NOUS RENDONS NOTRE INFORMATION ACCESSIBLE

En 2013, nous avons développé les séries de brochures «Comprendre». Celles-ci sont destinées aux clients-sympathisants qui veulent en savoir davantage sans se perdre dans un jargon trop technique, et qui se posent des questions sur les travers du système de production et de consommation actuel. Elles servent aussi d'accompagnement dans le travail de sensibilisation des bénévoles. Ces brochures sont disponibles dans nos magasins ou sur demande via notre site internet.

Le magazine Déclics a été distribué tout le long de l'année dans nos magasins. Quatre numéros ont suivi le calendrier des campagnes et des thèmes en magasin. Si le magazine s'adresse principalement aux clients et sympathisants, il constitue également un outil apprécié par de nombreux enseignants qui l'utilisent en classe. En effet, le Déclics est aussi diffusé en dehors du magasin, par des sympathisants qui le redistribuent dans leur entourage ou par les collectivités.



UNE NOUVELLE COMMISSION

En 2013, la commission éducation, qui rassemble des bénévoles et des sympathisants issus des équipes locales, d'Oxfam-en-Action et des JM-Oxfam, a été créée pour offrir un lieu de réflexion sur les stratégies éducatives de l'organisation. Sa première mission fut d'accompagner la constitution du dossier d'éducation au développement (DGD) en émettant un avis sur des points spécifiques du programme 2014-2016.

LES ACTIVITÉS ORGANISÉES EN DEHORS DES MAGASINS

Tout au long de l'année, les bénévoles et sympathisants ont animé des stands, organisé des activités et participé à des événements dans un but commun de sensibiliser leur entourage et les citoyens aux enjeux du commerce équitable, du travail décent et de la souveraineté alimentaire. Ainsi, ont-ils eu l'occasion d'utiliser le matériel mis à leur disposition, comme par exemple, l'exposition « *commerce équitable* », ou les témoignages de partenaires en vidéo.

COMMENT ORGANISER UNE ACTIVITÉ, AVEC QUELS OUTILS ?

Le « *catalogue de l'offre éducative* » présent dans la brochure « *Agir avec le commerce équitable* » (produite fin 2013) fait justement le tour de tous les supports d'information et des outils de sensibilisation disponibles.

La brochure « *Agir avec le commerce équitable* », propose également diverses activités à organiser, d'une

action de récolte de vêtements de seconde main à un petit déjeuner. C'est une brochure qui regorge d'idées et d'outils pour toute personne qui désire, même ponctuellement, s'investir dans la défense des alternatives que nous proposons. Le statut de bénévole Oxfam n'est pas un pré-requis pour organiser une activité autour du commerce équitable.



176

stands extérieurs
tenus par les
équipes bénévoles



UN EXEMPLE D'ÉQUIPE DE BÉNÉVOLES ACTIVE EN DEHORS DU MAGASIN, À BERTRIX.

A Bertrix en 2013, l'équipe de bénévoles a lancé une nouvelle activité : les cafés citoyens (en collaboration avec CNCDD11.11.11.). Ces derniers se sont déroulés une fois par mois, de manière conviviale au magasin et en soirée. L'objectif était d'aborder des sujets d'actualité variés en commençant par la projection d'un film ou la présence d'un intervenant extérieur. Ensuite, les participants partageaient leurs idées autour d'un verre. Au total, trois rencontres ont eu lieu et les thèmes abordés furent : « La souveraineté alimentaire et le droit de se nourrir » ; « Le commerce équitable et ses valeurs: Bertrix commune du commerce équitable ? » et « Le salaire vital », avec la collaboration d'achACT.



116

sensibilisateurs
bénévoles en 2013

OXFAM-EN-ACTION

Oxfam-en-Action est un réseau à travers lequel se mobilisent des jeunes de 18 à 30 ans, organisés en équipes locales, autour de projets et d'actions militantes. Cette année, les membres d'Oxfam-en-Action étaient présents aux grands événements de sensibilisation tels que le Forum Social Mondial à Tunis fin mars, les festivals musicaux en été ou le Train pour le climat à Varsovie en automne.



L'INFORMATION À DISPOSITION DES CITOYENS, À TOUT MOMENT

En 2013, nous avons intensifié notre présence sur Internet, avec deux objectifs : fidéliser nos clients et sympathisants d'une part, toucher un public plus large d'autre part.

FIDÉLISER

Notre site Internet, remanié en 2012, a récolté les fruits de ces adaptations en 2013 : le nombre de visiteurs uniques a augmenté de 13,89 % en un an. Les pages les plus visitées sont les pages « *Produits* » (21529 visiteurs), « *Magasins* » (17372 visiteurs) et « *Petits déjeuners* » (10746 visiteurs).

Par ailleurs, nous entretenons le contact avec 17000 de nos sympathisants et clients auxquels nous envoyons chaque mois une newsletter personnalisée.

Enfin, nous intégrons les réseaux sociaux dans nos plans de communications, dans le but de construire une communauté de sympathisants à même de diffuser plus largement nos messages et campagnes.

NOUVEAUX PUBLICS

Les campagnes médiatiques ont également attiré de nouveaux visiteurs autant sur notre site que sur les réseaux sociaux. Ainsi, la page « *Devenir bénévole* », mise en avant lors de la campagne de recrutement de février, a vu

sa fréquentation augmenter de 188%. La diffusion des vidéos « *Prêts à jeter* » sur rtbf.be a par exemple attiré 1500 personnes vers notre site, dont 94% était des nouveaux visiteurs.

Nous avons par ailleurs été plus proactifs dans notre approche des réseaux sociaux. Par exemple en couvrant des événements en direct et en mobilisant directement nos sympathisants afin qu'ils nous aident à diffuser nos messages. Résultat : en un an, le nombre de nos abonnés a augmenté de 21% sur Facebook (de 3420 à 4144) et de 31% sur Twitter (de 77 à 1024).



1700

sympathisants
informés chaque mois

NOTRE COLLABORATION AVEC LES ÉCOLES

Le monde scolaire regorge de trésors et de talents. Les jeunes représentent l'avenir et nous espérons contribuer à développer leur esprit critique et leur donner l'envie d'agir en tant que citoyens et consommateurs responsables. Nous développons des outils pédagogiques qui sont mis à disposition gratuitement pour les écoles. Nous menons également des animations et lançons des projets collaboratifs avec les enseignants et les élèves.



DES ANIMATIONS DE SENSIBILISATION DANS L'ENSEIGNEMENT PRIMAIRE ET SECONDAIRE.

Tout au long de l'année, les enseignants contactent notre organisation pour utiliser avec leurs élèves les outils pédagogiques créés par l'organisation et mis à leur disposition, sous forme de prêt ou de don. Ce matériel permet d'aborder les enjeux liés au commerce équitable, au travail

décent et à la souveraineté alimentaire de manière ludique et accessible. Par exemple, en 2013, un module d'animation « *Le parcours du jeans* » a été créé pour sensibiliser sur les dérives de l'industrie du textile. Une manière concrète d'aborder la thématique du travail décent et de la consommation responsable.

Après la clôture de la première version du projet « *On n'est pas des moutons* »

en mai 2013 (et donc initiée en 2012), 13 nouvelles classes de 5^{ème} et 6^{ème} primaire ont remis le couvert en septembre pour une nouvelle année remplie de défis, de réflexions, d'animations et de mises en action autour de la consommation responsable. Le projet a été lancé avec une pièce de théâtre sur la consommation et clôturé avec une visite des classes au Village du monde du Coron.



31.405
élèves de primaire et
secondaire touchés par
une action de sensibilisa-
tion en école en 2013




11.982

élèves sensibilisés par
les animations organisées
par les JM-Oxfam

DES JEUNES MAGASINS-OXFAM QUI SE DÉMARQUENT DEPUIS VINGT ANS DÉJÀ !

Les JM-Oxfam, ce sont 125 équipes en 2013 d'enseignants et d'élèves engagés dans un projet d'apprentissage de la citoyenneté et de la démocratie, et qui s'approprient les thématiques liées aux relations Nord-Sud et à la consommation responsable. Des activités de sensibilisation dans leur école, à la vente de produits du commerce équitable en passant par de grandes rencontres 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. En 2013, les JM-Oxfam ont célébré leurs 20 ans d'existence et accueilli dix nouvelles équipes.

En 2013, dix équipes JM-Oxfam ont organisé un Oxfash, c'est-à-dire une demi-journée de sensibilisation dans l'école où elles sont actives. C'est

une occasion de se former et de se mettre en action dans l'école. En 2013, la plupart des Oxfash avaient pour thème la campagne « *Démarque-toi* » et la consommation responsable. La pièce de théâtre « *décalage horaire* » (par Oxfam et le Mic-Mac théâtre) y était également présentée.

Le 27 février 2013, 246 élèves et 30 enseignants issus des équipes JM-Oxfam et des Antennes Amnesty de 29 écoles de Wallonie et Bruxelles se sont retrouvés, à Louvain-la-Neuve, pour la 11^{ème} journée Oxfamnesty. Les thèmes du jour : les droits des femmes et l'égalité homme-femme au Nord comme au Sud mais aussi les droits humains, la solidarité et le commerce équitable. Une grande marche de soutien et de sensibilisation dans les rues du centre-ville a clôturé la journée.



128

écoles qui participent au
projet JM-Oxfam en 2013





LA JOURNÉE DE RENTRÉE DES JM : LA FÊTE DES VINGT ANS !

Le mercredi 2 octobre 2013, 510 élèves et 69 profs JM-Oxfam se sont retrouvés à Charleroi pour participer à la journée de rentrée des JM-Oxfam et célébrer les 20 ans du projet. Au menu : une exposition rétrospective ainsi que des petites saynètes théâtrales sur le travail décent, différents

ateliers sur le commerce équitable et la consommation responsable. Pour la séance plénière, des invités extérieurs sont venus rappeler les valeurs fortes qui mobilisent les JM-Oxfam. Après le discours du Ministre de la Coopération au Développement, la journée s'est terminée de manière festive avec la fanfare Kermesz à l'Est et la compagnie déjantée des Vrais Majors.

LE COMITÉ INTER JM

« Pour ceux qui veulent aller plus loin avec les JM-Oxfam, le groupe se réunit généralement une fois par mois. En moyenne, une vingtaine de jeunes représentant une quinzaine d'équipes JM-Oxfam y sont actifs. En 2013, le comité inter JM s'est réuni à l'occasion de diverses activités comme un week-end de formation sur les enjeux socio-économiques mondiaux ou une rencontre avec Augusto Estrella (coopérative MCC), partenaire d'Oxfam-Magasins du monde en Equateur.





NOS PARTENAIRES AU CŒUR DE NOTRE MISSION

Photo à gauche: artisanes de l'organisation
de commerce équitable Dhaka, au Bangladesh

Photo : © Sarah Vandecasteele/Fairtrade Connection

LA COLLABORATION

AVEC NOS PARTENAIRES

Nos partenaires sont des organisations qui rassemblent des producteurs d'artisanat et qui proposent une alternative au modèle socio-économique dominant.

Ces partenaires contribuent au développement social, économique, culturel et environnemental de leurs communautés et ciblent principalement les populations les plus marginalisées.

LES VISITES

Chaque année nous effectuons des visites d'audit auprès de nos partenaires d'artisanat. Pour les audits ainsi que pour la sélection des partenaires, des critères minimaux et évolutifs sont vérifiés : les principes du commerce équitable sont-ils respectés ? Les organisations de producteurs et les travailleurs ont-ils un potentiel de développement ? Comment ces organisations évoluent-elles dans les domaines démocratique, social et environnemental ?

En 2013, nous avons effectué l'audit économique, social et environnemental de deux organisations dans le Sud : Craft Aid (île Maurice) et Bombolulu (Kenya). Le suivi et l'évaluation ont été effectués en collaboration avec les organisations membres du réseau européen EFTA (European Fair Trade Association). Suite à l'audit, un plan d'action a été négocié avec l'aide d'un consultant local. Un an plus tard, les partenaires devront montrer des résultats documentés. Même si l'exercice est souvent contraignant pour ces organisations qui évoluent dans un contexte où prime le secteur informel et

où les salaires minimaux légaux ne sont pas la norme, toutes reconnaissent que

l'audit est un bon outil pour se professionnaliser. Dans certains cas des avancées sociales importantes ont même été obtenues.

Quelques visites plus commerciales ont également eu lieu au Pérou et en Inde. Au programme : découverte des nouveaux produits, des matières et des modes de production, rencontres avec les artisans, partage d'expérience et discussions pour nos prochaines collections (développement de produit, qualité, etc.).



ARTISANE DE L'ORGANISATION
BOMBOLULU AU KENYA ➔

ARTISANES DE L'ORGANISATION
CRAFT AID DE L'ÎLE MAURICE ➔



LA COMMISSION PARTENAIRES

Elle est composée de bénévoles et de salariés. C'est cette instance collective d'Oxfam-Magasins du monde qui détermine le choix et les critères de sélection des organisations partenaires. Ses missions sont multiples et ont pour principal objectif de veiller à la justesse de nos rapports avec les partenaires et au respect des critères de commerce équitables que nous

avons établis. Ainsi, la commission a notamment pour rôle de procéder à l'évaluation des partenaires existants, d'intégrer de nouveaux partenaires et de rendre compte de ses activités au Conseil d'Administration. Certains membres de la commission partenaire ont été particulièrement sollicités pour le projet « *Paysans du Nord* ».



LES 10 PRINCIPES DU COMMERCE ÉQUITABLE



Renforcement économique
des partenaires du Sud ;



Conditions de travail décentes ;



Focus sur les producteurs
et travailleurs les plus défavorisés ;



Modèle de démocratie économique ;



Sensibilisation des citoyens
au commerce équitable ;



Promotion du commerce équitable comme
alternative économique globale et crédible ;



Logique participative avec
les organisations partenaires ;



Respect de l'environnement ;



Soutien au développement social
des communautés ;



Qualité et authenticité
des produits.

LES PROJETS ET DÉFIS DE NOS PARTENAIRES : DES SOURCES DE RÉFLEXION

Nous collaborons avec nos partenaires sur le long terme. Leurs défis sont aussi les nôtres. Ils nous permettent d'identifier où se situent les enjeux et d'ancrer notre mission dans des actions concrètes. Nos partenaires partagent avec nous leur expérience et leur savoir-faire ; ce sont les sources de notre expertise et l'inspiration pour les campagnes et les actions que nous menons.

LES SÉMINAIRES PARTENAIRES

Oxfam-Magasins du monde a entamé début 2012 un processus articulé autour de deux objectifs - (1) identifier en quoi nos partenaires de commerce équitable peuvent être renforcés dans leurs finalités sociales, éducatives et politiques et (2) déterminer en quoi les pratiques d'éducation d'Oxfam-Magasins du monde peuvent être enrichies par l'expérience de nos partenaires du Sud. Suite à ce processus, il a été décidé d'organiser deux séminaires de mise en commun et de partage d'expérience.

En juin 2012 a eu lieu en Belgique le premier séminaire de réflexion avec Tara (Inde), Bombolulu (Kenya), Corr-The Jute Works (Bangladesh) et Aj Quen (Guatemala). L'expérience a permis de mieux connaître les pratiques et activités de chacun, dans la perspective du changement social, notre objectif commun. Puis, une mission croisée a eu lieu en août 2013, au Kenya, avec Bombolulu et

Tara, autour de la question de la sensibilisation au commerce équitable sur le marché local. Une seconde aurait dû avoir lieu au Bangladesh avec Jute Works et Aj Quen, mais elle a malheureusement dû être annulée, pour des raisons d'instabilités politiques dans le pays. Le processus s'est clôturé par un second séminaire en décembre 2013. Les échanges ont été riches, construc-



tifs et instructifs ! Quatre pistes de chantiers futurs ont été identifiées : (1) les moteurs de l'engagement citoyen des jeunes; (2) la nécessité de renforcer la rencontre entre producteurs et consommateurs (afin de mieux comprendre les impacts du commerce équitable et de décoder les enjeux socio-économiques); (3) les échanges d'outils, de pratiques et d'expériences (les pratiques d'éducation populaire et une plateforme commune de partage d'outils); (4) la nécessité de créer des campagnes communes afin de développer un discours cohérent et construire ensemble des outils et des événements.

LA JOURNÉE DES PARTENAIRES

Le 1^{er} mars a eu lieu à Bruxelles la traditionnelle journée des partenaires. C'est une journée où des partenaires du Sud viennent à la rencontre de plusieurs centaines de bénévoles d'Oxfam-en-Belgique (rassemblant ainsi les trois organisations-sœurs autour d'un évènement). Étaient présents cette année, les organisations Alura Amara (Indonésie), Gumuntindo (Ouganda) et Fecoracen (Salvador). Des ateliers et des présentations des projets des partenaires ont rythmé la journée et enchanté les participants. Voici un témoignage de l'un d'entre eux : « *Nos partenaires ont tant de choses à nous apprendre ! (...) nous sommes heureux de partager les mêmes valeurs et de pouvoir porter les projets des partenaires ici.* »



© Tineke D'haese

PRODUCTION D'ANALYSES ET D'ÉTUDES

Tout au long de l'année, nous produisons des analyses et des études qui permettent de réfléchir sur le fonctionnement et le rôle de notre société, ainsi que d'affiner notre expertise. Elles servent de matière première indispensable aux projets de campagnes, aux brochures de sensibilisation, pour le magazine Déclics, les outils pédagogiques et pour le travail d'interpellation politique.

Il arrive aussi qu'une étude soit envoyée à un journaliste qui recherche de l'information sur une problématique particulière et qui l'utilise alors pour rédiger son article. Au total, près d'une trentaine d'analyses et deux études ont été produites en 2013. Si elles sont toutes publiées sur notre site internet, certaines sont diffusées en dehors de notre réseau de diffusion propre. Par exemple, l'analyse sur la filière des fripes en Afrique a eu de bons échos dans les médias. Le magazine français Terra Eco,

média indépendant qui explore les chemins de transition vers un monde durable, nous a interviewés dans le cadre d'un dossier consacré au secteur du textile. De plus nous avons eu l'occasion d'intervenir dans un numéro consacré aux fripes en Afrique de l'émission « 7 milliards de voisins » sur Radio France International. Cette ana-

lyse a permis d'étendre notre expertise au-delà de nos sphères habituelles. Un autre exemple est la suite donnée à l'analyse réalisée sur les labels équitables. Celle-ci a servi de base de réflexion pour la formulation de notre positionnement vis-à-vis des systèmes de certification.

Pour la liste complète des analyses, voir le cahier des annexes.



NOTRE TRAVAIL EN RÉSEAU

Oxfam-Magasins du monde travaille en réseau avec plusieurs organisations et en premier lieu avec ses organisations-sœurs en Belgique : Oxfam-Wereldwinkels et Oxfam-Solidarité, regroupés au sein d'Oxfam-en-Belgique. Nous participons en outre à de nombreuses rencontres et à des échanges internationaux : avec nos collègues Oxfam des autres pays et avec les divers acteurs du commerce équitable dans le monde.

Oxfam-Magasins du monde préside le groupe de travail Oxfam Fair Trade (OIF-TWG), d'Oxfam international. Son objectif principal est de placer le commerce équitable dans l'agenda de l'organisation.

Les affiliés d'Oxfam actifs dans le commerce équitable, échangent et partagent leurs pratiques pour plus d'efficacité et de cohérence au niveau mondial. En 2013, parmi les projets réalisés, l'un des plus importants fut la définition d'un positionnement commun pour le commerce équitable « Oxfam ».

Tout au long de l'année, nous avons participé à de nombreuses assemblées et réunions organisées entre acteurs de commerce équitable internationaux en dehors d'Oxfam. Nous étions ainsi présents à l'assemblée générale de WFTO (World Fair Trade Organisation) à Rio de Janeiro (Brésil) en mai. Cette assemblée était dédiée à l'adoption d'un nouveau système de garantie (label) pour l'artisanat.

Durant l'année, nous travaillons avec le bureau européen de plaidoyer sur le commerce équitable (FTAO). Nous

sommes aussi présents aux réunions des managers d'EFTA (European Fair Trade Association) ainsi qu'aux conseils d'administration de WFTO Europe.

En Belgique, nous sommes membres de la fédération belge du commerce équitable (BFTF). En 2013, nous avons participé à l'évènement organisé par la BFTF à l'occasion de la journée mondiale du commerce équitable, qui a eu lieu le 9 mai à Bruxelles.





ARTISANES DE L'ORGANISATION ACP AU NÉPAL

UN PARTENARIAT AVEC LE CESI

*(Service externe de protection
et de prévention au travail)*

En collaboration avec Oxfam-
Magasins du monde, une mission du
CESI au Népal en août 2013 a permis
à l'organisation **ACP** d'amorcer des
changements en matière de santé
et d'environnement.

Citons par exemple l'amélioration
du stockage des produits chimiques,
la définition de consignes en matière
de manipulation de produits, la
prévention en matière d'incendie,
de réduction du bruit dans les
ateliers, la ventilation des locaux
et la sensibilisation aux enjeux
de santé liée au travail.



NOS ALTERNATIVES COMMERCIALES: LA MISE EN PRATIQUE DU CHANGEMENT

Photo à gauche: artisanes de l'organisation
de commerce équitable MINKA, au Pérou

NOS MAGASINS :

PROCHES DU CITOYEN ET INSTALLÉS
DANS LA VIE DE LA COMMUNE.

Si nos magasins sont un espace de vente de produits du commerce équitable ou de vêtements de seconde main, ils sont aussi le lieu de rassemblement d'une équipe de bénévoles. Ceux-ci se réunissent pour discuter des projets du magasin et des activités de sensibilisation. La gestion du magasin et l'accueil des clients-sympathisants requierent de nombreuses compétences.

78
magasins,
69 équipes
et 2427 bénévoles.



DES ÉQUIPES DE BÉNÉVOLES ORGANISÉS ET FORMÉS

Chacun participe en fonction de ses disponibilités, compétences et préférences. Il est dès lors possible de choisir d'être, par exemple, responsable de l'artisanat ou du vêtement de seconde main. Le bénévole peut aussi mettre à profit ses connaissances en comptabilité ou sa sensibilité pour la gestion de la dynamique d'équipe.

Nos magasins (de commerce équitable et de seconde main) sont bien plus qu'un simple lieu de vente. Cependant, il faut aussi assurer un service et une gestion professionnelle. La réalisation des projets avec nos partenaires du Sud et du Nord dépend aussi de la bonne santé commerciale de nos magasins. Pour cela, les bénévoles peuvent suivre des formations plus commerciales où il est possible d'apprendre comment utiliser les caisses enregistreuses, comment présenter les collections, com-

ment bien accueillir un client, comment parler du commerce équitable selon Oxfam, etc. Ce sont également des moments où les participants échangent leurs expériences et découvrent de nouvelles pratiques.

Chaque année, nous publions un brochure «Apprendre ensemble» : c'est le programme des formations et des événements pour les bénévoles. Celle-ci est publiée début janvier et envoyée à toutes les équipes.



DES MAGASINS « RELOOKÉS »

Le cadre est lui aussi, primordial. Un magasin attractif attirera de nouveaux visiteurs et mettra davantage en valeur notre offre de produits équitables ou de vêtements de seconde-main. C'est la raison pour laquelle certains magasins ont été relookés en 2013.

Une transformation ou une réouverture, est l'occasion de souder l'équipe autour d'un projet d'envergure qui requiert la participation de tous, qu'ils soient employés ou bénévoles. En 2013, sept équipes ont intégré des nouveaux locaux entièrement remis au goût du jour et aux couleurs d'Oxfam.

Les magasins de vêtements de seconde main ont bénéficié d'une attention particulière pour leur intérieur. Pour mieux orienter les clients et égayer nos intérieurs, des pancartes « dames », « enfants », « hommes », aux nouvelles couleurs d'Oxfam ont été

accrochées dans l'espace de vente.

Rapidement, et avec peu de choses, nos magasins de seconde main ont pris vie et les clients peuvent désormais plus facilement trouver ce qui leur convient.





PRODUITS ÉQUITABLES ALIMENTAIRES

2013, L'ANNÉE DU CHANGEMENT

Cette année a été marquée par un tournant historique : l'introduction de produits issus de l'agriculture paysanne du Nord (Europe) dans notre assortiment, suite à l'intégration de la démarche « *Paysans du Nord* » dans notre stratégie.



45 000

*produits "Paysans
du Nord" écoulés
en 2013*

Photo ci-contre :

Marylène et Luc Lamberty, producteurs
du lait commercialisé par Biodia
(partenaire d'Oxfam-Magasins du monde).

© Noha Dodson



DES PRODUITS ISSUS DE L'AGRICULTURE PAYSANNE DU NORD

Au préalable, il aura fallu un long travail de réflexion et de concertation avec nos instances, nos partenaires et entre collègues. Il y avait une volonté unanime d'aller au bout de cette démarche liée à la thématique « *souveraineté alimentaire* ».



Nous avons défini des critères de sélection de nos « *partenaires du Nord* ». C'est la raison pour laquelle nous avons créé une charte, consultable sur notre site. (page internet « *produits Nord* »).

AVEC LA CHARTE PAYSANS DU NORD, NOTRE VOLONTÉ EST :



de favoriser l'accès à des biens alimentaires (produits dans une démarche résolument paysanne) aux consommateurs qui veulent accéder à une alimentation responsable et de qualité.



de proposer aux producteurs une opportunité complémentaire d'écoulement de leur production à un prix juste, les producteurs qui valorisent leur production en circuits courts ayant besoin de trouver de nouveaux débouchés pour écouler la production, au-delà d'un certain volume.



de renforcer les capacités de négociation des producteurs vis-à-vis des autres acteurs du système agroalimentaire. Les producteurs qui vendent dans les circuits traditionnels sont soumis aux aléas des cours des produits agricoles, déterminés par les marchés internationaux. La démarche Paysans du Nord peut être un moyen de différencier leur production et de trouver un nouvel équilibre dans le rapport de force avec le marché.



de renforcer le débat et la mobilisation politique pour la souveraineté alimentaire en appuyant des alternatives concrètes au système alimentaire dominant.

Les produits « Paysans du Nord » ont été officiellement intégrés dans les magasins à partir du mois de septembre, en parallèle de la campagne « *Agissons*

aussi avec les paysans d'ici ». Néanmoins, une dizaine de magasins avaient accueilli quelques-uns de ces produits en avant-première au mois de mars,

pour sonder les réactions des clients. Ceux-ci ont réagi positivement, saluant la démarche dans sa volonté de cohérence avec celle du sud.

*Les premiers produits « paysans du Nord » :
le lait (Biodia), les bières belges (Brasserie
de la Lesse), l'huile de tournesol du Gers,
la confiture d'abricots (France), la crème
de châtaignes de l'Aveyron, le jus de tomate
de Marmande, le piment d'Espelette AOC,
les lentilles roses et vertes (France).*



© Brasserie de la Lesse



L'ARTISANAT ÉQUITABLE

QUAND INNOVATION ET SAVOIR-FAIRE TRADITIONNELS VONT DE PAIR.

Une des caractéristiques de l'artisanat équitable, dont chaque objet est fait à la main, est que par la force des choses, les quantités sont limitées en comparaison avec un mode de production industriel. Dans l'artisanat équitable, les matières naturelles sont privilégiées et nous adaptons les produits au marché belge tout en préservant le savoir-faire traditionnel des artisans.



304.977
*produits d'artisanat
vendus en 2013*

LES COLLECTIONS ET LES NOUVEAUX PARTENAIRES

Nous lançons deux collections par an, une pour le printemps et la seconde pour l'hiver. En fonction de nos ventes, des réactions des clients, des nouveautés proposées par les partenaires, des tendances et des saisons, nous sélectionnons des produits d'artisanat variés mais triés sur le volet.

De nombreuses conditions doivent être réunies pour qu'un produit puisse se trouver dans nos magasins : matière naturelle, respect des normes, qualité, cohérence avec le ton choisi pour la collection. C'est un travail de fond et de recherche qui occupe toute une équipe de salariés.

Ces derniers sont en étroite relation avec nos partenaires et effectuent chaque année des voyages pour les rencontrer. Ces missions permettent de développer l'adéquation entre les producteurs et les

consommateurs, en suivant les tendances du marché. C'est ainsi qu'en 2013, nous avons pu accueillir des produits de

quelques nouveaux partenaires: Y-De-velopment en Thaïlande, MKS en Inde et Mai Handicraft au Vietnam.



© Studio Fifty-Fifty







OXFAM
Magasins du monde



COMPTES ET ANNEXES

RAPPORT ANNUEL 2013



OXFAM

Magasins du monde



EN COUVERTURE :

ENFANTS D'ARTISANS SCOLARISÉS DE EMA - INDE

Créée en 1977, EMA (Equitable Marketing Association) fournit à plus de 3000 producteurs une assistance technique et financière. Elle est active aussi bien dans les bidonvilles de Calcutta que dans les petits villages isolés du nord-ouest de l'Inde. Afin de soutenir la production artisanale, EMA favorise l'écoulement des produits sur le marché local et étranger. EMA a aussi mis en place un service administratif et juridique gratuit pour ses membres. Elle octroie des prêts à court et long terme sans intérêts aux coopératives et facilite l'achat des matières premières. Les producteurs sont représentés aussi bien dans le comité exécutif que lors des assemblées générales où ils participent activement à la prise de décisions.



Assistance technique et financière
pour les artisans.



Service administratif et juridique gratuit
pour les membres.



Participation active aux prises de décision
dans le comité exécutif et les assemblées
générales.

TABLE DES MATIÈRES



page

5

PARTIE 1

LES COMPTES ET LE BILAN FINANCIER 2013

Introduction	6
Le compte de résultat	7
Bilan	9
Bilan après répartition - les actifs.....	10
Bilan après répartition - le passif.....	12
Compte de résultats	14



page

17

PARTIE 2

ANNEXES

Les partenaires d'artisanat.....	18
Les partenaires alimentaires	19
Les partenaires de la gamme Natyr	25
Achats d'artisanat et de cosmétiques.....	26
Liste des équipes locales en 2013.....	27
Les formations des bénévoles en 2013	28
Éducation permanente 2013 :	
l'activité des équipes locale	29
les Animations et les stands réalisés	
par les équipes locales	30
Liste des analyses et les études.....	31
Liste des magasins du monde-Oxfam.....	32
Liste des JM-Oxfam.....	36
Participants aux petits déjeuners 2013	38



LES COMPTES ET LE BILAN FINANCIER 2013

INTRODUCTION

Oxfam-Magasins du monde avait, jusqu'à l'exercice comptable 2011, une clôture annuelle au 31/01. Pour que nous puissions nous conformer aux exigences de la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui exige une clôture comptable au 31/12 de chaque année, l'exercice comptable 2012 a porté sur 11 mois au lieu de 12. La comparabilité avec l'exercice comptable 2012 n'apparaît donc pas directement dans le tableau « Compte de Résultat » présenté dans ce rapport. Néanmoins, pour donner plus de sens aux commentaires ci-dessous, nous avons assuré la comparabilité en rajoutant à l'exercice 2012 les chiffres de janvier 2013 afin d'estimer l'année 2012 sur une période de 12 mois.

FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE

Le résultat de l'exercice 2013 correspond à un bénéfice de 66.485,57€. Ce résultat a été marqué par des mouvements inverses. D'un côté, nous constatons une baisse du chiffre d'affaires dont la responsabilité principale incombe à la situation économique défavorable, et à une concurrence toujours plus accrue venant des grandes surfaces. D'un autre côté, cette baisse du chiffre

d'affaires est surcompensée par une diminution des dépenses courantes. On note aussi le bon déroulement des activités subsidiées (éducation, campagnes...) et le maintien des subsides à l'emploi qui ont apporté leur part dans l'équilibre financier. Enfin, ce résultat a été également atteint par un produit exceptionnel lié à la plus-value sur la vente du magasin en propriété de Wavre.

Le résultat 2013 reste dans la même lignée que celui de 2012 qui s'élevait à 165.247,09 € (pour une période de 11 mois) mais qui, rapporté à une période de 12 mois, était estimé à 69.643,85 €.

LE COMPTE DE RÉSULTAT

LES PRODUITS

Les revenus d'Oxfam magasins du monde proviennent essentiellement de 3 sources :

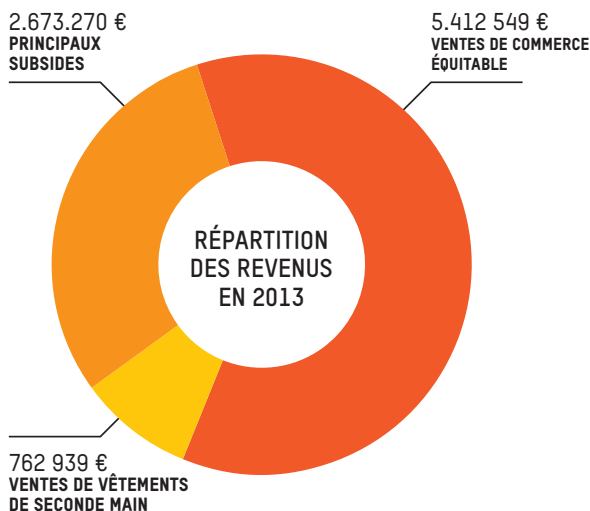
- Les ventes de produits de commerce équitable ;
- Les ventes de vêtements de seconde main ;
- Les subsides de pouvoirs publics.

Les ventes de Commerce équitable s'élèvent à 5.412.549 €. Si nous comparons avec les 11 mois de l'exercice 2012 nous constatons évidemment une progression de 6.9%. Cependant, en ajoutant à l'exercice 2012 le mois de janvier 2013 (afin d'obtenir une base de comparaison de 12 mois) nous enregistrons un recul de -0.9%.

Les ventes de vêtements de seconde main quant à elles, s'élèvent à 762.939€ ce qui constitue une diminution par rapport à l'exercice de 2012.

Les principaux subsides sont restés stables en 2013 et se sont élevés à un montant total de 2.673.270 € dont 1.336.672 € proviennent de la Fédération Wallonie-Bruxelles, 527.071 € de la DGD¹ (Direction Générale Coopération au développement) et 809.528 € de subsides à l'emploi (APE et Maribel).

¹ Le subside réellement perçu en 2013 de la DGD est de 499.502€. Aux 499.502€ reçus en 2013 il faut rajouter le report de l'année dernière soit 27.569€.



LES CHARGES

Une maîtrise des dépenses a permis de les réduire par rapport au montant budgété. Soulignons que cette année, la réduction ne s'est pas faite au détriment de nos partenaires, ni de notre réseau. En effet, nous avons continué à investir dans notre réseau de magasins en termes d'aménagements (13.278 €), d'investissement informatique (25.013€), etc. Par ailleurs, les achats auprès de nos partenaires sont restés relativement constants par rapport aux années antérieures.

Pour rappel, Oxfam-Magasins du monde achète aux partenaires-producteurs du Sud des produits qu'elle revend dans le cadre du commerce équitable. En 2013, elle a acheté des produits pour 2.989.088€ d'artisanat et d'alimentaire. Cet apport est vital pour beaucoup de producteurs du Sud qui tirent leurs revenus du commerce équitable.

Par ailleurs, Oxfam-Magasins du monde a également acheté des produits de solidarité pour un montant de 60.200€ afin de soutenir les actions menées par Oxfam Solidarité.



©Tineke D'haese

BILAN

Le total bilantaire est assez stable par rapport à 2012.

Le taux d'endettement continue à se réduire avec une réduction de 1,5 points entre 2012 et 2013, passant ainsi de 75,4% à 73,9%. Cette situation poursuit notre politique de diminution de notre dépendance envers des tiers, puisque nous sommes passés d'un taux d'endettement de 95% en 2007 à 73,9% en 2013.

La capacité d'autofinancement positive nous a permis de rembourser les dettes, de financer les investissements et d'augmenter nos liquidités sans faire appel à des nouveaux emprunts.

Enfin sur le plan de la trésorerie, la situation est qualifiée de stable et indique que nous pouvons faire face à nos besoins de liquidités sans difficulté.



TRANSPARENCE

Oxfam-Magasins du monde gère ses comptes en toute transparence. Les comptes annuels sont présentés à une Commission finances, au Conseil d'Administration, aux Assemblées Régionales et sont approuvés par l'Assemblée Générale. Par ailleurs, ils sont audités et attestés sans réserve par un commissaire faisant partie de l'Institut des réviseurs d'entreprises. Les comptes sont ensuite déposés à la Banque Nationale de Belgique où ils peuvent être consultés et publiés sur le site Internet www.omdm.be et sur le portail des ONG reconnues par l'Etat belge, www.ong-livreouvert.org.

BILAN APRÈS RÉPARTITION

ACTIF

ACTIFS IMMOBILISÉS

Frais d'établissement

Immobilisations incorporelles

Immobilisations corporelles

Terrains et constructions

Appartenant à l'association ou à la fondation en pleine propriété

Autres

Installations, machines et outillage

Appartenant à l'association ou à la fondation en pleine propriété

Autres

Mobilier et matériel roulant

Appartenant à l'association ou à la fondation en pleine propriété

Autres

Location-financement et droits similaires

Autres immobilisations corporelles

Appartenant à l'association ou à la fondation en pleine propriété

Autres

Immobilisations en cours et acomptes versés

Immobilisations financières

Entités liées

Participations

Créances

Autres sociétés avec lesquelles il existe un lien de participation

Participations

Créances

Autres immobilisations financières

Actions et parts

Créances et cautionnements en numéraire

Codes	Exercice	Exercice précédent
	2013	2012 (11 mois)
20/28	<u>1.953.430,86</u>	<u>2.232.549,89</u>
20		
21		
22/27	<u>1.774.367,17</u>	<u>2.058.749,32</u>
22	1.584.906,45	1.787.075,45
22/91	1.584.906,45	1.787.075,45
22/92		
23	5.019,36	5.649,89
231	5.019,36	5.649,89
232		
24	184.441,36	264.046,28
241	184.441,36	264.046,28
242		
25		1.977,70
26		
261		
262		
27		
28	<u>179.063,69</u>	<u>173.800,57</u>
280/1		
280		
281		
282/3		
282		
283		
284/8	179.063,69	173.800,57
284	15.875,31	15.875,31
285/8	163.188,38	157.925,26

	Codes	Exercice 2013	Exercice précédent 2012 (11 mois)
ACTIFS CIRCULANTS	29/58	<u>2.847.651,08</u>	<u>2.589.542,58</u>
Créances à plus d'un an	29		
Créances commerciales	290		
Autres créances	291		
dont créances non productives d'intérêts ou assorties d'un intérêt anormallement faible	2915		
Stocks et commandes en cours d'exécution	3	1.095.019,21	1.153.647,50
Stocks	30/36	1.095.019,21	1.153.647,50
Approvisionnements	30/31		
En-cours de fabrication	32		
Produits finis	33		
Marchandises	34	1.055.409,16	1.037.737,21
Immeubles destinés à la vente	35		
Acomptes versés	36	39.610,05	115.910,29
Commandes en cours d'exécution	37		
Créances à un an au plus	40/41	338.994,91	282.589,79
Créances commerciales	40	261.476,67	196.606,34
Autres créances	41	77.518,24	85.983,45
dont créances non productives d'intérêts ou assorties d'un intérêt anormallement faible	415		
Placements de trésorerie	50/53		
Valeurs disponibles	54/58	1.292.981,03	1.053.424,87
Comptes de régularisation	490/1	120.655,93	99.880,42
TOTAL DE L'ACTIF	20/58	4.801.081,94	4.822.092,47

BILAN APRÈS RÉPARTITION

PASSIF

FONDS SOCIAL

Fonds de l'association ou de la fondation

Patrimoine de départ

Moyens permanents

Plus-values de réévaluation

Fonds affectés

Résultat positif (négatif) reporté (+)/(-)

Subsides en capital

PROVISIONS

Provisions pour risques et charges

Pensions et obligations similaires

Charges fiscales

Grosses réparations et gros entretien

Autres risques et charges

Provisions pour subsides et legs à rembourser
et pour dons avec droit de reprise

DETTES

Dettes à plus d'un an

Dettes financières

Emprunts subordonnés

Emprunts obligataires non subordonnés

Dettes de location-financement et assimilées

Etablissements de crédit

Autres emprunts

Dettes commerciales

Fournisseurs

Effets à payer

Codes	Exercice	Exercice précédent
	2013	2012 (11 mois)
10/15	<u>1.250.963,20</u>	<u>1.184.477,63</u>
10	254.304,30	254.304,30
100	254.304,30	254.304,30
101		
12		
13		
14	996.658,90	930.173,33
15		
16	<u>219.668,15</u>	<u>219.509,59</u>
160/5	219.668,15	219.509,59
160	29.769,38	43.400,80
161		
162	148.910,43	148.910,43
163/5	40.988,34	27.198,36
168		
17/49	<u>3.330.450,59</u>	<u>3.418.105,25</u>
17	1.061.913,53	1.222.611,59
170/4	883.430,19	1.044.128,25
170		
171		428,35
173	883.430,19	1.043.699,90
174		
175		
1750		
1751		

	Codes	Exercice 2013	Exercice précédent 2012 (11 mois)
Acomptes reçus sur commandes	176		
Autres dettes	179	178.483,34	178.483,34
Productives d'intérêts	1790		
Non productives d'intérêts ou assorties d'un intérêt anormalement faible	1791	178.483,34	178.483,34
Cautionnements reçus en numéraire	1792		
Dettes à un an au plus	42/48	2.247.557,24	2.137.731
Dettes à plus d'un an échéant dans l'année	42	167.857,79	164.285,40
Dettes financières	43	606.458,41	650.747,77
Établissements de crédit	430/8	123.950,00	123.950,00
Autres emprunts	439	482.508,41	526.797,77
Dettes commerciales	44	747.037,76	648.210,98
Fournisseurs	440/4	747.037,76	648.210,98
Effets à payer	441		
Acomptes reçus sur commandes	46	64.267,56	80.964,69
Dettes fiscales, salariales et sociales	45	615.555,00	547.604,55
Impôts	450/3	115.795,75	87.302,20
Rémunérations et charges sociales	454/9	499.759,25	460.302,35
Dettes diverses	48	46.380,72	45.917,61
Obligations et coupons échus, subsides à rembourser et cautionnements reçus en numéraire	480/8		
Autres dettes productives d'intérêts	4890	549,42	549,42
Autres dettes non productives d'intérêts ou assorties d'un intérêt anormalement faible	4891	45.831,30	45.368,19
Comptes de régularisation	492/3	20.979,82	57.762,66
TOTAL DU PASSIF	10/49	4.801.081,94	4.822.092,47

COMPTE DE RÉSULTATS

	Codes	Exercice 2013	Exercice précédent 2012 (11 mois)
Ventes et prestations	70/74	9.055.605,73	8.596.236,60
Chiffre d'affaires	70	5.383.778,17	5.033.577,12
En-cours de fabrication, produits finis et commandes en cours d'exécution:			
augmentation (réduction) (+)/(-)	71		
Production immobilisée	72		
Cotisations, dons, legs et subsides	73	2.377.799,07	2.380.976,73
Autres produits d'exploitation	74	1.294.028,49	1.181.682,75
Coût des ventes et des prestations	60/64	8.960.967,38	8.365.928,23
Approvisionnements et marchandises	60	3.293.024,40	3.016.168,20
Achats	600/8	3.284.534,62	3.239.441,85
Stocks: réduction (augmentation) (+)/(-)	609	8.489,78	-223.273,65
Services et biens divers	61	2.408.713,10	2.339.589,34
Rémunérations, charges sociales et pensions (+)/(-)	62	2.903.898,53	2.567.834,13
Amortissements et réductions de valeur sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles	630	285.091,98	270.135,54
Réductions de valeur sur stocks, sur commandes en cours d'exécution et sur créances commerciales:			
dotations (reprises) (+)/(-)	631/4	-26.432,54	48.237,76
Provisions pour risques et charges: dotations (utilisations et reprises) (+)/(-)	635/8	-13.631,42	
Autres charges d'exploitation	640/8	110.303,33	123.963,26
Charges d'exploitation portées à l'actif au titre de frais de restructuration (-)	649		
Résultat positif (négatif) d'exploitation (+)/(-)	9901	94.638,35	230.308,37
Produits financiers	75	27.178,55	29.353,22
Produits des immobilisations financières	750	1.173,65	1.633,76
Produits des actifs circulants	751	4.303,80	8.945,95
Autres produits financiers	752/9	21.701,10	18.773,51

	Codes	Exercice 2013	Exercice précédent 2012 (11 mois)
Charges financières	65	111.532,06	107.529,87
Charges des dettes	650	56.059,29	58.693,79
Réductions de valeur sur actifs circulants autres que stocks, commandes en cours et créances commerciales: dotations (reprises) (+)/(-)	651		
Autres charges financières	652/9	55.472,77	48.836,08
Résultat positif (négatif) courant (+)/(-)	9902	10.284,84	152.131,72
Produits exceptionnels	76	91.234,99	6.119,70
Reprises d'amortissements et de réductions de valeursur immobilisations incorporelles et corporelles	760		
Reprises de réductions de valeur sur Immobilisations financières	761		
Reprises de provisions pour risques et charges exceptionnels	762		
Plus-values sur réalisation d'actifs Immobilisés	763		
Autres produits exceptionnels	764/9	91.234,99	6.119,70
Charges exceptionnelles	66	13.789,98	-6.995,67
Amortissements et réductions de valeur exceptionnels sur frais d'établis-660 sement, sur immobilisationsincorporelles et corporelles			
Réductions de valeur sur immobilisations Financières	661		
Provisions pour risques et charges exceptionnels: dotations (utilisations)662 (+)/(-)	662	13.789,98	-6.995,67
Moins-values sur réalisation d'actifs immobilisés	663		
Autres charges exceptionnelles	664/8		
Charges exceptionnelles portées à l'actif au titre de frais de restructuration669 (-)	669		
RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) DE L'EXERCICE (+)/(-)	9904	66.485,57	165.247,09



ANNEXES

PARTENAIRES D'ARTISANAT

PAYS	ORGANISATIONS
------	---------------

AFRIQUE

1	Burkina Faso	SAVONNERIE BASNERE
2	Ile Maurice	CRAFT AID
3	Kenya	BOMBOLULU
4	Kenya	UNDUGU
5	Mozambique	BAOBART
6	Swaziland	TINTSABA

AMÉRIQUE LATINE

7	Bolivie	LA KOCHALITA
8	Bolivie	Q'ANTATI
9	Chili	PUEBLOS DEL SUR
10	Equateur	MCCH
11	Guatemala	AJQUEN
13	Pérou	MINKA
14	Pérou	ALLPA
15	Pérou	CIAP

PAYS	ORGANISATIONS
------	---------------

ASIE

16	Bangladesh	DHAKA
17	Bangladesh	CORR-JUTE WORKS
18	Inde	CO-OPTEX
19	Inde	CRC
20	Inde	EMA
21	Inde	MKS
22	Inde	PUSHPANJALI
23	Inde	RAJLAKSHMI
24	Inde	SASHA
25	Inde	TARA
26	Indonésie	ALURA AMARA
27	Indonésie	PEKERTI
28	Israël	SINDYANNA
29	Népal	BCP
30	Népal	ACP
31	Philippines	PREDI
32	Philippines	SAFFY
33	Sri Lanka	SELYN
34	Thaïlande	Y DEVELOPMENT
35	Vietnam	CRAFT LINK
36	Vietnam	MAI HANDICRAFTS

LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES

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

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
AFRIQUE		
1 Afrique du sud	Heiveld Cooperative Union	Rooibos bio
2 Afrique du sud	Stellar Organics	Vin bio (par ex. Pinotage)
3 Afrique du Sud	Eksteenkuil	Raisins
4 Afrique du Sud	Koopmanskloof	Vin (Chenin blanc, Shiraz)
5 Afrique du Sud	Uniwines (Groot Eiland)	Vin
6 Burkina Faso	Ritinka en Mangoso	Mangues bio (séchées et barre mangue-coco bio)
7 Congo	Agricole Muungano	Café Lake Kivu
8 Congo	Sopacdi	Café Lake Kivu
9 Egypte	Royal for Herbs	Menthe
10 Ethiopie	Oromia Coffee Farmers Cooperative Union (OCFCU)	Café (par ex. Bio Gold, Afrique,...)
11 Madagascar	Association des Planteurs de Mananara	Vanille (dans par ex. galettes de riz chocolat)
12 Ouganda	Gumutindo	Café
13 Tanzanie	Kagera Co-operative Union (KCU)	Café et café soluble
AMÉRIQUE LATINE		
14 Argentine	La Riojana	Vin (Torrantes bio, Malbec bio, mousseux Santa Florentina,...)
15 Bolivie	Alto Sajama	Café
16 Bolivie	Anapqui	Quinoa bio
17 Bolivie	El Ceibo	Cacao bio
18 Bolivie	Aipac	Café
19 Bolivie	Coinacapa	Noix d'Amazonie (pour barre mangue-noix)
20 Bolivie	Fecafeb	Café bio
21 Brésil	Cealnor - Coopealnor	Concentré jus d'orange & fruits de la passion
22 Brésil	Coagrosol	Concentré jus d'orange
23 Chili	Sociedad Vitivinicola Sagrada Familia	Vin (Cabernet Sauvignon, Lautaro,...)
24 Chili	Sociedad Vitivinivola Los Coligues – Perales Ltda.	Los Perales blanc

	PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
AMÉRIQUE LATINE (SUITE)			
25	Chili	Consorcio Vinicola de Chile (CVC)	Vin (Gran Descabezado,...)
26	Chili	Cooperativa Agrícola Vitivinícola de Cauquenes Ltda (COVICA)	Vin (Riesling, Chardonnay-Quality,...)
27	Chili	Cooperativa Campesina Apicola Valdivia Limitada (APICOOP)	Miel (1kg OFI)
28	Chili	Agrocomercial Frutos de Lipimavida S.A.	Mini-papayes
29	Chili	Agromercedes	Concentré jus de pomme
30	Costa Rica	Coopecanera	Sucre de canne
31	Costa Rica	Coope Sarapiquí (export via Coocafé)	Chips de manioc
32	Cuba	ANAP	Miel, rhum, concentré de jus de fruits
33	Equateur	Fapecafes	Café bio
34	Equateur	La Carlita (export via MCCH)	Confitures (mûre, goyave-fruits de la passion)
35	Equateur	El Guabo	Purée de banane
36	Equateur	Camari	Tapioca dans les crackers
37	Haïti	Recocarno	Café
38	Honduras	Coarene	Café
39	Honduras	COMSA	Café
40	Nicaragua	Cecocafen (Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte)	Café
41	Nicaragua	Del Campo	Sésame
42	Nicaragua	Prodecoop	Café
43	Pérou	Bio Trucha Andina Asociacion de Productores de Trucha Ecologica	Truite en conserve
44	Pérou	Cecovasa	Café
45	Pérou	Cepicafé Central Piurana De Cafetaleros	Café
46	Pérou	Apropal	Cœurs de palmier
47	Pérou	Naranjillo	Cacao bio
48	République dominicaine	Conacado (The National Confederation of Dominican Cocoa Producers)	Cacao bio

	PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
	ASIE		
49	Inde	Navdanya	Riz pour bières Bolivar
50	Inde	Potong Tea Workers Welfare Committee	Thé vert à la menthe bio
51	Inde	Agrocel	Riz Basmati bio
52	Laos	Association pour le Soutien au Développement des Sociétés Paysannes (ASDSP)	Confiture fruits de la passion & ananas, riz violet
53	Palestine	PARC	Couscous, huile d'olive bio, amandes, dattes
54	Philippines	Alter Trade Corporation	Sucre de canne Mascobado bio
55	Sri Lanka	Biofoods	Thé bio, poivres bio, coco bio
56	Thaïlande	Greenet	Riz bio, lait de coco bio
57	Thaïlande	Organic Jasmine Rice Producers Group	Choco rice crispies

LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES

VIA L'ORGANISATION **MAYA FAIR TRADE** (BELGIQUE)

	PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
1	Guatemala	Copiasuro	2 miels Laurel et Hulé
2	Mexique	Miel Mexicana	Manzanilla et Azahar
3	Mexique	Capim	Mantequilla et Azahar
5	Mexique	Maya Vinic sc	Toutes Fleurs conventionnel & Bio
6	Guatemala	Guayab	Toutes Fleurs conventionnel
7	Mexique	SPR POM	Toutes Fleurs BIO.
8	Nicaragua	Nicaraocoop	Toutes Fleurs BIO

LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES

VIA L'ORGANISATION **ETHIQUABLE** (FRANCE ET BELGIQUE)

	PAYS D'ORIGINE	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
AMÉRIQUE LATINE			
1	Pérou	CEPICAFAE (Passion)	Pur Jus Mangue-Passion 1l Tetrabrik
2	Pérou	APROMALPI (Mangue)	Pur Jus Mangue-Passion 1l Tetrabrik
3	Brésil et Pérou	COAGROSOL (Brésil) – APROMALPI (Pérou)	Nectar de citron vert
	Pérou et Equateur	FAPECAFE (Equateur) et CEPICAFAE (Pérou)	Confiture Orange Citron Vert Pérou BIO
4	Pérou et Haïti	CEPICAFAE (Pérou) et FECCANO (Haïti)	Chocolat Noir orange / Chocolat Noir café et amandes / Chocolat Noir caramel pointe de sel
5	Côte d'Ivoire	CEB (Côte d'Ivoire)	Chocolat Noir Eclats de cacao
6	Equateur	FONMSOEAM	Chocolat Noir Eclats de cacao
7	Haiti	FECCANO	Chocolat Noir 72% Haïti Chocolat Noir Baies roses
8	République Dominicaine	CONACADO	Chocolat Lait Noix de Coco Chocolat Lait Riz Soufflé
9	Equateur	UROCAL	Pur cacao non sucré
10	Equateur, Brésil	El Guabo (El Equateur), COAGROSOL (Brésil), Pérou CEPICAFAE (Pérou), APROMALPI (Pérou)	Dessert Banane Mangue Passion BIO
	Pérou	APROMALPI	Dessert Mangue Poire BIO
11	Equateur	APECAP	Chips de banane Plantain Salées
12	Equateur	APEQSAE	Chips de banane Plantain Salées
13	Salvador	APRAINORES	Noix de cajou grillées salées Noix de cajou sans sel

	PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
AMÉRIQUE LATINE (SUITE)			
14	Pérou	AGROPIA	Chips de pomme de terre bleue Pérou
15	Equateur	FONSOEAM	Chocolat noir 80%
16	Bolivie, Equateur République Dominicaine	CECAOT (Bolivie), UROCAL (Equateur), CONACADO (République Dominicaine)	Muesli croquant
AFRIQUE			
17	Côte d'Ivoire	COPABO	Noix de cajou grillées salées
18	Madagascar	FANOHANA	Nectar de litchi
19	Madagascar	Association des Planteurs de Mananara	Gousses de vanille Bourbon de Madagascar
ASIE			
20	Chine	Association Dazhangshan Organic Farmers	Thé vert au jasmin
21	Inde	FTAK	Noix de cajou salées
22	Vietnam	BAN LIEN	Thé vert shan du Vietnam
23	Sri Lanka	BIOFOODS/SOFA	Thé Vert Gingembre Citron Vert
	Sri Lanka	BIOFOODS/SOFA	Thé Vert Ceylan
24	Thaïlande	NAM OM	Muesli croustillant

LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES

PRODUITS DE NOTRE GAMME "PAYSANS NORD"

	PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
1	Belgique	Biolait	Lait Biodia
2	Belgique	Brasserie de la Lesse (Belgique) : Bières	Bières
VIA ETHIQUABLE :			
1	France	Association L'herberie des 2 Savoie	Infusion après repas
2	France	Association Paysans du Rance	Crème de châtaigne
3	France	Coopérative AgriBio Union	Lentilles rose et vertes
4	France	Coopérative Coop Garonne	Jus de tomate
5	France	Coopérative Ille fruits	Confiture d'abricot
6	France	Groupeement Bio de Gascogne	Huile de tournesol
7	France	IDOKI	Piment d'Espelette

LES PARTENAIRES DE LA GAMME NATYR

COSMÉTIQUES VIA L'ORGANISATION **CTM ALTROMERCATO** (ITALIE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
AFRIQUE	
1 Bénin	Karethic
2 Kenya	Meru Herbs
3 Madagascar	Equimada (Ravinala)
4 Maroc	GIE Targanine
AMÉRIQUE LATINE	
5 Argentine	Coopsol
6 Bolivie	Naturaleza
7 Brésil	CGTSM
8 République Dominicaine	Conacado
9 Equateur	Chankuap
10 Guatemala	Fedecovera
11 Nicaragua	Del Campo
12 Paraguay	Manduvirà
13 Pérou	Candela
ASIE	
14 Philippines	SPFTC
15 Thaïlande	Green Net
16 Sri Lanka	Biofoods/Sofa
17 Népal	Himalayan Bio Trade
18 Inde	Ambootia
19 Inde	Ansa/Asha

ACHATS ARTISANAT

NOM	PAYS	ACHATS 2013 (EN EUR)
ACP	NEPAL	24.578
AJQUEN	GUATEMALA	27.916
ALURA	INDONESIE	14.989
ALLPA	PEROU	11.582
BOMBOLULU	KENYA	3.084
CIAP	PEROU	14.382
COOPTEX	INDE	40.287
CRAFT AID	ILE MAURICE	5.118
CRAFT LINK	VIETNAM	109.292
DHAKA	BENGLADESH	24.730
EMA	INDE	44.504
EZA		27.187
JUTE WORK	BENGLADESH	7.887
KOCHALITA	BOLIVIE	6.253
MAI HANDICRAFT	VIETNAM	5.000
MCCH	EQUATEUR	30.543
MINKA	PEROU	11.300
MKS	INDE	18.395
NAAM	BURKINA	1.800
PEKERTI	INDONESIE	11.221
PUEBLOS	CHILI	64.492
PUSHPANJALI	INDE	32.445
SAFFY	PHILIPPINES	8.350
SASHA	INDE	31.011
SELYN	SRILANKA	25.728
TARA	INDE	117.679
TINSABA	ZWAZILAND	16.243
UNDUGU	KENYA	10.840
Y DEVT	THAILANDE	26.539

ACHATS COSMÉTIQUES

NOM	PAYS	ACHATS 2013 (EN EUR)
CTM Altro Mercato	Italie	14.938

LISTE DES ÉQUIPES LOCALES EN 2013

Andenne
Anderlecht
Ans
Arlon
Ath
Athus
Aywaille
Bastogne
Beauraing
Berchem
Bertrix
Boitsfort
Boondael
Bouillon
Braine-l'Alleud
Braine-Le-Château
Braine-Le-Comte
Charleroi
Ciney
Comines
Couvin
Dinant
Embourg
Enghien

Etterbeek
Florenville
Gembloux
Gilly
Hannut
Herve
Huy
Ixelles Porte de Namur
Jette
Jodoigne
La Bourse
La Louvière
Liège
Centre
Liège Feronstrée
Louvain-la-Neuve
Malmedy
Malonne
Marche
Martelange
Mons Havré
Mons VSM Jemappes
Mouscron
Namur Commerce Equitable

Namur Vêtements de Seconde Main
Neufchâteau
Nivelles
Ottignies
Rixensart
Rochefort
Saint-Gilles
Saint-Hubert
Schaerbeek
Soignies
Stockel
Thuin
Tournai
ULB
Verviers
Vielsalm
Virton
Visé
Waremme
Waterloo
Wavre Commerce Equitable
Wavre Vêtements de Seconde Main

LES FORMATIONS DES BENEVOLES EN 2013

LES FORMATIONS PROPOSÉES :

- Découvrir Oxfam
- Vie de l'équipe
- Parler d'Oxfam et de ses actions
- Sensibiliser les citoyens aux valeurs d'Oxfam
- Découvrir les produits
- Pratiques en magasin de commerce équitable
- Pratiques en magasin de seconde main
- Le partenariat selon Oxfam
- Le commerce équitable selon Oxfam
- Animation autour du jeu Négocio

MAIS ÉGALEMENT DIFFÉRENTS ÉVÉNEMENTS :

la journée des partenaires, la journée du vêtement de seconde main, débats sur le secteur du vêtement de seconde main chez OMDM, soirées-débats autour du travail décent et de la souveraineté alimentaire.

***60 sessions** de formation ont été organisées à la Centrale, en région et localement. Au total, plus de **2000 bénévoles** ont participé à près de **300 heures** de formation.*

ÉDUCATION PERMANENTE EN 2013 : ACTIVITÉ DES ÉQUIPES LOCALES

	Entité fédérante	Brux- elles	Brabant Wallon	Hainaut	Namur	Luxem- bourg	Liège	Total Général
GROUPES								
Nombre de bénévoles actifs dans les équipes locales (hors JM)		374	394	446	310	360	543	2427
Nombre de JM du monde		25	16	24	21	13	26	125
Nombre de groupes locaux		12	10	14	10	11	12	69
HEURES								
Total des heures de préparation et d'évaluation en équipe	32	260	188	368	241	301	326	1684
Total des heures de concrétisation des activités	287	442	520	789	444	735	650	3580
Total des heures de sensibilisation en magasin		1228	1029	1302	916	936	1445	6856
TOTAL								
Total des heures d'ouverture des magasins		24560	20580	26040	18319	18710	28890	137099
Nombre moyen d'heures de préparation et d'évaluation par groupe		22	19	26	24	27	27	24
Nombre moyen d'heures de concrétisation par groupe		37	52	56	44	67	45	52
Nombre moyen d'heures d'ouverture par groupe par semaine [52]		39	40	36	35	33	46	38
Nombre moyen de bénévoles par groupes		31	39	32	31	33	45	35

ÉDUCATION PERMANENTE 2013 : LES ANIMATIONS ET LES STANDS RÉALISÉS PAR LES ÉQUIPES LOCALES

	Bruxelles	Brabant Wallon	Hainaut	Namur	Luxembourg	Liège	TOTAL
ANIMATIONS ECOLE PRIMAIRE							
Nombre d'animations	8	8	20	0	7	17	60
Participants	93	166	868	0	28,5	34	1189,5
Heures	12,5	30	51,5	0	28,5	34	156,5
ANIMATIONS ECOLE SECONDAIRE							
Nombre d'animations	3	0	10	3	3	9	28
Participants	47	0	1091	47	115	249	1549
Heures	5,5	0	19	4,5	7	15,5	51,5
ANIMATIONS ADULTES							
Nombre d'animations	6	8	13	10	16	18	71
Participants	91	1642	502	236	980	1462	4913
Heures	19	28,5	27	28	53	40,7	196,2
TOTAL Nombre d'animations extérieures	17	16	43	13	26	44	159
TOTAL Animateurs	15	36	63	18	21	46	199
TOTAL Participants	841	1808	2461	283	1123,5	1745	8261,5
TOTAL Heures	37	58,5	97,5	32,5	134,5	90,2	450,2
STANDS							
Nombre de stands	24	28	44	19	36	25	176
Participants	1902	3082	9790	1825	5330	3325	25254
Heures	111,5	145,5	403,5	100	431	172,5	1364

LISTE DES ANALYSES ET LES ÉTUDES

30 ANALYSES

Commerce équitable	Comprendre le commerce équitable (1 et 2)
Commerce équitable	L'impact de la hausse et de la volatilité accrues des cours sur les acteurs de la filière coton
Commerce équitable	Du commerce équitable aux chaînes de valeur durables (1, 2 et 3)
Commerce équitable	Les systèmes de garantie équitables (1 et 2)
Commerce équitable	Plus de concurrence pour un commerce véritablement équitable
Commerce équitable	Les récentes évolutions du label Fairtrade (1 et 2)
Commerce équitable	Tu Simbolo, le label équitable par et pour les petits producteurs
Produits Nord	Les principaux points de débat de la démarche 'Paysans du Nord'
Produits Nord	Les apports de la démarche 'Paysans du Nord' au CE d'Omdm
Produits Nord	Le commerce du lait, un concentré d'injustice
Travail décent	Comprendre le travail décent (1 et 2)
Travail décent	Le traité transatlantique – toujours plus de compétitivité pour une Europe en austérité
Partenariat-éducation	Partenariat Sud et Education – les points de convergence
Partenariat-éducation	Partenariat Sud et Education – perspectives de travail futur
Souveraineté alimentaire	Comprendre la souveraineté alimentaire (1 et 2)
Souveraineté alimentaire	Moins de viande, plus de bien-être
Mouvement	Les enjeux du recrutement de bénévoles au sein d'OMDM
Mouvement	L'accueil des candidats bénévoles par les bénévoles
Mouvement	La dimension collective dans les équipes de seconde main
Vêtement de 2d main	La collecte de vêtements de seconde main en Wallonie
Vêtement de 2d main	Favoriser la récupération des textiles. Plus-value des écotaxes.
Obsolescence programmée	Quels sont les leviers politiques pour freiner l'obsolescence programmée
Obsolescence programmée	Ressource ou malédiction, le paradoxe du déchet dans un monde globalisé

2 ÉTUDES

Commerce équitable et consommation durable, pistes d'amélioration de l'impact environnemental d'Oxfam-mdm
 Les ressorts de l'engagement dans un mouvement de citoyens

LISTE DES MAGASINS DU MONDE-OXFAM (2013)*

* Pour la liste des magasins 2014 voir sur le site www.omdm.be

MAGASINS DE COMMERCE ÉQUITABLE

BRABANT WALLON

Jodoigne	Grand-Place, 34 1370 jodoigne	010/813910
Louvain-la-Neuve Grand Place	Grand Place, 5 1348 Louvain-La-Neuve	010/843596
Nivelles	Rue du Pont Gotissart, 1 1400 Nivelles	067/211224
Nivelles	Rue de Namur 17 1400 Nivelles	/
Ottignies	Boulevard Martin, 21 1340 Ottignies	010/418197
Rixensart	Rue A. Collin, 1 1330 Rixensart	02/6335866
Waterloo	Chaussée de Bruxelles, 139/B 1410 Waterloo	02/3513744
Wavre	Place Cardinal Mercier 9 1300 Wavre	010/229513
Braine-l'Alleud	Rue des 3 Apôtres, 7 1420 Braine-l'Alleud	02/3874374

BRUXELLES

Anderlecht	Rue Saint Guidon, 13 1070 Anderlecht	02/5221763
Berchem-St-Agathe	Rue de l'Eglise, 48 1082 Berchem-St-Agathe	02/4665843
Boitsfort	Rue du Ministre, 18 1170 Boitsfort	02/6604093
Etterbeek	Rue des Champs, 8 1040 Etterbeek	02/6490157
Ixelles P. de Namur	Chaussée d'Ixelles, 76 1049 Ixelles P. de Namur	02/5020206
Jette	Rue Léopold Ier, 527 1090 Jette	02/4207471
Saint-Gilles	Chaussée de Waterloo, 137 1060 Saint-Gilles	02/5370904
ULB	Avenue Paul Héger, 22 1000 ULB	02/6504487
Woluwe st Pierre	rue de l'église 91 1150 Woluwe St Pierre	02/7722140

HAINAUT

Ath	Rue de Pintamont, 5 7800 Ath	068/284910
Braine-le-Comte	Rue de la Station, 2 7090 Braine-le-Comte	067/560774
Charleroi	Rue de Montignies 68 6000 Charleroi	071/318062
Enghien	Rue d'Herinnes 4 7850 Enghien	02/3953562
Mons	Rue d'Havrè 15 7000 Mons	065/347545

Soignies	Rue de Mons, 36 7060 Soignies	067/330844
Tournai	Rue du Curé Notre Dame, 9/13 7500 Tournai	069/235684

LIEGE

Aywaille	Rue J. Wilmotte, 1 4920 Aywaille	04/3613863
Embourg	Rue Pierre Henard, 2 4053 Embourg	04/2472590
Hannut	Rue Albert 1er, 50A 4280 Hannut	019/513817
Herve	Rue Léopold, 34 4650 Herve	087/661471
Huy	Rue Sous-le-Château, 5 4500 Huy	085/214040
Huy	Rue des Fouarges 10 4500 Huy	
Liège Centre	Rue Cathédrale, 114 4000 Liège Centre	04/2321358
Malmedy	Chemin Rue, 4 4960 Malmedy	080/643364
Verviers	Rue de l'Harmonie, 6 4800 Verviers	087/312036
Visé	Rue Haute, 45 4600 Visé	04/3791814

LUXEMBOURG

Arlon	Place du Marché aux Légumes, 9-11 6700 Arlon	063/226118
Marche-en-Famenne	Place Roi Albert 1er, 16 6900 Marche-en-Famenne	084/457965
Neufchâteau	Place Charles Bergh, 10 6840 Neufchâteau	
Vielsalm	Place Paulin Moxhet, 11 6690 Vielsalm	080/398079

NAMUR

Beauraing	rue de Dinant, 2 5570 Beauraing	082/665161
Ciney	Rue du Commerce, 24 5590 Ciney	083/657409
Malonne	Cour d'Honneur de Saint-Berthuin 5020 Malonne	081/445859
Namur	Rue Haute Marcelle, 11 5000 Namur	081/223340
Rochefort	Rue Jacquet, 11A 5580 Rochefort	084/377971
Dinant	Grand Rue 103 Dinant	082/225165

MAGASINS MIXTES (COMMERCE EQUITABLE & SECONDE MAIN)

BRUXELLES

Schaerbeek	Place d'Helmet, 2 1030 Schaerbeek	02/2457881
------------	-----------------------------------	------------

HAINAUT

La Louvière	Rue de la Loi 54 7100 La Louvière	/
Mouscron	Rue de Courtrai, 32A 7700 Mouscron	056/331924
Thuin	Rue T'Serstevens, 50 6530 Thuin	071/553847

LIEGE

Waremmes	Rue Joseph Wauters, 6 4300 Waremmes	019/327930
Waremmes	av. Ed. Leburton 4300 Waremmes	

LUXEMBOURG

Athus	Grand-Rue, 81 6790 Athus	063/383467
Bastogne	Rue de la roche 5 6600 Bastogne	061/501446
Bertrix	Rue de la Gare, 6 6880 Bertrix	061/534697
Bouillon	Rue Maladrerie, 5 6830 Bouillon	
Florenville	Rue Généraux Cuvelier, 29 6820 Florenville	061/292695
Martelange	Grand-Rue, 2 6630 Martelange	063/601188
Saint-Hubert	Rue Mont Henneau 18 6870 Saint-Hubert	061/614571
Virton	Rue de la Roche, 3 6760 Virton	063/424660

NAMUR

Andenne	Rue du Commerce, 8 5300 Andenne	085/846863
Gembloux	Rue Léopold, 17-19 5030 Gembloux	081/601554

VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN

BRABANT WALLON

Braine-le-Château	Vieux Chemin de Nivelles, 21 1140 Braine-le-Château	02/3669241
Jodoigne	Grand-Place, 33 1370 Jodoigne	010/815321
Ottignies	Route Provinciale, 65 1340 Ottignies	010/618231

HAINAUT		
Ath	Place Marché au Lin, 4 7800 Ath	068/284911
Soignies	Rue Neuve, 13 7060 Soignies	067/331931
LIEGE		
Hannut	Rue Albert 1er, 50B 4280 Hannut	019/513817
Verviers-Ensival	En Mi-Ville, 3-5 4800 Verviers-Ensival	087/681524
LUXEMBOURG		
Arlon	Rue marché au beurre, 3 6700 Arlon	063/233506
NAMUR		
Ciney	Rue Edouard Dinot, 10 5590 Ciney	083/689263
Rochefort	Rue de Behogne 77 5580 Rochefort	
VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN ET EPICERIE		
BRABANT WALLON		
Wavre	Chaussée de Louvain, 165 1300 Wavre	010/816478
BRUXELLES		
Ixelles Boondael	Avenue Brillat-Savarin, 18 1050 Ixelles Boondael	02/6723294
Jemappes	Place de Jemappes, 10 Jemappes	
HAINAUT		
Gilly	Chaussée de Lodelinsart, 60 6060 Gilly	071/488418
LIEGE		
Visé	Avenue Franklin Roosevelt, 4 4600 Visé	04/3740449
Liège Féronstrée	4000 Rue Féronstrée 106 Liège Féronstrée	04/2210160
Ans	Rue de l'Yser, 318 4430 Ans	04/3821559
NAMUR		
Namur	Rue Bas de la Place, 13 5000 Namur	081/229545

LISTE DES JM-OXFAM

BRABANT WALLON

Collège Cardinal Mercier	Braine-l'Alleud
Institut de la Providence	Wavre
Collège Saint-Etienne	Court-Saint-Etienne
Institut de l'Enfant-Jésus	Nivelles
Lycée Martin V (implantation Biéreau)	Louvain-la-Neuve
Collège Notre-Dame de Basse-Wavre	Wavre
Athénée C.F. Paul Delvaux	Louvain-la-Neuve
Collège du Christ-Roi	Ottignies
Lycée Martin V (implantation Bruyères)	Louvain-la-Neuve
Lycée Berlaymont	Waterloo
Athénée Royal de Nivelles	Nivelles
Athénée Royal de Waterloo	Waterloo
Collège Saint Etienne (Les Hayeffes)	Mont-saint-Guibert
Institut Provincial d'Enseignement Technique	Nivelles
IESP Nivelles	Nivelles
ESES ESCALPADE	Limal

BRUXELLES

Collège Saint-Michel	Etterbeek
Institut Saint-Dominique	Schaerbeek
Collège Saint-François	Ixelles
Centre Sacré-Cœur	Jette
Institut de l'Assomption	Watermael-Boitsfort
Athénée Royal Jean Absil	Etterbeek
Institut des Dames de Marie	Woluwe-Saint-Lambert
Collège Saint-Hubert	Watermael-Boitsfort
Institut St Vincent de Paul	Forest
Institut St Boniface	Ixelles
Lycée Henriette Dachsbeck	Bruxelles
Institut St Jean Baptiste de la Salle	Saint Gilles
Lycée Mater Dei	Woluwe-Saint-Pierre
Lycée Maria Assumpta	Laeken
EPEP Ecole professionnelle Edmond Peeters	Ixelles
Collège Don Bosco	Woluwe-Saint-Lambert

Institut Saint Julien Parnasse	Auderghem
Athénée Royal d'Auderghem	Auderghem
Sacré-Cœur de Lindhout	Woluwe-Saint-Lambert
Institut Saint-Louis	Bruxelles
Athénée Royal de Koekelberg	Koekelberg
Institut Saint-Joseph	Etterbeek
Ecole L'ESCALE à Parhélie	Uccle
Centre scolaire Ma Campagne	Ixelles
Athénée Charles Janssens	Ixelles

HAINAUT

Athénée provincial Mixte Warocqué	Morlanwez
Athénée Bara	Tournai
Institut Saint-André	Ramegnies-Chin
Athénée Royal d'Ath	Ath
Collège et Institut Tech. Saint-Vincent	Soignies
Collège Saint Stanislas	Mons
Institut Notre-Dame	Charleroi
Centre éducatif St Pierre	Leuze-en-Hainaut
Institut Ste Marie	La Louvière
Collège Notre Dame de Tournai	Tournai
Institut des Ursulines de Mons	Mons
Collège St Augustin	Enghien
IET Notre Dame	Charleroi
Collège Saint Julien	Ath
Collège Sainte-Marie	Saint Ghislain
Lycée Jeanne Dufrasne	Quaregnon
Institut Paridaens	Beaumont
Institut Saint François	Ath
Athénée Royal de Beaumont	Beaumont
Institut Sainte Thérèse	Manage
Athénée de Saint-Ghislain	Saint Ghislain
Athénée Provincial La Louvière	La Louvière
Athénée Royal Péruwelz	Péruwelz
Athénée Royal Les Marlaire	Gosselies

LIEGE

Centre scolaire St-Benoît / St-Servais	Liège
Collège Saint-Joseph	Chénée
Collège Saint-Louis	Bressoux
Institut Saint-Roch	Theux
St Lambert - St Laurent	Herstal
Institut Notre-Dame de Jupille	Jupille-sur-Meuse
Collège Sainte-Véronique	Liège
Collège Saint-Barthélemy	Liège
Collège Saint-Quirin	Huy
Institut de l'Instruction chrétienne - Flône	Amay
DIC Collège	Liège
Athénée Léonie de Waha	Liège
Institut Sainte-Marie	Huy
Collège Marie-Thérèse	Herve
Collège du Sartay	Embourg
Centre scolaire St Michel-St Raphaël	Remouchamps
Institut St Joseph	Welkenraedt
Athénée Royal de Huy	Huy
Collège Saint Hadelin	Visé
Lycée Ste Croix et Notre-Dame	Hannut
Collège Notre-Dame	Gemmenich
Athénée Royal Charles Rogier	Liège
Athénée Royal de Montégnée	Saint-Nicolas
Athénée Royal de Visé	Visé
Ecole Professionnelle d'Ans (EPA)	Ans
Collège Saint François Xavier	Verviers

LUXEMBOURG

Institut Saint-Joseph - Sacré-Cœur	La Roche
Institut Notre-Dame (INDA)	Arlon
Institut Notre-Dame - Séminaire (INDSé)	Bastogne
Collège Notre-Dame du Bonlieu	Virton
Institut Cardijn-Lorraine	Athus
Collège d'Alzon	Bure

Athénée Royal de Bastogne	Bastogne
Athénée Royal d'Arlon	Arlon
Athénée Royal Athus	Athus
Institut Cardijn-Lorraine Differt	Messancy
Institut Saint Michel	Neufchâteau
Athénée Royal de Vielsalm	Vielsalm
Institut Jean XXIII implantation de Rochefort	Rochefort

NAMUR

Institut Jean XXIII	Jemelle
Institut Sainte-Begge	Andenne
Séminaire de Floreffe	Floreffe
Collège Notre-Dame de la Paix	Erpent
Communauté scolaire Sainte-Marie	Namur
Institut de la Providence	Champion
Institut Ste Marie de Jambes	Jambes
Etablissement des Soeurs de Notre-Dame	Namur
Collège N-D de Bellevue	Dinant
Institut Notre Dame du Sacré Cœur	Beauraing
Collège de Burnot	Profondeville
Collège Saint André	Auvelais
EPES Reumonjoie	Malonne
Collège St Guilbert	Gembloux
Institut St Joseph	Ciney
Collège St Benoît Maredsous	Denée
Collège de Godinne-Burnot (site de Godinne)	Godinne
Collège St Servais	St-Servais
Institut Technique de la Communauté Française Dinant	Dinant
Athénée Royal François Bovesse	Namur
Institut Saint-Berthuin	Malonne

PARTICIPANTS AUX PETITS DÉJEUNERS 2013

LIEU	2011	2012	2013	DIFFÉRENCE	%
Total Bruxelles	6042	5753	5052	-701	-12%
Total Brabant Wallon	6342	5674	5118	-556	-10%
Total Hainaut	8544	8010	7225	-785	-10%
Total Liège	8086	8245	7309	-936	-11%
Total Namur	5505	5275	4515	-760	-14%
Total Luxembourg	4633	4542	4328	-214	-5%
Total pdj presse RTBF - RTL	565	359	365	6	2%
Total comptabilisé	39717	37858	33912	-3946	-10%
Taux de croissance global	1,83%	-4,68%	-10,42%		





OXFAM
Magasins du monde