



**RAPPORT
ANNUEL 2015**



OXFAM
Magasins du monde

PARTIE 1 : INFORMER, SENSIBILISER, MOBILISER6

Campagnes : la prise de conscience des enjeux par le plus grand nombre 7

PARTIE 2 : APPRENDRE ENSEMBLE16

Des interventions et des rencontres sur le terrain 17

Notre collaboration avec le monde scolaire 20

Les formations organisées pour le mouvement..... 24

PARTIE 3 : NOS PARTENAIRES AU CŒUR DE NOTRE MISSION26

La collaboration avec nos partenaires 27

PARTIE 4 : LE COMMERCE ÉQUITABLE ET DE SOLIDARITÉ34

L'artisanat équitable, un savant mélange entre tradition et modernité 35

Les vêtements de seconde main..... 47

Nos magasins 48

Produits et services pour les professionnels..... 50

PARTIE 5 : NOTRE VISION.....51

Plan stratégique 2020 52



*Pour Oxfam-Magasins du monde,
le commerce équitable, c'est bien plus
qu'un prix juste : préfinancement,
transparence, qualité, gestion
participative, travail décent, liberté
syndicale, appui aux groupes marginalisés,
égalité hommes-femmes, respect de
l'environnement, mobilisation citoyenne...
sont autant de critères indissociables.*

PHOTO: artisanes de Pushpanjali - Inde - ©Fairtrade Connection

AVANT PROPOS

L'année 2015 a été marquée par de nombreux événements dramatiques: la guerre en Syrie et la crise migratoire, l'impact permanent des changements climatiques, la montée des individualismes et des extrêmes qui excluent, la croissance des inégalités, les attentats...

Chez Oxfam-Magasins du monde, nous agissons concrètement et nous nous mobilisons au quotidien pour agir sur ces crises: la participation à la distribution de vêtements au Parc Maximilien, la mobilisation pour le Climat (COP21), le travail collectif et inclusif dans nos équipes en sont des exemples.

Plus que jamais nous portons avec cohérence nos thématiques pour une agriculture durable, pour

le travail décent, pour l'égalité entre les hommes et les femmes.

En 2015, l'accès à la terre et l'égalité hommes-femmes ont été les sujets phares puisqu'ils ont fait l'objet de campagnes de sensibilisation spécifiques. En début d'année nous avons mené une campagne d'interpellation : «l'agriculture est menacée, notre alimentation aussi». En octobre, la campagne «fairchances » en collaboration avec trois partenaires du Sud (Inde et Bangladesh) a su motiver de nombreux bénévoles à se former et à agir pour les femmes de Belgique et de nos pays partenaires à travers l'alternative que nous portons fièrement: le commerce équitable.

Notre action est loin de s'arrêter aux campagnes. Toute l'année,

nous sommes présents, souvent réunis avec d'autres associations, pour défendre nos idées, nos valeurs et nos alternatives. L'année a également été rythmée par de nombreuses mobilisations autour des accords de libre échange (TTIP) et du droit à un salaire décent dans le secteur du textile. Sans oublier notre plaidoyer pour que les communes wallones et bruxelloises participent à la campagne « commune du commerce équitable ».

Notre volonté de nous réinventer tant sur le plan de notre vision (stratégie 2020) que sur le plan institutionnel (Oxfam-en-Belgique) n'a d'autre objectif que de promouvoir plus efficacement nos alternatives pour une économie plus juste et solidaire.

Je vous invite à découvrir ce qui a marqué cette année 2015 et à partager avec nous la même conviction: ensemble, nous pouvons construire un monde plus juste et solidaire.



Pierre Santacatterina
Directeur Général

PARTIE 1

INFORMER, SENSIBILISER, MOBILISER

PHOTO: artisanes de Dhaka - Bangladesh - ©Fairtrade Connection



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

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

L'AGRICULTURE EST MENACÉE, NOTRE ALIMENTATION AUSSI : DE MARS À JUIN 2015

Cette campagne mettait en avant la difficulté croissante pour les paysans d'avoir accès à la terre pour produire les ali-

ments dont nous avons besoin pour vivre, et posait la question : « A-t-on oublié d'où viennent nos aliments ? »

En ce début de XXI^{ème} siècle, il y a en effet une évidence qui échappe à bon nombre de per-

sonnes : les terres agricoles sont limitées, et se raréfient de plus en plus, notamment à cause de l'urbanisation croissante, de pratiques agricoles non durables et du changement climatique qu'elles précipitent. Mais la question de l'accès à la terre et du maintien de la paysannerie nous renvoie également à des enjeux éminemment démocratiques. Garder le contrôle sur nos terres cultivées, c'est en effet maintenir un accès régulier, permanent et libre, à une alimentation qui corresponde à nos besoins et à nos attentes.

La campagne a été menée en collaboration avec le RESAP (Réseau de Soutien à l'Agriculture

Paysanne) durant la première partie de l'année 2015, avec comme point d'orgue le 17 avril, Journée Internationale des Luttes Paysannes. De nombreuses actions ont ainsi été organisées à cette occasion, dont des soirées-débats menées un peu partout à Bruxelles et en Wallonie par des équipes locales Oxfam-Magasins du monde.

Afin de sensibiliser nos clients et sympathisants, outre les dépliants et affiches, nous avons réalisé une courte vidéo sous forme d'animation. Cette vidéo présente de manière ludique les chiffres qui en disent long de l'accès à la terre en Belgique.



Elle a été vue près de 64 000 fois sur YouTube et partagée plus de 2 000 fois sur Facebook.

Nous avons également encouragé les citoyens à agir à leur niveau : en consommant local et équitable, en participant à des

TERRE-EN-VUE

L'asbl Terre-en-vue est née de la rencontre de Jean Vander Elst, un citoyen de Rochefort, et de Claudy Marion, son voisin fermier. Elle propose à des citoyens ou des associations d'acheter collectivement une terre, sous forme de coopérative. Une manière efficace de sortir ces surfaces agricoles de la spéculation et de réaliser un investissement sans risques, qui produira des bénéfices sociaux, environnementaux et humains.

soirées-débats, en rejoignant un groupe local déjà actif dans leur commune ou en devenant coopérateur de « Terre-en-vue ».

FAIRCHANCES (1^{ÈRE} PARTIE) DE SEPTEMBRE À DÉCEMBRE 2015

La deuxième partie de l'année était consacrée à la campagne Fairchances, dont l'objectif est de défendre l'égalité hommes-femmes au Sud comme au Nord. Cette campagne (et c'est une première) a été mise sur pied en

collaboration avec trois de nos partenaires du Sud : Sasha et Tara en Inde, et Corr-The Jute Works au Bangladesh. Notre volonté est de dépasser les simples relations commerciales qui nous lient pour travailler ensemble à un changement des mentalités.

Partout dans le monde, les femmes sont victimes d'inégalités. Elles sont plus pauvres alors qu'elles travaillent souvent plus que les hommes. Les inégalités hommes-femmes ne sont pas

une fatalité. Nous pouvons tous contribuer à un monde où les femmes auraient les mêmes chances que les hommes de travailler, de s'affirmer et de prendre des décisions.

Le rapprochement entre le Nord et le Sud a été la ligne de conduite de cette première partie de campagne : nous avons mis en ligne le site Internet commun (et bilingue français-anglais) fairchances.org, nous avons mis en parallèle des témoignages d'artisanes du Sud et de militants Oxfam du Nord et nous avons fait appel à une spécialiste du Sud, Shalini Sinha, et une spécialiste du Nord, Véronique de Baets, pour une interview croisée.

Nous avons également rappelé les chiffres essentiels des inégalités hommes-femmes. Par

exemple, dans le monde, les femmes ne gagnent que 10% du revenu global alors qu'elles fournissent 2/3 du travail. Par ailleurs, nous avons mis l'accent sur la notion d'empowerment des femmes pour lutter contre ce constat et sur les 4 verbes qui résument cette approche basée sur l'autonomie et la capacité de changer les rapports de pouvoir : avoir, savoir, vouloir et pouvoir.

Outre ce site Internet, nous avons produit une vidéo, intitulée « 100% » afin de montrer aux citoyens qu'en agissant avec Oxfam ici, ils avaient 100% de chances de soutenir le combat pour l'égalité hommes-femmes là-bas. Cette vidéo a été vue près de 7500 fois et a été partagée plus de 200 fois.

Nous avons aussi encouragé les citoyens à porter littéralement ce combat, en se maquillant ►►



►► des symboles égalitaires sur le visage, les mains... à l'occasion d'événements tels que les Petits Déjeuners Oxfam. Par ailleurs, nous avons mis l'accent sur le besoin de s'informer et d'éduquer. En effet, pour lutter contre les inégalités hommes-femmes, il est essentiel de combattre les stéréotypes sexistes (au Nord comme au Sud) et ce dès le plus jeune âge.

La campagne chez nos partenaires

Fin 2015, nos partenaires Sasha, Tara et Corr-The Jute Works nous ont partagé des nouvelles et des images qui transmettaient l'enthousiasme du public indien et bangladais pour le lancement de la campagne Fairchances.

Tara a lancé la campagne le 7 novembre sous le slogan "L'égalité de genre n'est pas une

question de femmes, mais de droits humains ! Travaillons ensemble à l'égalité des genres". Différentes activités ont été organisées le même jour dans les villes indiennes de Delhi, Badarpur, Bawana Delhi et à l'université de Manav Rachna à Faridabad.

Chez Sasha, deux débats ont été organisés pour le lancement de campagne avec comme thème général: "Changer les Perspectives - S'approprier l'Égalité de Genre". Plusieurs intervenant-e-s du mouvement indien pour l'égalité femmes-hommes ont participé à ces débats.

LES PETITS DÉJEUNERS OXFAM

Cette année encore, les Petits Déjeuners Oxfam avaient lieu en octobre, durant la semaine du



**TOUS AUX
PETITS-DÉJEUNERS
OXFAM!**

SEMAINE DU COMMERCE ÉQUITABLE

**Samedi 10 et
dimanche 11
octobre 2015**

www.petitsdejeunersoxfam.be


OXFAM
Magasins du monde

Un petit déjeuner en prison

Innovation de l'année 2015: pour la première fois, un Petit Déjeuner Oxfam était organisé dans une prison, à Marche-en-Famenne, en collaboration avec l'équipe locale. En réalité, deux petits déjeuners y ont eu lieu: l'un d'eux était ouvert aux personnes extérieures et un second, plus privé, était réservé aux détenus et à leurs familles et amis.

« J'ai pu oublier la prison l'espace d'un petit déjeuner. De plus, les fonds sont récoltés pour une œuvre caritative, voilà comment faire d'une pierre deux coups. »

(Yannick N.)

commerce équitable. L'événement a rassemblé 34 751 participants à 201 petits déjeuners. Les Petits Déjeuners Oxfam restent le rendez-vous annuel le plus attendu de nos bénévoles et 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.

Chaque année, les Petits Déjeuners Oxfam sont l'occasion de mettre en avant la campagne organisée au second semestre. Cette année n'a pas dérogé à la règle et la campagne Fairchances (voir page 8) était au cœur de nombreux petits déjeuners. Ainsi, à Braine-le-Comte, l'équipe sensibilisait les participants en faisant entrer les hommes d'un côté et les femmes de l'autre. À Montigny-le-Tilleul, un jeu était orga-

nisé autour de la thématique des inégalités de genre. À Athus, l'équipe organisatrice arborait de magnifiques t-shirts décorés aux « couleurs » de Fairchances. Enfin, l'action maquillage proposée par la campagne a été organisée dans de nombreux Petits Déjeuners.

Roopa Mehta, cofondatrice de notre partenaire indien Sasha, est venue à la rencontre des bénévoles de Herve. Sasha est une organisation de Calcutta dont Oxfam-Magasins du monde vend les produits mais qui est aussi partenaire pour la campagne Fairchances. Cette visite ►►



►► était au sommaire du journal de Télé-Vesdre, mais les équipes de Ciney, Rochefort et Bertrix ont aussi pu compter sur un passage sur la télévision locale de leur région.

Cette année, une enquête a été réalisée dans 19 Petits Déjeuners Oxfam; 977 personnes y ont participé. Cette enquête révèle une moyenne de satisfaction très élevée de 4,5 sur 5. L'accueil, la quantité et le prix sont particulièrement appréciés.

UNE INFORMATION ACCESSIBLE À TOUS

Les sujets que nous traitons sont parfois complexes. Ils doivent pourtant être accessibles à tous pour que les citoyens puissent d'eux-mêmes questionner le système économique dans lequel nous vivons. 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

Le Magasin du monde-Oxfam, qu'il soit de commerce équitable ou de vêtements de seconde main, est aussi un lieu de sensibilisation. Il est un relais essentiel pour diffuser nos campagnes auprès de nos clients.

Ainsi, pour la campagne « Accès à la terre », la sensibilisation en magasin a permis de faire le lien entre les clients et sympathisants et les initiatives locales : elle a eu un impact réel sur le nombre de souscriptions de parts dans la coopérative Terre-en-vue, dont le flyer était distribué en magasin. De même, l'exposition « Terres en jeu » a renforcé l'assise et la visibilité de Terre-en-vue lors des actions de rues

et les soirées-débats portées par les bénévoles des équipes locales. La diffusion de cette campagne a également permis de faire le lien entre la thématique de l'accès à la terre et nos produits Paysans du Nord.

De même, lors du deuxième semestre, la campagne Fairchances était organisée en collaboration avec nos partenaires indiens Sasha et Tara et notre partenaire bangladais Corr-The Jute Works. Le magasin était l'endroit idéal pour faire le parallèle entre notre collaboration commerciale (les produits) et notre collaboration politique (les campagnes).

En fin d'année, toujours dans le cadre de la campagne Fairchances, nous avons mis en avant notre partenaire marocain GIE-Targanine. Ce partenaire fournit une activité à 300 femmes

du Sud-Ouest marocain. Ces femmes fabriquent l'huile d'argan utilisée dans notre gamme de produits cosmétiques Natyr. Nous avons mis l'accent spécifiquement sur le pouvoir « magique » du commerce équitable qui permet de rendre aux femmes fierté et autonomie. C'est, en effet, une des forces du commerce équitable : faire évoluer la société de manière douce, en rendant les personnes actrices de leur propre destin. Khadija Boumad témoigne : *« Ma vie a changé, avant j'attendais que mon mari me donne de l'argent, maintenant je gagne mon propre argent. Je suis fière car je ne dois plus demander d'argent à personne. Ni à mon mari, ni à mes fils... Je peux acheter ce que je veux. »*

SUR INTERNET

En 2014, nous avons adapté le design de notre site Internet,

pour le mettre en cohérence avec l'identité graphique de la confédération Oxfam, mais surtout pour le rendre adaptatif (responsive). L'affichage de notre site s'adapte maintenant au matériel utilisé par l'internaute (ordinateur, tablette, smartphone). Ce changement s'est révélé payant en 2015, puisque nous avons vu une augmentation de 90% des visites à partir d'un smartphone et de 25% à partir d'une tablette.

En 2015, nous avons posé les bases d'une véritable stratégie de community management, qui se poursuivra dans les années à venir. Les outils ne sont plus envisagés individuellement mais comme faisant partie d'une stratégie globale de diffusion et de promotion de nos activités, associée à une volonté de dialoguer efficacement avec nos

Une pluie de déclarations d'amour

En février 2015, nous avons tenté d'innover à l'occasion de la Saint-Valentin, et les résultats furent étonnamment positifs. Plutôt que faire la promotion de nos produits ou lancer un concours, nous avons simplement demandé à nos sympathisants Facebook d'exprimer leur amour pour le commerce équitable, sans aucune récompense à la clé. En retour, nous avons créé des images en forme de panneau sur lesquels nous avons reproduit les déclarations. Plus de 100 personnes ont participé, créant ainsi un patchwork coloré de messages d'espoirs et de soutien qui nous ont montré que les valeurs de solidarité et de désintéressement avaient encore de l'avenir.

Kitsune, par exemple, nous dit qu'elle aime le commerce équitable « *parce qu'exploiter des gens afin que nous, Européens, puissions avoir tout ce que nous désirons au prix le plus bas, c'est égoïste et profondément injuste!* »

" J'AIME OXFAM
PARCE QUE JE PEUX
CONTRIBUER, À MA
TRÈS MODESTE
MESURE, À UN MONDE
PLUS JUSTE "

un client du magasin de Wavre



table, du travail décent et de la souveraineté alimentaire. Au total, 113 animations ont été menées par nos bénévoles auprès d'adultes et en écoles primaires et secondaires.

Organiser une activité

Rappelons qu'Oxfam-Magasins du monde est une organisation d'éducation permanente qui vise à mettre des citoyens en action. Afin de mener à bien cet objectif, des bénévoles sensibilisateurs 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. En 2015, nous avons dû réimprimer notre « Catalogue de l'Offre éducative », victime de son succès et rapidement en rupture de stock. Cette brochure fait le tour de tous les

supports d'information et des outils de sensibilisation disponibles. Elle s'adresse à toute personne qui désire, même ponctuellement s'investir dans la défense des alternatives que nous proposons.

Stand up !

Convaincre un passant en quelques minutes est un exercice plutôt difficile. Il faut trouver la bonne phrase d'accroche et ensuite éveiller sa curiosité. C'est pourquoi nous avons développé en 2015 « Stand up ! », un outil qui propose des techniques et méthodes pour mettre en œuvre un stand de sensibilisation. Il est composé d'un dossier où sont rassemblées les différents types d'actions à mener dans l'espace publics, les bonnes questions à se poser avant de se lancer, des conseils pratiques et des techniques al-

ternatives pour investir l'espace public pour ceux qui seraient tentés d'innover.

À ce dossier s'ajoutent 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 et le seconde main...

« Je vois le monde autrement »

André, bénévole pour l'équipe de Stockel (Woluwe-Saint-Pierre), témoigne de son expérience d'animation auprès de 28 enfants de 5^{ème} primaire.

« La matinée fut clôturée par la récolte auprès des 28 enfants de ce qui les avait particulièrement frappés. Et quelle fut notre surprise d'entendre une petite fille dire « qu'elle voyait maintenant le monde autrement ! » Pouvait-on espérer plus belle conclusion ? J'ai trouvé les enfants pleins d'intérêt pour le sujet... et pour le chocolat Oxfam. Une telle expérience apporte de la confiance en soi en vue d'autres animations et une confiance dans la génération montante, pour autant que nous la sensibilisons. »

PARTIE 2

**APPRENDRE
ENSEMBLE**

PHOTO: écolières - EMA- Inde - ©Fairtrade Connection

DES INTERVENTIONS ET DES RENCONTRES SUR LE TERRAIN

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.

ACTIONS MÉDIATIQUES ET PRISE DE POSITION

En 2015, nous avons à nouveau renforcé notre présence dans les médias, principalement sur les thématiques de la souveraineté alimentaire et des inégalités hommes-femmes.

La campagne «Accès à la terre» menée en collaboration avec le ReSAP (Réseau de Soutien à une Agriculture Paysanne) a connu son point d'orgue à l'occasion de la Journée Internationale des Luttes Paysannes le 17 avril. Ainsi, plus de 30 actions ont été

mises sur pied au niveau local entre le 27 mars et le 17 avril. Une conférence de presse a également eu lieu sur le site de la ferme urbaine de Haren. Ces actions ont trouvé un écho dans la presse puisque nous avons dénombré au moins 15 articles ou reportages à ce sujet, dans des médias aussi divers que L'Avenir, RTL-TVi, La Libre Belgique, Sudpresse, Le Vif-L'Express ou la RTBF. Par ailleurs, notre chargé de thématique «Agriculture» est intervenu dans 10 soirées-débats et 16 formations.

Toutes ces actions ont incontestablement permis d'attirer l'attention du public et des médias locaux sur la problématique portée par la campagne. Les retours des citoyens qui ont mené

ou participé à ces actions sont généralement très positifs : ils ont le sentiment de faire partie d'une mobilisation générale qui peut avoir un réel impact.

Avec la campagne «Fair-chances», nous intégrons pour la première fois la question du genre dans nos prises de position médiatiques, en dénonçant les inégalités mais surtout en présentant le commerce équitable comme un vecteur d'empowerment pour les femmes du Sud. C'est pourquoi nous avons tenu à mener cette campagne avec nos partenaires du Sud (Sasha et Tara en Inde, Corr-The Jute Works au Bangladesh). Nous avons organisé un voyage de presse en Inde, à la rencontre de nos partenaires et de ►►

►► leurs artisanes. Durant ce voyage, la volonté d'Oxfam-Magasins du monde était de faire découvrir aux journalistes le travail quotidien de ces organisations de commerce équitable et de sortir des débats sur les labels, ou sur des définitions techniques pour voir la réalité du commerce équitable selon Oxfam-Magasins du monde.

Ce voyage a été l'occasion pour les journalistes de récolter les témoignages d'artisanes au parcours aussi courageux qu'éton-

nant, de travailleurs et de travailleuses de nos organisations partenaires qui œuvrent sur le terrain. Ils ont également pu assister à des formations et à des animations organisées par les partenaires pour les artisans, les artisanes et leurs familles, visiter des centres de santé et des ateliers de production.

Un seul regret, l'absence des journalistes de la RTBF (faute d'obtention de visa refusé par l'ambassade Indienne) dont le reportage aurait permis de tou-

cher un public très large et moins habitué à lire la presse. Néanmoins, outre des articles dans les colonnes de journaux nationaux (La Libre Belgique et Le Soir), le voyage de presse a débouché sur la parution de deux articles de quatre pages, l'un dans le magazine Imagine Demain le Monde (n°112) et l'autre dans la revue Axelle (n°184).

Enfin, nous avons continué à nous impliquer dans la question du TTIP, en mobilisant nos bénévoles et sympathisants lors d'actions, en impliquant un de nos chargés de thématique dans le dossier, et en constituant un groupe de travail composé de bénévoles et de membres du staff, avec pour objectif de suivre, débattre et mobiliser sur le sujet et d'élaborer une position pour Oxfam-Magasins du monde.

NOTRE TRAVAIL EN RÉSEAU

Oxfam-Magasins du monde est actif dans plusieurs réseaux d'organisations, à commencer par Oxfam-en-Belgique avec ses organisations-sœur: Oxfam-Wereldwinkels et Oxfam-Solidarité. En Belgique, Oxfam-Magasins du monde est également membre de la Fédération belge du Commerce Équitable (BFTF – Belgian Fair Trade Federation) aux côtés d'une douzaine d'autres organisations.

Au niveau international, Oxfam-Magasins du monde préside le groupe de travail Fair Trade d'Oxfam-International (OIFTWG). Ce groupe est composé des affiliés Oxfam actifs dans le commerce équitable. Son objectif est de placer le commerce équitable à l'agenda de l'organisation, mais aussi d'échanger et de partager les pratiques des uns et des autres pour plus d'efficacité



et de cohérence au niveau mondial. Nous collaborons aussi avec le Bureau Européen de Plaidoyer sur le commerce Équitable (FTA0) dont les bureaux sont situés à Bruxelles.

Oxfam-Magasins du monde fait également partie d'EFTA (European Fair Trade Association) et de WFTO-Europe (World Fair Trade Organisation), dont notre directrice Sophie Tack est membre du conseil d'administration. Celle-ci a ainsi participé en 2015 à la réunion de WFTO à Milan, où elle a pu partager durant une conférence l'expérience d'Oxfam-Magasins du monde dans la mise sur pied de campagnes de sensibilisation au commerce équitable. Durant cette biennale, nous avons également présenté nos initiatives sur la question du genre et des inégalités hommes-femmes.

Oxfam-en-Action

En 2015, le réseau Oxfam-en-Action, qui rassemble des jeunes de 18 à 25 ans sur les campus de Bruxelles et Wallonie, a été très actif.

Au niveau local : les équipes ont organisé de nombreuses

actions (Petits Déjeuners Oxfam, actions de campagne sur l'accaparement des terres en Belgique, ciné-débats, etc).

Au niveau national : les participants ont pu vivre des moments de formations (notam-

ment lors du weekend annuel, avec des sujets comme le TTIP, la dette, etc.) et participer à des actions nationales. L'année a été rythmée par les mobilisations autour de la COP21 de Paris, les bénévoles ont manifesté à Bruxelles et Ostende, ils ont aussi été présents notamment au festival Esperanzah avec les traditionnels petits-déjeuners.

Le nombre de bénévoles actifs reste stable, autant pour ceux qui le sont en tant qu'individus (lors des actions nationales) que pour ceux qui sont membres d'une équipe locale. Celles-ci sont actuellement au nombre de 6 (Bruxelles-ULB, Mons, Ath, Namur, Louvain-La-Neuve, Huy).



NOTRE COLLABORATION AVEC LE MONDE SCOLAIRE

Les jeunes représentent l'avenir. 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, 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 nous contactent pour organiser des activités de sen-

sibilisation autour des thématiques que nous portons. Nous mettons à leur disposition des outils pédagogiques gratuitement (en prêt ou don). Ce matériel permet d'aborder les enjeux liés au commerce équitable, au

travail décent, à la souveraineté alimentaire et à la consommation responsable, de manière ludique et accessible.

Cette année fut marquée par l'implémentation de la plateforme d'outils pédagogiques. Concrètement, les enseignants et animateurs peuvent facilement commander en ligne, via le site www.outilsoxfam.be, le matériel dont ils souhaitent disposer. Le matériel peut ensuite être récupéré dans le Magasin du monde-Oxfam de leur choix. Une façon pour Oxfam-Magasins du Monde de faire découvrir son offre et ses activités à un public qui ne se rend pas forcément dans les magasins. Cent enseignants et futurs enseignants font régulièrement appel à ce

service et 800 personnes actives ou intéressées par le secteur de l'éducation reçoivent, 4 fois par an, la newsletter éducative qui présente les nouveautés (outils pédagogiques, formations, etc.).

Oxfam-Magasins du Monde a participé à la réalisation de la mallette « Protection sociale pour tous » dont la coordination est assurée par le CNCd-11.11.11. Cette mallette, dont les animations et activités sont prévues pour les 15 ans et plus, reprend le dossier « Modes d'emploi » et est également proposée en prêt gratuit via la plateforme.

L'année 2015 a vu aussi le lancement d'un programme de formation destiné aux futurs ensei-

gnants. Un module sur le thème de la découverte des principes de l'éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire a été préparé conjointement avec l'asbl Quinoa et des formations spécifiques sur l'utilisation de l'outil « Mode d'emplois » ont également été dispensées. Une centaine d'enseignants ont de cette manière été sensibilisés aux enjeux de la citoyenneté mondiale.

LES JM-OXFAM

En 2015, 123 équipes d'enseignants et d'élèves se sont engagées dans ce projet 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 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.

Parmi ces 123 JM-Oxfam, nous avons accueilli en 2015 sept nouvelles équipes à Uccle, Laeken, Charleroi, Liège, Ottignies, Arlon et Andenne.

Après la campagne sur le jus d'orange « 99 % Pouvoir Concentré » qui s'est terminée avec l'année scolaire 2014-2015, les JM-Oxfam ont porté leurs efforts sur le climat à l'occasion de la Conférence de Paris sur le climat (COP21). La campagne « Changeons notre école, pas le climat » rappelle, à l'aide d'un dossier et de fiches-actions, ►►



►► que les changements climatiques ont déjà des effets importants, qu'ils touchent surtout les pays du Sud et que nous pouvons agir plutôt que subir.

Les Oxflashes

Cette année, 10 écoles ont organisé un Oxflash, c'est-à-dire une demi-journée de sensibilisation pour les 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. Cette journée est co-organisée avec les animateurs JM-Oxfam qui proposent une animation théâtrale pour quelques classes. Cette année, l'animation théâtrale a été construite avec la compagnie « les Vrais Majors ». Elle avait comme objectif de faire comprendre aux jeunes les mécanismes du système économique et de présenter des alter-

natives au commerce international dominant.

Journée Oxfamnesty 2015

Le mercredi 11 février 2015, 196 élèves et 32 professeurs issus des équipes JM-Oxfam et Antennes-Amnesty de 29 écoles de Wallonie et Bruxelles, se sont retrouvés, à Namur, à l'occasion de la 13^{ème} journée Oxfamnesty. Cette journée fut l'occasion pour les jeunes de se rencontrer, d'échanger et d'agir autour de la thématique du droit à l'alimentation. Une expérience qui a permis aux participants de mieux comprendre les enjeux de cette thématique, notamment à travers des ateliers, un jeu d'enquête et du théâtre. Cette journée s'est clôturée par un grand flashmob pour dénoncer le fait que la faim dans le monde est liée à des choix politiques. Pour cela, les participants se sont

couchés sur la Place d'Armes pour simuler des cadavres, pendant que d'autres entouraient la place avec de la rubalise (ruban de police) et des panneaux « Crime Scene – Do not cross ».

Journée JM 2015

Le mercredi 14 octobre, près de 558 élèves et professeurs membres des JM-Oxfam, issus de 51 écoles de Belgique francophone, se sont réunis pour lancer une nouvelle année d'actions aux côtés d'Oxfam. En 2015, les JM-Oxfam se sont mobilisés autour du climat, à l'occasion du grand rendez-vous international prévu à Paris au mois de décembre. Durant la journée, les JM-Oxfam ont pu assister à l'un des quatre programmes proposés. Les participants ont également eu l'occasion de découvrir la pièce de théâtre-action créée durant l'été par le comité Inter JM:

des petites saynètes illustrant une situation injuste dans lesquelles les participants viennent jouer leur propre rôle pour tenter d'influencer positivement le déroulement de l'histoire. Pour terminer la journée en beauté, les 600 participants se sont tous retrouvés sur le parking pour écrire en lettres géantes « Act Now », un message destiné aux politiciens pour qu'ils agissent pour sauver le climat. La scène, vue du ciel, a été filmée par un drone.

Objectif équitable

Cette année, une soixantaine d'écoles ont participé au défi Objectif Équitable lors de la Journée Mondiale du Commerce Équitable, le 7 mai, organisée en collaboration avec Oxfam-Wereldwinkels et Miel Maya HONING. A cette occasion, les élèves des écoles francophones

et flamandes ont été invités à réaliser des activités pour promouvoir l'alternative du commerce équitable, avec à la clé un prix : un bon d'achat dans un Magasin du monde-Oxfam et un Fairtrade@ School Award à suspendre dans leur école. Cet événement permet à des jeunes qui ne font pas partie des JM de découvrir, voire de s'engager dans le mouvement. Une soixantaine d'écoles qui s'activent durant une journée autour du commerce équitable !

Les JM en action toute l'année

Mais surtout, les JM-Oxfam ont organisé, tout au long de l'année, une cinquantaine d'actions locales qui ont touché plus de 14 000 élèves. La campagne « Changeons notre école, pas le climat » a été présentée dans les écoles. Un dossier pédagogique a été créé pour proposer des ac-



tions à réaliser autour de la justice climatique ainsi qu'un DVD avec des reportages sur le sujet.

Le comité Inter JM

Il rassemble des jeunes qui veulent aller plus loin avec les JM-Oxfam. Le groupe se réunit généralement une fois par mois. Le comité compte

une quarantaine de jeunes venant d'une quinzaine d'équipes JM-Oxfam. En 2015, le comité s'est réuni à l'occasion de diverses activités comme le week-end de formation Inter JM sur la découverte de la finance via le jeu Ethica, animé par une animatrice du réseau Financière, une visite du musée du capita-

lisme à Namur accompagnée d'une discussion sur la décroissance, ou encore une journée de découverte du parlement européen. De manière plus globale, le comité prend part aux grandes activités comme la journée Oxfamnesty, la rentrée des JM et les petits déjeuners Oxfam à 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... Ces formations ont comme but commun de mieux comprendre les enjeux d'Oxfam et de pouvoir les partager.

DES ÉQUIPES DE BÉNÉVOLES ORGANISÉES ET FORMÉES

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 magasin, la connaissance des partenaires, les enjeux liés au commerce équitable, etc.

La formation «Présenter et vendre les produits», par exemple, permet 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. Cette formation, proposée au printemps et à l'automne dans les différentes régions, rassemble de nombreux bénévoles venant de toutes les équipes. Ces journées de formation sont donc également l'occasion d'échanger sur les pratiques en magasin, de l'accueil des clients à l'information et la sensibilisation autour de nos campagnes. Des ateliers et des exercices pratiques dynamisent le contenu et les échanges.

Au-delà des savoir-faire très pratiques, les bénévoles apprennent à développer des savoirs autour des grands enjeux d'Ox-

fam, leur permettant une meilleure compréhension du monde dans lequel nous évoluons et leur offrant des leviers d'action pour la sensibilisation. Les thématiques des campagnes ont été particulièrement mises en avant. Une nouvelle formation a été mise sur pied en 2015 : «Comprendre les enjeux d'Oxfam» permet d'approfondir les enjeux du commerce équitable et de se mettre en action.

A 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 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, entamée en 2014, a été poursuivie en 2015. 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.



EN 2015, 55 FORMATIONS
ONT ACCUEILLI PLUS
DE 1300 BÉNÉVOLES

A close-up portrait of a young Black woman with a serene expression. She is wearing a dark blue headscarf with a vibrant pattern of white and gold floral or leaf-like motifs. Several coins are pinned to her forehead, including a large silver coin in the center and smaller gold and silver coins on the sides. The background is a solid, bright blue.

PARTIE 3

**NOS PARTENAIRES
AU CŒUR DE
NOTRE MISSION**

LA COLLABORATION AVEC NOS PARTENAIRES

Nos partenaires sont des organisations qui rassemblent des producteurs d'artisanat et d'épicerie 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.

LA COMMISSION PARTENAIRES

Elle est composée de bénévoles et de salariés. Cette instance collective d'Oxfam-Magasins du monde 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 équitable que nous avons établis. Ainsi, la commission a pour rôle de suivre les évaluations des partenaires existants, ►►

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.

►► d'arrêter les relations commerciales avec certains, ou encore d'intégrer de nouveaux partenaires. Elle rend compte de ses activités au Conseil d'Administration.

JOURNÉE DES PARTENAIRES

La traditionnelle journée des partenaires Oxfam, organisée conjointement par Oxfam-Magasins du monde, Oxfam-Solidarité et Oxfam-Wereldwinkels, a eu lieu à Liège le vendredi 24 avril. C'est une journée où des partenaires-producteurs du Sud viennent à la rencontre des bénévoles des trois organisations.

Cette journée a rassemblé plus de 450 personnes au Palais des Congrès de Liège. Les partenaires présents étaient : Tara, partenaire d'Oxfam-Magasins du monde en Inde, qui fabrique des produits d'artisanat et soutient

les populations les plus marginalisées ; Street Net, partenaire d'Oxfam-Solidarité en Afrique du Sud, qui regroupe des organisations de vendeurs de rue ; Monttillo, partenaire d'Oxfam-Wereldwinkels au Paraguay, qui regroupe 500 familles qui cultivent la canne à sucre bio.

La première partie de la journée était consacrée au témoignage de ces trois partenaires et à une séance de questions-réponses. L'après-midi, les participants avaient le choix entre une rencontre en plus petits groupes avec l'un de ces partenaires et un moment plus ludique : une animation théâtrale, une dégustation de vins équitables ou une promenade guidée à la découverte des alternatives citoyennes qui se sont développées à Liège pour lutter contre les injustices économiques.

*" C'EST UNE JOURNÉE QUI
NOUS BOOSTE, NOUS PERMET
UN CONTACT DIRECT AVEC LES
PARTENAIRES ET L'OCCASION
DE RENCONTRER BÉNÉVOLES
ET SALARIÉS. "*

Danielle Leclercq, bénévole Oxfam-Magasins du monde



PHOTO: Journée des partenaires 2015 ©Tineke D'Haese/Oxfam Solidarité



PHOTO : Journée des partenaires 2015

Les participants avaient aussi la possibilité de participer à une interpellation en rue en commémoration des deux ans de l'effondrement du Rana Plaza.

À la suite de cette journée, nous avons demandé aux participants d'exprimer leur ressenti. Voici quelques témoignages :

« Oxfam est une grande communauté et venir à une journée comme celle-ci motive. »

« Le fait de rencontrer et d'entendre les partenaires parler de leur rencontre avec Oxfam et de ce que ce partenariat a changé dans leur vie concrétise et humanise vraiment notre travail. »

« J'espère maintenir les prises de conscience et diffuser les informations à un maximum de personnes. »

« La journée des partenaires ? Comme chaque fois, je suis impressionnée par le travail et l'organisation que cela a demandé en amont pour les 3 organisations. C'est une journée qui nous booste, nous permet un contact direct avec les partenaires et l'occasion de rencontrer bénévoles et salariés. » Danielle Clercq, bénévole Oxfam-Magasins du monde

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 2015, nous avons effectué l'audit économique, social et environnemental de deux organisations dans le sud : Cooptex en Inde et Y Development Coopération en Thaïlande.

Les audits de l'ensemble des partenaires sont effectués en collaboration avec les autres organisations membres du réseau européen EFTA (European Fair Trade Association) avec qui nous nous partageons la tâche. Suite à l'audit, un plan d'action est élaboré, afin d'inventorier les

améliorations à réaliser au sein de l'organisation, en respectant un timing précis. Même si l'exercice est souvent contraignant pour ces organisations, toutes reconnaissent que l'audit est un bon outil de professionnalisation. Dans la plupart des cas, les évolutions sont effectives et des

avancées démocratiques, sociales et environnementales sont obtenues.

En 2015, nous avons effectué un audit économique, social et environnemental de Rajlakshmi, producteur indien de textile. Un plan d'action a été élaboré, en fonction d'un timing précis. L'audit offre un cadre d'évaluation européen fondé sur les 10 principes du commerce équitable (voir page 27). Il constitue un outil de professionnalisation et une base d'échanges entre organisations du Sud et du Nord. Pour Rajlakshmi ce sont par exemple des avancées en matière de formation des salariés, de mise à disposition de documents sur les droits des travailleurs ou de la tenue de réunions de travail collectives qui font l'objet d'un plan d'action.

Les visites de partenaires du Sud servent aussi à nourrir des recherches sur certaines thématiques ou à préparer des campagnes de sensibilisation. Dans ce cadre, Patrick Veillard s'est rendu en Inde en octobre 2015 pour récolter des informa-



tions en vue de la future campagne sur le textile équitable (prévue pour le second semestre 2017). Les partenaires rencontrés incluaient des fournisseurs textiles de longue date d'Oxfam-Magasins du Monde (CRC, Sasha) mais aussi de nouveaux fournisseurs potentiels tels que Creative Handicraft, Assisi Garments, Rajlakshmi, ainsi que le groupement de producteurs de coton Chetna Organics. Le matériel obtenu (interviews, photos, témoignages, etc.) sera compilé au sein d'une étude à paraître en 2016.

PRODUCTION D'ANALYSES ET D'ÉTUDES

Les analyses que nous produisons permettent non seulement d'asseoir notre expertise, elles servent également de matière première indispensable aux campagnes, aux outils de sensi-

bilisation et d'éducation. Les analyses et études sont utilisées quotidiennement. Il arrive par exemple 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, une trentaine d'analyses et deux études ont été produites en 2015. Si elles sont toutes publiées sur notre site internet, certaines sont diffusées en dehors de notre réseau de diffusion propre.

Parmi les exemples de valorisation, on peut citer une série de 3 analyses intitulées « Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le commerce (sans jamais oser le demander) ». Rédigées sous forme de questions – réponses, ces analyses ont été lues et exploitées par un groupe de travail d'une dizaine de béné-

voles sur le TTIP (traité transatlantique Europe – USA). L'objectif était de mieux comprendre le contexte et les enjeux actuels du commerce international, afin de rédiger une note de positionnement la plus claire et crédible possible.

Depuis 2012, Oxfam-Magasins du monde s'est inscrit dans le projet de réflexion et constitution d'un outil pédagogique autour des alternatives, avec Quinoa, Rencontre des Continents, ITECO et la Maison du Développement durable de Louvain-la-Neuve. L'année 2015 a été l'occasion de tester le dispositif éducatif à de multiples reprises auprès de publics divers et variés, en Belgique et en France. Le dispositif dont la parution est prévue à l'été 2016 portera le nom de « Potentia ». La partie « réflexion » du projet a débouché, en 2015, sur la parution



d'une étude rédigée par Quinoa, Rencontres des Continents et Oxfam-Magasins du monde. Cette étude servira de cahier de décodage en accompagnement du dispositif Potentia. Afin de valo-

riser ce travail au sein de la démarche pédagogique d'Oxfam-Magasins du monde, il a été décidé que la campagne de sensibilisation de fin de 3^e année (2016) portera sur les alternatives

alimentaires. Cette campagne utilisera le dispositif «Potentia» comme outil de sensibilisation et d'éducation des publics ciblés par la campagne.

Toutes ces analyses et études sont disponibles sous l'onglet «s'informer» de notre site internet.

PARTIE 4

LE COMMERCE ÉQUITABLE ET DE SOLIDARITÉ

PHOTO : artisane de Sasha - Inde - ©Fairtrade Connection

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

Notre artisanat peut se définir comme une mise en valeur des savoir-faire traditionnels de nos partenaires. Les techniques qu'ils maîtrisent et se transmettent de génération en génération sont déclinées de telle sorte qu'au final, les produits que nous mettrons dans les vitrines de nos magasins séduiront nos clients sympathisants.

UNE VITRINE SUR LE MONDE

Nos partenaires ont de l'or dans les mains. Nous le constatons lors de la création de chaque nouvelle collection. Cette année encore, toute l'équipe a été séduite par les couleurs chatoyantes et la grande variété de produits qui nous a été propo-

sée. Nos deux collections annuelles étaient empreintes de fraîcheur et de légèreté.

De nombreuses conditions doivent être réunies pour qu'un produit puisse se trouver dans les rayons de nos magasins: le plus possible de matières premières

naturelles et renouvelables, un respect strict des normes en vigueur, qualité, travail soigné et cohérence avec les tendances choisies pour chaque collection.

C'est un partenariat qui s'inscrit dans le long terme. Nous évoluons ensemble au gré de nos demandes et de la capacité des partenaires. C'est un travail enrichissant de longue haleine, qui apporte de nombreux échanges.

L'équipe a eu l'occasion de rencontrer de nombreux partenaires au salon Ambiente qui a lieu chaque année à Francfort (ALLPA - Pérou, Corr The Jute Works et Dhaka - Bangladesh, Selyn - Sri Lanka, Craftlink - Vietnam, Undugu - Kenya...).

UNE RÉUNION DE WFTO À MILAN

C'était pour nous une occasion unique de rencontrer bon nombre de nos partenaires. Pour attirer l'attention du grand public sur les solutions proposées par le commerce équitable, un marché d'artisanat équitable a été organisé. L'évènement était ouvert à tous et a permis à de nombreux partenaires de partager leur savoir-faire, l'étendue de leur offre et leur mode de production.



FOCUS PARTENAIRE : CRC

En Inde, l'organisation CRC propose une gamme diversifiée de produits artisanaux, allant des accessoires de mode ou pour la maison, aux cadeaux et objets décoratifs entièrement fabriqués à la main. Les artisans utilisent des colorants et produits naturels et sont les pionniers dans la région concernant la fabrication de cuir écologique. Grâce aux différents projets développés, les producteurs bénéficient désormais d'une assurance maladie, de prêts à taux zéro, et sont acteurs du processus de prise de décision au sein de l'organisation.



COMMENT OXFAM-MAGASINS DU MONDE CHOISIT SES PARTENAIRES ?

Nous donnons la priorité :

- ▶ aux organisations répertoriées dans notre registre de partenaires avec lesquelles nous avons la volonté d'entretenir des relations durables et équilibrées ;
- ▶ à des organisations qui ont un double impact :
 - un impact au bénéfice direct des membres de l'organisation et de leur communauté ;
 - un impact qui contribue à des changements politiques et économiques structurels pour l'ensemble de la société ;
- ▶ à des organisations de pays ou de régions du monde les plus défavorisés, avec une attention particulière pour l'Afrique et l'Amérique latine ;
- ▶ à de nouvelles organisations prêtes à mener un dialogue ouvert et transparent dans des relations de collaboration équilibrées :
 - permettant de renforcer des alliances dans la construction d'une force de changement ;
 - permettant de renforcer la crédibilité, l'efficacité et la rentabilité des actions de commerce équitable notamment en proposant des produits de qualité.



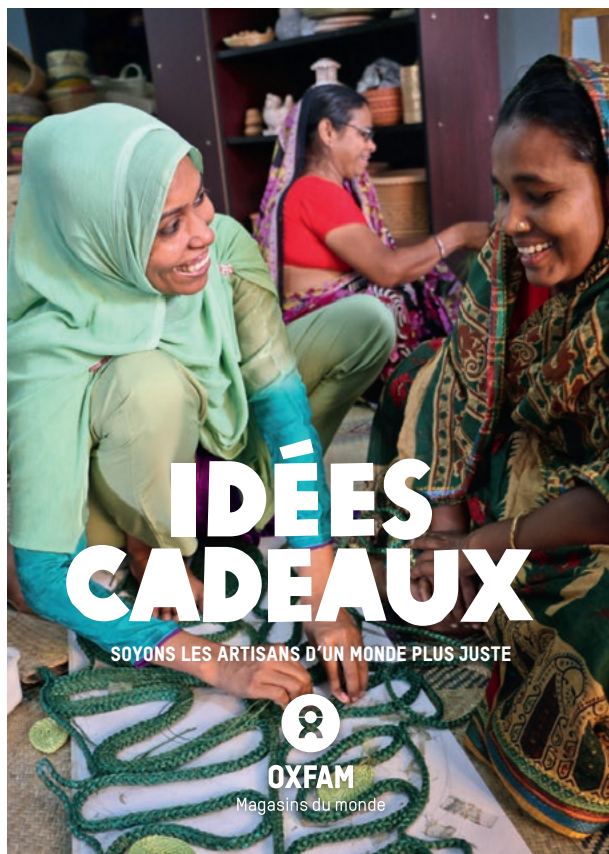
PHOTO : artisane de Selyn - Sri Lanka - © Selyn

FOCUS PARTENAIRE : NOAH'S ARK

Située dans la ville indienne du « cuivre jaune » (laiton), l'organisation Noah's Ark a été créée afin d'aider les artisans à obtenir plus d'indépendance face aux pratiques injustes des intermédiaires locaux. Aujourd'hui, elle compte plus de 500 producteurs et propose un ensemble de produits en métal, en bois ou en verre, des bijoux et divers objets utilitaires et de décoration.

Au fil des ans, le développement de l'organisation a permis aux producteurs de bénéficier d'un système de retraites, d'accès à l'eau potable, de soins médicaux gratuits pour les familles ainsi que d'aides financières pour la scolarité des enfants.





UN CATALOGUE SAISONNIER POUR PRÉSENTER NOTRE COLLECTION

Nous avons réalisé un catalogue en fin d'année pour mettre les produits de notre collection Hiver en valeur. Huit pages remplies d'idées cadeaux et d'information sur les partenaires qui ont été distribuées à nos clients et sympathisants.



ASSORTIMENT COSMÉTIQUES

Les produits Natyr bio certifiés Natrue forment une gamme complète de soins pour les peaux sèches, sensibles ou normales. Le label Natrue garantit un produit qui contient au minimum 70 % d'ingrédients naturels et bio, sans parabènes, silicone, colorants, parfums artificiels ni OGM.

Karethic fait le choix d'un mode de production artisanal, semi-mécanisé, permettant à la fois de préserver le savoir-faire des femmes et de produire durablement sans épuiser les ressources de l'arbre de karité.

En 2012, Karethic réunissait 500 productrices réunies en 11 coopératives. Ensemble, ils œuvrent pour le renforcement des capacités des femmes, afin de légitimer leur rôle de gardiennes des savoirs et du patrimoine africains.

FOCUS PARTENAIRE : KARETHIC

Karethic est une filière de karité artisanal bio qui regroupe 7 coopératives de production au Bénin. L'objectif est de renforcer le rôle et l'autonomie des femmes dans la filière karité, valoriser un savoir-faire ancestral et préserver un patrimoine écologique (l'arbre de karité). Karethic s'est aussi investi dans le développement d'un processus de production permettant d'éviter le raffinage et la désodorisation du beurre afin d'en préserver les principes actifs réparateurs et la véritable texture.



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 : prix juste, préfinancement, mode de production durable (agriculture paysanne), 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.

Une année riche en découvertes gustatives

Pas moins de 37 nouvelles références sont venues agrémenter les étagères de nos rayons épicerie. Une année 2015 intense puisqu'elle a également vu naître deux nouvelles relations commerciales avec des partenaires

du « Nord », la chocolaterie Belvas et les cafés Chorti.

Les gourmands l'auront certainement remarqué, 10 nouveautés se sont ajoutées à notre assortiment de chocolat équitable. Citons par exemple les deux tablettes d'Ethiquable (Nougatine Noisette et le noir 98%) ainsi que plusieurs emballages de pralines du chocolatier Belvas.

Quant aux amateurs de café, ils n'auront pas manqué l'arrivée des 4 nouveautés proposées par Café Chorti. Ce sont des cafés 100% arabica torréfiés de manière artisanale en provenance directe du Guatemala. Les parfums du Sud sont encore plus présents puisque 4 nouvelles

épices ont fait leur apparition. Et la grande innovation équitable de l'année est sans conteste la confection des mélanges de « super aliments » d'Ethiquable aux nombreuses vertus.



Belvas

Belvas est un fabricant de chocolats belges certifiés bio et équitables qui travaille avec trois coopératives de cacao au Pérou et une coopérative à Saint-Domingue.

La coopérative péruvienne Divisoria s'engage sur un cacao biologique de qualité. Pour cela, elle mène conjointement la plantation de cacao avec celle des fleurs tropicales et des arbres indigènes de la jungle, dans le but de conserver la flore de la région. Elle a également diversifié ses activités grâce au lancement d'une nouvelle unité de bois certifié et la production d'engrais organique, fourni par les fermes et familles rurales.



Café Chorti

La structure belge Café Chorti rassemble les producteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs du café arabica, produit par la coopérative « la Cuna Chorti » au Guatemala.

La vente de leur café torréfié en circuit court a révolutionné leur ancienne position de petits paysans exploités par le système local, pour en faire des acteurs reconnus tout au long de l'activité commerciale.

FOCUS SUR LE CAFÉ CHORTI DU GUATEMALA

Le Café Chorti 100% ARABICA, torréfié de façon artisanale, est plein d'arôme, avec une légère saveur chocolatée. Légèrement corsé, faible en caféine et sans amertume, il est très digeste.



PHOTO: Artisan - Guatemala - ©Café Chorti



RELEVEZ LE DÉFI !

GRAND CONCOURS DE RECETTES ÉQUITABLES

Avec Eric et Tristan Martin
du restaurant Lemonnier,
participez à la création
d'un livre de recettes !

INFOS SUR :
WWW.CUISINE-EQUITABLE.BE


OXFAM
Magasins du monde

2015, UNE ANNÉE DELICIEUSEMENT ÉQUITABLE

Nos produits sont bons, beaux et de qualité et nos clients sympathisants ont du talent. Nous avons décidé de profiter de tous ces éléments pour partager nos savoir-faire avec le plus grand nombre. Comment ? En organisant un concours d'échange de recettes en magasin et également via notre site internet. Pour nous aider à mener à bien ce défi, nous avons fait appel aux chefs Eric et Tristan Martin de la Maison Lemonnier (ci-contre) et au photographe Anthony Florio engagés auprès du mouvement culinaire Génération W.

Cette action baptisée « collectif culinaire » a été mise en avant du 15 avril au 15 mai en magasins, sur notre site et sur les réseaux sociaux. En un temps record, nous avons reçu une

quantité impressionnante de recettes créatives et originales. Les meilleures ont été publiées dans le livre de recettes gourmand et original d'Oxfam-Magasins du Monde « Fair ! Cuisine équitable, cuisine durable ».

Pour clôturer l'action en beauté et pour lancer la commercialisation du livre, les finalistes du concours ont eu la chance de préparer leur recette dans les cuisines du restaurant Lemonnier pour un jury de professionnels (chef, journaliste, blogueur, fournisseur et gourmets).

Un projet riche, qui nous a permis d'expérimenter de nombreuses nouvelles pistes. Une collaboration avec des chefs et un artiste engagés, une présence en télévision avec notre participation à l'émission « Un Gars, un Chef » sur La Une et le début de la ►►



PHOTO: © Anthony Florio



►► vente en ligne, puisque le livre de cuisine est en vente en magasins et sur le net.

La Maison Lemonnier : des chefs engagés !

Eric Martin, chef autodidacte, est guidé par l'amour des produits vrais, le respect des saisons et du terroir. Exigeant, intègre, il se définit comme artisan. Sa passion pour la nature et sa connaissance du goût vous invitent à découvrir une cuisine créative aux associations étonnantes : marine, terrestre, légumes en dessert...

Son fils, Tristan, est issu de l'école hôtelière de la Citadelle de Namur et de l'Institut Paul Bocuse à Lyon, où il a appris l'essentiel de la profession. Il est parti ensuite découvrir la rigueur des grandes maisons.

Eric et Tristan, c'est l'alliance de l'expérience, de l'inventivité, de la technique et de l'exigence des classiques du métier,

exprimée à travers le produit. Cette philosophie, père et fils la partagent et la pratiquent à l'identique.



LES VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN

Avec 32 équipes de bénévoles actives dans des magasins à Bruxelles et en Wallonie, Oxfam-Magasins du monde milite pour la récupération et la valorisation de vêtements de seconde main. La vente de vêtements de seconde main a trois grands objectifs.

D'abord, elle permet d'offrir des produits de qualité à petits prix. Des équipes de bénévoles trient minutieusement les vêtements pour ne garder que ceux de qualité et les revendent à bas prix.

Ensuite, elle reprend la règle des « 3R » (Réduire sa consommation, Réutiliser et Recycler) et permet de lutter contre le gaspillage.

Enfin, le vêtement de seconde main permet de financer des pro-

jets à haute valeur sociale ajoutée en finançant nos propres projets en Belgique.

OXFAM-MAGASINS DU MONDE, UNE ENTREPRISE SOLID'R

SOLID'R est le label éthique des entreprises d'économie sociale actives dans la récupération et le recyclage. Mis en place par le réseau RESSOURCES, il permet de mettre à l'avant-plan les organisations qui s'engagent au respect

volontaire de règles éthiques et solidaires et à leur contrôle par un organisme indépendant. Ainsi, les citoyens qui souhaitent se débarrasser de biens au profit d'un projet de solidarité, ont la certitude que ces biens seront revalorisés dans cet objectif. Cette année encore, un contrôle indépendant portant sur le respect du cahier des charges du label éthique SOLID'R a été mené et le résultat est positif.

Nous continuerons donc à utiliser ce label pour montrer que nous respectons leurs critères comme la tenue d'une comptabilité régulière et l'établissement des comptes annuels prévus par la loi, un processus de décision démocratique, etc.

**POUR CONNAÎTRE
L'ENSEMBLE DES CRITÈRES,
SURFEZ SUR:**

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 ou de vêtements de seconde main et des vitrines pour l'ensemble de nos campagnes et thématiques.

DES MAGASINS « RELOOKÉS »

Il se passe toujours quelque chose dans un Magasin du monde-Oxfam ! Cependant, il n'est pas toujours facile de faire coexister au mieux toutes nos activités. C'est la raison pour laquelle nous avons poursuivi le relooking de nos magasins en 2015. Une transformation ou une réouverture, est l'occasion de souder une équipe autour d'un

projet d'envergure qui requiert la participation de tous, qu'ils soient employés ou bénévoles. En 2015, onze équipes ont intégré de nouveaux locaux ou transformé les leurs entièrement remis au goût du jour et aux couleurs d'Oxfam.

Nous cherchons sans cesse à améliorer l'environnement de travail ainsi que l'expérience clients.



LE COMMERCE ÉQUITABLE ET DE SOLIDARITÉ



68 MAGASINS, 65 ÉQUIPES
2334 BÉNÉVOLES
11 MAGASINS RELOOKÉS

PRODUITS ET SERVICES POUR LES PROFESSIONNELLS

MARCHÉS PUBLICS

En sus des produits disponibles dans notre assortiment consommateur, nous proposons des conditionnements et un service professionnel destiné aux associations, entreprises, administrations, revendeurs belges ou étrangers. Quelques événements majeurs, tels que le festival Esperanzah! nous ont accordé leur confiance.

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.

Le monde associatif et les entreprises font régulièrement appel à nous afin d'organiser un petit déjeuner, un drink, offrir des paniers ou chèques-cadeau, installer un distributeur ou encore organiser une dégustation de produits sur le lieu de travail. Une personne de l'organisation s'occupe exclusivement de ce service.

Par ailleurs, nous pouvons développer, produire et conditionner des objets publicitaires en petites, moyennes ou grandes séries sur la base des multiples savoir-faire de nos principaux partenaires : textile, faïence, verre, bois et déco, cuir ...



PARTIE 5



NOTRE VISION

PHOTO : manifestation pour le climat - ©Tineke D'Haese/Oxfam Solidarité

PLAN STRATÉGIQUE 2020

En 2015, nous avons finalisé notre stratégie à l'horizon 2020. De nombreux mois de réflexion collective ont abouti au vote du « Plan Stratégique 2020 d'Oxfam-Magasins du monde » lors de l'AG de juin.

Pour nous positionner clairement dans un monde qui se transforme très rapidement, parce que le modèle économique dominant a montré ses limites, et pour répondre au besoin du Mouvement (bénévoles comme salariés) de retrouver un souffle, nous nous sommes fixé une direction claire.

La première partie de ce nouveau plan stratégique résume nos fondements: « construire la justice socio-économique en combattant les inégalités et les injustices de

manière structurelle et globale, tant au niveau local avec notre mouvement, qu'au niveau national et international grâce à nos relais au sein d'Oxfam International » en dénonçant « des pratiques inéquitables, en proposant « des alternatives équitables et solidaires » et en formant « des citoyens critiques et responsables »

La deuxième partie « Retrouver une attitude pionnière » précise notre nouvelle ambition d'ici à 2020.

À TRAVERS LE COMMERCE
ÉQUITABLE, NOS ÉTUDES ET
NOS ANALYSES, NOUS SOMMES
DÉJÀ DANS LA TRANSITION
MAIS NOUS POUVONS NOUS
Y ANCRER D'AVANTAGE.

CELLE-CI REPOSE SUR 3 ORIENTATIONS STRATÉGIQUES:

**1. Susciter davantage
l'adhésion des membres
et du grand public
au projet d'OMDM**

Il s'agit de reconnaître et d'affirmer la plus-value de notre Mouvement de bénévoles, afin d'en renforcer l'adhésion. Il s'agit, pour cela, de développer un bénévolat à l'extérieur du magasin, de porter un discours plus aiguisé, plus tranché et plus en phase avec l'actualité et de nous positionner davantage dans les médias.

2. Développer l'esprit Nouvelle Terre et lancer une plateforme d'alternatives (économiques et sociales) en nous appuyant sur une croissance responsable et durable

Nous voulons nous lier avec
d'autres initiatives qui partagent

la même volonté de produire et consommer autrement dans le respect de la terre et des hommes et co-construire des espaces permettant aux citoyens sensibilisés de consommer sain, bio, éthique, équitable. Ces lieux permettraient également la sensibilisation, l'échange d'informations ou le partage d'expériences pour être des lieux de mobilisation au-delà de la consommation.

3. Prendre place dans le mouvement de la Transition, développer une société éthique

Nous ne pouvons pas agir isolément, nous voulons nous inscrire dans les mouvements de citoyens qui réinventent le monde, prendre notre place dans le maillage d'initiatives locales, très

concrètes, qui font bouger les choses. Nous voulons y apporter nos spécificités: des alternatives concrètes, un positionnement fort avec notamment un aspect global (Nord et Sud).

Le plan stratégique complet est disponible sur le site Internet : www.omdm.be

MOUVEMENT
RÉSEAU
TRANSITION





COMPTES ET ANNEXES

RAPPORT ANNUEL 2015



OXFAM
Magasins du monde

PARTIE 1 : LES COMPTES ET LE BILAN FINANCIER 2015.....4

Le compte de résultat	6
Le bilan	7
Tableau de l'actif	8
Tableau du passif.....	10
Tableau du compte de résultat.....	12

PARTIE 2 : ANNEXES14

Partenaires d'artisanat.....	15
Partenaires alimentaires	16
Liste des équipes locales en 2014.....	24
Les formations des bénévoles en 2015	25
Éducation permanente en 2015 : activité des équipes locales	26
Éducation permanente 2015 :	
Les animations et les stands réalisés par les équipes locales	27
Liste des JM-Oxfam.....	28
Liste des Magasins du monde-Oxfam 2015	31
Achats artisanat	36
Achats cosmétiques.....	36
Liste des analyses et des études.....	37
Participants aux Petits Déjeuners Oxfam 2015.....	38

PARTIE 1

LES COMPTES ET LE BILAN FINANCIER 2015

PHOTO : artisan de CIAP - Pérou - ©Fairtrade Connection



*Le résultat de l'exercice 2015 se solde
par une perte de 127.455 €.
Ce résultat traduit l'évolution défavorable
de la marge de l'activité artisanat
que la stabilité des activités subsidiées
et la maîtrise des dépenses courantes
n'ont pas suffi à compenser.*

LE COMPTE DE RÉSULTAT

LES PRODUITS

Les revenus Oxfam-Magasins du monde proviennent essentiellement 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 s'améliorent en 2015 : s'élevant à 5.576.726 €, elles sont en hausse de 422.777 € par rapport à 2014.

Les ventes de vêtements de seconde main s'élèvent à 767.922 €, soit inférieures de 11.988 € par rapport à 2014.

Les subsides perçus et utilisés en 2015 s'élèvent à 2.716.942 € (soit 1.349.619 € de la Fédération Wallonie-Bruxelles, 546.453 € de la Direction Générale Coopération au Développement et 820.870 € des subsides à l'emploi).

LES CHARGES

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

En 2015, le montant de ces achats par Oxfam-Magasins du monde s'élève à 3.356.283 €, et donc supérieur de 643.767 € par rapport à 2014.

Oxfam-Magasins du monde a, par ailleurs, acheté des produits de solidarité pour un montant de 91.285 €, soit 23.863 € de plus par rapport à 2014.

Comme l'augmentation des achats est supérieure à l'augmentation des ventes, cela traduit une baisse substantielle des marges. Ce constat est la raison principale de notre résultat négatif.

D'une manière générale, nos dépenses courantes, en 2015, sont stables par rapport à 2014.

LE BILAN

La perte générée en 2014 diminue d'autant le niveau de nos fonds propres. Le remboursement de nos emprunts s'effectue au rythme planifié. Au 31/12/2015, le recours au crédit à court terme pour financer les besoins temporaires de trésorerie s'élève à 525.000 € (pour 123.950 € au 31/12/2014): en conséquence, à l'issue de l'exercice 2015, Oxfam-Magasins du monde se finance à hauteur de 70% au moyen de sa dette (pour 65% en 2014).

Le niveau de trésorerie fin 2015 est inférieur à celui observé fin 2014 : la trésorerie dégagée par nos opérations courantes de l'année n'a, en effet, pas permis, à elle seule, de couvrir les besoins de trésorerie liés à nos investissements et aux remboursements des emprunts.

		2015	2014
ACTIFS IMMOBILISÉS	20/28	<u>1 741 229</u>	<u>1 822 304</u>
I. Frais d'établissement	20		
II. Immobilisations incorporelles	21	60 644	
III. Immobilisations corporelles	22/27	1 504 044	1 646 654
A. Terrains et constructions	22	1 403 899	1 492 740
Appartenant à l'association en pleine propriété		1 403 899	1 492 740
Autres			
B. Installations, machines et outillage	23	6 361	9 810
Appartenant à l'association en pleine propriété		6 361	9 810
Autres			
C. Mobilier et matériel roulant	24	93 784	144 103
Appartenant à l'association en pleine propriété		93 784	144 103
Autres			
D. Location-financement et droits similaires	25		
E. Autres immobilisations corporelles	26		
Appartenant à l'association en pleine propriété			
Autres			
F. Immobilisations en cours et acomptes versés	27		
IV. Immobilisations financières	28	176 541	175 650
A. Entreprises liées	280/1		
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	176 541	175 650
1. Actions et parts	284	15 875	15 875
2. Créances et cautionnements en numéraire	285/8	160 666	159 775

ACTIFS

		2015	2014
ACTIFS CIRCULANTS	29/58	<u>2 909 461</u>	<u>2 682 573</u>
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	1 127 765	1 059 649
A. Stocks	30/36	1 127 765	1 059 649
B. Commandes en cours d'exécution	37		
VII. Créances à un an au plus	40/41	761 476	282 605
A. Créances commerciales	40	648 890	148 595
B. Autres créances	41	112 586	134 010
VIII. Placements de trésorerie	50/53		
IX. Valeurs disponibles	54/58	952 711	1 265 241
X. Comptes de régularisation	490/1	67 508	75 078
TOTAL DE L'ACTIF	20/58	4 650 690	4 504 877

PASSIFS

		2015	2014
FONDS SOCIAL	10/15	1 167 956	1 295 412
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 (néгатif) reporté (+) / (-)	140	913 652	1 041 108
	141		
VI. Subsidés en capital	15		
PROVISIONS	16	242 410	268 932
VII. A. Provisions pour risques et charges	160/5	242 410	268 932
1. Pensions et obligations similaires	160	64 726	73 791
2. Charges fiscales	161		
3. Grosses réparations et gros entretien	162	147 015	171 214
4. Autres risques et charges (ann. IX)	163/5	30 669	23 927
5. Provisions pour subsidés et legs à rembourser et pour dons avec droit de reprise	168		
DETTES	17/49	3 240 324	2 940 533
VIII. Dettes à plus d'un an	17	728 109	895 927
A. Dettes financières	170/4	549 626	717 443
1. Etablissements de crédit, dettes de location-financement et assimilées	172/3	549 626	717 443
2. Autres emprunts	174/0		
B. Dettes commerciales	175		
C. Acomptes reçus sur commandes	176		
D. Autres dettes	178/9	178 483	178 483

		2015	2016
IX. Dettes à un an au plus	42/48	2 433 579	1 949 471
A. Dettes à plus d'un an échéant dans l'année	42	558 216	173 575
B. Dettes financières	43	672 740	589 043
1. Etablissements de crédit	430/8	672 740	589 043
2. Autres emprunts	439		
C. Dettes commerciales	44	602 060	570 643
1. Fournisseurs	440/4	602 060	570 643
2. Effets à payer	441		
D. Acomptes reçus sur commandes	46	53 464	56 874
E. Dettes fiscales, salariales et sociales	45	546 337	557 807
1. Impôts	450/3	98 936	130 360
2. Rémunérations et charges sociales	454/9	447 401	427 447
F. Autres dettes	47/48	762	1 530
X. Comptes de régularisation	492/3	78 636	95 135
TOTAL DU PASSIF	10/49	4 650 690	4 504 877

COMPTE DE RÉSULTAT

		2015	2014
COMPTE DE RÉSULTAT			
Ventes et prestations		9 803 682	9 327 262
Chiffres d'affaires		5 576 726	5 153 949
En-cours de fabrication, produits et commandes en cours d'exécution : augmentation (réduction) (+) / (-)			
Production immobilisée			
Cotisations, dons, legs et subsides		4 012 628	3 985 663
Autres produits d'exploitation		214 327	187 650
Coût des ventes et des prestations		9 854 093	9 179 213
Approvisionnements et marchandises		3 759 709	3 191 700
Achats		3 768 996	3 021 166
Stocks: réduction (augmentation) (+) / (-)		- 9 287	170 534
Services et biens divers		2 333 346	2 315 577
Rémunérations, charges sociales et pensions (ann. VI,2)		3 440 195	3 412 674
Amortissements et réductions de valeur sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles		243 050	244 692
Réduction de valeur sur stocks, sur commandes en cours d'exécution et sur créances commerciales (dotations +, reprises -)		- 10 120	- 91 809
Provisions pour risques et charges (dotations -, utilisations et reprises +)		- 9 065	44 022
Autres charges d'exploitation		96 979	62 357
Charges d'expl. portées à l'actif au titre de frais de restructuration			
Résultat positif (négatif) d'exploitation (+) / (-)		- 50 411	148 049
Produits financiers		21 663	25 437
A. Produits des immobilisations financières	750	413	816
B. Produits des actifs circulants	751	1 063	6 544
C. Autres produits financiers (ann. XIII, A)	752/9	20 187	18 077

COMPTE DE RÉSULTAT

		2015	2014
Charges financières		96 939	103 698
A. Charges des dettes (ann. XIII, B et C)	650	47 013	51 792
B. Réductions de valeur sur actifs circulants autres que ceux visés sub. II.E. (dotations +, reprises -) (ann. XIII, D)	651		
C. Autres charges financières (ann. XIII, E)	652/9	49 926	51 906
Résultat positif (néгатif) courant (+) / (-)		- 125 687	69 788
Produits exceptionnels			650
A. Reprises d'amortissements et de réductions de valeur sur immobilisations incorporelles et corporelles	760	650	
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	763		
E. Autres produits exceptionnels (ann. XIV, A)	764/9		
Charges exceptionnelles		17 457	5 242
A. Amortissements et réductions de valeur exceptionnels sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles	660		
B. Réductions de valeur sur immobilisations financières	661		
C. Provisions pour risques et charges exceptionnels (dotations +, reprises -)	662	17 457	5 242
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	- 19 225	- 20 747
Résultat positif (néгатif) de l'exercice (+) / (-)		- 127 455	44 449

PARTIE 2

A man with dark hair and a mustache, wearing a blue and white checkered shirt and black pants, is sitting on the ground. He is using a hand plane to smooth a piece of light-colored wood. The ground is covered with a large pile of wood shavings. In the background, there is a textured, yellowish wall and some tools and materials scattered around. The man is looking directly at the camera with a slight smile.

ANNEXES

PHOTO : artisan de Pekerti - Indonésie - ©Fairtrade Connection

PARTENAIRES D'ARTISANAT

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
Afrique	
Burkina Faso	SAVONNERIE BASNERE
Ile Maurice	CRAFT AID
Kenya	BOMBOLULU
Kenya	UNDUGU
Amérique Latine	
Bolivie	LA KOCHALITA
Bolivie	Q'ANTATI
Chili	PUEBLOS DEL SUR
Equateur	MCCH
Guatemala	AJQUEN
Pérou	ALLPA
Pérou	CIAP
Les partenaires indirects	
Belgique	LA PACHAMAMA
Autriche	EZA

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
Asie	
Bangladesh	DHAKA
Bangladesh	CORR-THE JUTE WORKS
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
Israël	SINDYANNA
Népal	BCP
Népal	ACP
Philippines	PREDAS
Philippines	SAFFY
Sri Lanka	SELYN
Thaïlande	Y DEVELOPMENT
Vietnam	CRAFT LINK
Vietnam	MAI HANDICRAFTS

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	Stellar Organics	Vin bio (par ex. Pinotage)
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
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 (Torrantes 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	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	Coarene	Café

ANNEXES

Honduras	COMSA	Café
Nicaragua	Cecocafen (Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte)	Café
Nicaragua	Del Campo	Sésame
Nicaragua	Cosatin	Miel, dans barres bio mangue - noix Amazonie
Nicaragua	Prodecoop	Café
Paraguay	Benjamin Aceval	Sucre de canne (cola, sucre 500g, ...)
Paraguay	Manduvira	Sucre de canne (chocolat praliné 50g,...)
Paraguay	Montillo	Rhum bio
Pérou	Cecovasa	Café bio
Pérou	Norandino	Café
Pérou	Apropal	Cœurs de palmier
Pérou	Naranjillo	Cacao bio
République dominicaine	Conacado (The National Confederation of Dominican Cocoa Producers)	Cacao bio

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Asie		
Chine	Ningxia	Cacahuètes et concentré de jus pommes
Chine	Yishui Xingye Groundnut Professional Association	Cacahuètes
Laos	LFP	Confiture fruits de la passion, riz violet, thé vert vrac
Palestine	PARC	Couscous, huile d'olive bio, amandes, dattes
Palestine	PFTA (via PAKKA)	Amandes
Philippines	Alter Trade	Sucre de canne Mascobado bio
Sri Lanka	Biofoods	Thé noir bio, poivre bio
Thaïlande	Greennet	Riz bio, lait de coco bio
Thaïlande	Poo Pluk Saparot	Jus Worldshake et tropical 1L tetra
Thaïlande	Organic Jasmine Rice Producers Group	Choco rice crispies

LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES

VIA L'ORGANISATION MAYA FAIR TRADE (BELGIQUE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Mexique	Maya Vinic sc	Miel toutes fleurs conventionnel & bio
Guatemala	Guaya'b	Miel toutes fleurs conventionnel
Guatemala	Guaya'b	Pain d'épices
Mexique	SPR POM	Miel toutes fleurs bio
Nicaragua	Ucasa	Miel toutes fleurs bio
Nicaragua	Ucasa	Spéculoos
Nicaragua	Ucasa	Bonbons bio au miel 125gr
Nicaragua	Ucasa	Nougat bio sachet 120gr
Mexique	Otilio Montano	Sirop d'agave

LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES

VIA L'ORGANISATION ETHIQUABLE (FRANCE ET BELGIQUE)

PAYS D'ORIGINE	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Amérique latine		
Pérou	CEPICAFAE (Passion) et APROMALPI (Mangue)	Pur jus mangue-passion 1l Tetrabrik
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
Pérou et Haïti	CEPICAFAE (Pérou) et FECCANO (Haïti)	Chocolat noir orange, chocolat noir café et amandes chocolat noir caramel pointe de sel
Côte d'Ivoire et Equateur	CEB (Côte d'Ivoire) et FONMSOEAM (Equateur)	Chocolat noir éclats de cacao
Haïti	FECCANO	Chocolat noir 72% Haïti
République Dominicaine	CONACADO	Chocolat lait noix de coco, chocolat lait nougatine noisette, chocolat noir quinoa, chocolat lait riz soufflé
Equateur	UROCAL	Pur cacao non sucré
Equateur-Brésil-Pérou	El Guabo (El Equateur), COAGROSOL (Brésil), CEPICAFAE (Pérou), APROMALPI (Pérou)	Dessert banane mangue passion bio
Equateur	APECAP et APEOSAE	Chips de banane plantain d'équateur salées/ épicées
Salvador	APRAINORES	Noix de cajou grillées salées et non salées
Pérou	AGROPIA	Chips de pommes de terre bleues et rouges Pérou
Bolivie, Equateur et République Dominicaine	CECAOT (Bolivie), UROCAL (Equateur), CONACADO (République Dominicaine)	Muesli croquant
Equateur	FONMSOEAM	Chocolat 98%
Colombie	FONDO PAEZ	Café moulu Colombie
Pérou	ARPAC	Mais géant de Cuzco

Equateur	JAMBI KIWA	Superfruits vitaminés
Salvador/Pérou	APRAINORES / CEPICAFE-NORANDINO	Super aliment
Equateur	FAPECAFES et ASOPROCAM	Fruits secs Ethiquable
Equateur/Pérou	FAPECAFES et CEPICAFE	Confiture papaye-passion
Equateur	JAMBI KIWA	Confiture physalis
Afrique		
Tunisie	SMSA	Mélange énergie et huile d'olive
Côte d'Ivoire	COPABO	Noix de cajou grillées salées
Madagascar	FANOHANA	Nectar de litchi
Madagascar	Association des Planteurs de Mananara	2 gousses de vanille bourbon de Madagascar 6g
Congo	SOPACDI	Café moulu Congo + café Kivu en grains
Asie		
Chine	Association Dazhangshan Organic Farmers	Thé vert au jasmin
Inde	FTAK	Noix de cajou salées
Vietnam	BAN LIEN	Thé vert shan du Vietnam
Sri Lanka	BIOFOODS/SOFA	Thé Vert gingembre citron vert et thé vert ceylan
Inde	Organisation Pashok Organic Small Tea Farmers	Thé noir Darjeeling
Inde	Fair Trade Alliance Kerala	3 baies du Kérala
Sri Lanka	Small Organic Farmers Association	Cannelle en poudre et curry
Sri Lanka	SOFA	Curcuma

Produits Nord

Grèce	Mistros	Tapenades d'olives noires et vertes
Belgique	Bio van bij Ons	Confiture groseilles à maquereau, confiture rhubarbe fraise, sirop pommes-poires
France	Ille fruits	Confiture d'abricots
France	Coop Garonne	Jus de tomates
France	GIE Ferme de Chassagne	Lentilles de Charente
France	Paysans du Rance	Crème de châtaignes de l'Aveyron bio 320g
France	Herberie des 2 Savoie	Infusion "Après repas" des pays de Savoie 20gr
France	UPF-COUFIDOU	Pruneaux d'Agen
Italie	Valdibella	Spaghetti TIMILIA- ancienne variété 500g et grissinis

Les partenaires « Produits Nord »

Belgique

Biodia	Lait demi-écrémé
Biodia	Lait entier
Biodia	Lait chocolaté
Brasserie de la Lesse	Bières blonde Chinette, ambrée Cambrée, brune Rouge-Croix, blanche Marie-Blanche et brune Hiveresse
Les Vergers du Val Mosan	Jus de pomme

LES PARTENAIRES DE LA GAMME NATYR (COSMÉTIQUES)

VIA L'ORGANISATION CTM ALTROMERCATO (ITALIE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES		
Afrique		Asie	
Bénin	Karethic	Philippines	SPFTC
Kenya	Meru Herbs	Thaïlande	Green Net
Madagascar	Ravinala	Sri lanka	Biofoods/Sofa
Maroc	GIE Targanine	Népal	Himalayan Bio Trade
Amérique Latine		Inde	Ambootia
Argentine	Coopsol	Inde	Ansa/Asha
Bolivie	Naturaleza		
Brésil	CGTSM		
République Dominicaine	Conacado		
Equateur	Chankuap		
Guatemala	Fedecovera		
Nicaragua	Del Campo		
Paraguay	Manduvirà		
Pérou	Candela		

LISTE DES ÉQUIPES LOCALES EN 2014

Andenne	Hannut	Saint-Hubert
Anderlecht	Herve	Schaerbeek
Ans	Huy	Soignies
Arlon	Ixelles	Stockel
Ath	Jemappes	Thuin
Athus	Jette	Tournai
Aywaille	Jodoigne	ULB
Bastogne	La Louvière	Verviers
Beauraing	Louvain-la-Neuve	Vielsalm
Berchem	Liège Centre	Virton
Bertrix	Liège Féronstrée	Visé
Boitsfort	Malmédy	Waremmé
Boondael	Malonne	Waterloo
Braine-l'Alleud	Marche-en-Famenne	Wavre CE
Braine-le-Château	Mons	Wavre VSM
Braine-le-Comte	Mouscron	
Bruxelles/La Bourse	Namur CE	
Charleroi	Namur VSM	
Ciney	Neufchâteau	
Couvin	Nivelles	
Enghien	Ottignies	
Etterbeek	Rixensart	
Gembloux	Rochefort	
Gilly	Saint-Gilles	

LES FORMATIONS DES BÉNÉVOLES EN 2015

Les formations proposées :

- Découvrir Oxfam
- Parler d'Oxfam
- Comprendre les enjeux d'Oxfam
- Présenter et vendre les produits
- Accueillir les clients en magasin
- Réaliser la vitrine
- Agencer et mettre en valeur les produits en magasin
- Utiliser la caisse enregistreuse
- Gérer la comptabilité
- Gérer l'immobilier
- Pratiques en magasin de vêtements de seconde main
- Vivre en équipe
- Evoluer avec le plan dynamique des bénévoles
- Gérer les relations dans l'équipe
- Recruter des bénévoles
- Animer un groupe extérieur
- Sensibiliser lors des Petits Déjeuners Oxfam et en magasin
- Construire une activité de sensibilisation
- Faire vivre le commerce équitable et notre relation avec les partenaires
- Agir pour la souveraineté alimentaire
- Agir pour le travail décent
- Journée des partenaires (voir page 28 du carnet «Rapport Annuel 2015»)

55 sessions de formation ont été organisées à la Centrale, en région et localement.
Au total, plus de 1300 bénévoles ont participé à 275 heures de formation.

ÉDUCATION PERMANENTE EN 2015 : ACTIVITÉ DES ÉQUIPES LOCALES

	Entité fédérante	Brux	Brabant Wallon	Hainaut	Namur	Luxem- bourg	Liège	Total général
GROUPES								
Nombre de bénévoles actifs dans les équipes locales (hors JM)		315	448	439	322	294	516	2334
Nombre de JM-Oxfam		28	18	25	21	13	22	127
Nombre de groupes locaux		12	10	12	10	9	12	65
HEURES								
Total des heures de préparation et d'évaluation en équipe	18,5	233,25	138	247,75	233,45	176,5	290,25	1319,2
Total des heures de concrétisation des activités	258	326	293,25	549,5	291,3	959,5	504,5	3024,05
Total des heures de sensibilisation en magasin		1095,2	962,8	1220,7	969,3	825,5	1422,5	6496
TOTAL								
Total des heures d'ouverture des magasins		21904	19256	24414	19386	16510	28450	129920
Nombre moyen d'heures de préparation et d'évaluation par groupe		19	13,80	20,65	23,35	19,61	24,19	20
Nombre moyen d'heures de concrétisation par groupe		27	29	46	29	107	42	47
Nombre moyen d'heures d'ouverture par groupe par semaine (52)		35	37	39	37	35	46	38
Nombre moyen de bénévoles par groupe		26	45	37	32	33	43	36

ÉDUCATION PERMANENTE 2015 : LES ANIMATIONS ET LES STANDS RÉALISÉS PAR LES ÉQUIPES LOCALES

	Bruxelles	Brabant Wallon	Hainaut	Namur	Luxembourg	Liège	TOTAL
Animations ÉCOLE PRIMAIRE							
Nombre d'animations	23	7	7	3	9	6	55
Participants	442	177	313	125	248	250	1555
Heures	37,5	12,25	31	4	30,5	15	130,25
Animations ÉCOLE SECONDAIRE							
Nombre d'animations	2	3	9	0	3	15	32
Participants	29	26	222	0	57	467	801
Heures	3,5	5,5	14,75	0	7	31	61,75
Animations ADULTES							
Nombre d'animations	2	1	5	2	14	2	26
Participants	60	11	84	40	146	77	418
Heures	4	1	10,5	6	52	2,5	76
TOTAL nombre d'animations extérieures	27	11	21	5	26	23	113
TOTAL animateurs	46	19	29	14	44	42	194
TOTAL participants	530	214	619	165	451	794	2773
TOTAL heures	44,5	18,75	56,25	10	89,5	45,5	267,5
STANDS							
Nombre de stands	21	26	34	30	34	8	153
Participants	1120	4585	2050	2135	1163	463	11516
Heures	72	116	181	122,5	159	25	675,5

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
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

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	Woluwé-Saint-Lambert

Collège Saint-Hubert	Watermael-Boitsfort
Institut Saint-Boniface	Ixelles
Lycée Henriette Dachsbeck	Bruxelles
Institut Saint-Jean-Baptiste de la Salle	Saint-Gilles
Lycée Mater Dei	Woluwe-Saint-Pierre
Lycée Maria Assumpta	Laeken
Institut Saint-Julien Parnasse	Auderghem
Athénée Royal d'Auderghem	Auderghem
Sacré-Cœur de Lindthout	Woluwé-Saint-Lambert
Institut Saint-Louis	Bruxelles
Athénée Royal de Koekelberg	Koekelberg
Institut des Sœurs de Notre-Dame	Anderlecht
Collège Jean XXIII	Woluwé-Saint-Pierre
Collège Saint-Pierre	Uccle
Athénée Marguerite Yourcenar	Laeken
Athénée Charles Janssens	Ixelles
EPEP Ecole Professionnelle Edmond Peeters	Ixelles
Institut Saint-Vincent de Paul	Forest
Institut Saint-Joseph	Etterbeek
Institut Dominique Pire (implantation : Saint-Thomas)	Bruxelles

HAINAUT

Athénée provincial Mixte Warocqué	Morlanwez
-----------------------------------	-----------

29

Centre scolaire St Michel-St Raphaël	Remouchamps	Etablissement des Soeurs de Notre-Dame	Namur
Institut Saint-Michel	Neufchâteau	Collège Notre-Dame de Bellevue	Dinant
LUXEMBOURG		Institut Saint-Louis	Namur
Institut Saint-Joseph - Sacré-Cœur	La Roche	Collège de Burnot	Profondeville
Institut Notre-Dame (INDA)	Arlon	Collège Saint-André	Auvelais
Institut Notre-Dame - Séminaire (INDSé)	Bastogne	Collège Saint-Guibert	Gembloux
Collège Notre-Dame du Bonlieu	Virton	Institut Saint-Joseph	Ciney
Institut Cardijn-Lorraine	Athus	Collège Saint-Benoît Maredsous	Denée
Collège d'Alzon	Bure	Collège de Godinne-Burnot	Godinne
Athénée Royal de Bastogne	Bastogne	(site de Godinne)	
Athénée Royal d'Arlon	Arlon	Collège Saint-Servais	St-Servais
Athénée Royal Athus	Athus	Institut Technique de la Communauté	Dinant
Institut Cardijn-Lorraine Differt	Messancy	Française Dinant	
Athénée Royal de Bouillon-Paliseul	Bouillon	Institut Notre Dame du Sacré Cœur	Beauraing
Institut Cardijn-Lorraine	Arlon	Institut Jean XXIII	Jemelle
Institut Centre Ardenne (ICA)	Libramont	Ecole provinciale d'Andenne ESPA	Andenne
NAMUR		Institut Saint-Roch	Theux
Institut Jean XXIII implantation de Rochefort	Rochefort		
Institut Sainte-Begge	Andenne		
Séminaire de Floreffe	Floreffe		
Collège Notre-Dame de la Paix	Erpent		
Institut de la Providence	Champion		
Institut Ste Marie de Jambes	Jambes		

LISTE DES MAGASINS DU MONDE-OXFAM 2015

MAGASINS DE COMMERCE ÉQUITABLE

BRABANT WALLON

Braine-l'Alleud	1420	Rue des Trois Apôtres, 7	02 387 43 74
Braine-le-Château	1140	Vieux Chemin de Nivelles, 21	02 366 92 41
Jodoigne CE	1370	Grand Place, 34	010 81 53 21
Louvain-la-Neuve	1348	Grand Place, 5	010 84 35 96
Nivelles	1400	Rue de Namur 17	067 21 12 24
Rixensart	1330	Rue A.Collin, 1	02 633 58 66
Waterloo	1410	Chaussée de Bruxelles, 139/B	02 351 37 44
Wavre CE	1300	Place Cardinal Mercier, 9	010 22 95 13

BRUXELLES

Anderlecht	1070	Rue Saint-Guidon, 13	02/522 17 63
Berchem	1082	Rue de l'Eglise, 48	02 466 58 43
Boitsfort	1170	Rue du Ministre, 18	02 660 40 93
Etterbeek	1040	Rue des Champs, 8	02 649 01 57
Ixelles	1050	Chaussée d'Ixelles, 77	02 502 02 07
Jette	1090	Rue Léopold 1er, 527	02 420 74 71
Saint-Gilles	1060	Chaussée de Waterloo, 137	02 537 09 04
Stockel	1150	Rue de l'Eglise, 91 (WSP)	02 772 21 40
ULB	1000	Avenue Paul Héger, 22 (BXL)	02 650 44 87

HAINAUT

Ath	7800	Rue de Pintamont, 5	068/28 49 10
Braine-le-Comte	7090	Rue de la Station, 4	067 56 07 74
Charleroi	6000	Rue de Montigny, 68	071 31 80 62
Soignies CE	7060	Rue de Mons, 36	067 33 08 44
Tournai	7500	Rue du Curé Notre-Dame, 9	069 23 56 84
Enghien	7850	Rue d'Herinnes, 4	02 395 35 62
Mons CE	7000	Rue d'Havre 15	065 34 75 45

LIÈGE

Aywaille	4920	Rue J. Wilmotte, 1	04/361 38 63
Liège Centre	4000	Rue de la Cathédrale, 114	04 232 13 58
Malmédy	4960	Chemin Rue, 4	080 64 33 64
Verviers CE	4800	Rue de l'Harmonie, 6	087 31 20 36
Visé CE	4600	Rue Haute, 45	04 379 18 14
Embourg	4053	Rue Pierre Henvard, 2	04 247 25 90
Herve	4650	Rue Léopold, 34	087 66 14 71
Huy	4500	Rue des Fouarges, 14	085 21 40 40

LUXEMBOURG

Arlon CE	6700	Place du Marché aux Légumes, 11	063/22 61 18
Neufchâteau	6840	Place Charles Bergh, 10	
Vielsalm	6690	Place Paulin Moxhet, 11	080 39 80 79

ANNEXES

NAMUR

Ciney CE	5590	Rue du Commerce, 24	083 65 74 09
Malonne	5020	Cour d'Honneur de Saint-Berthuin	081 44 58 59
Namur CE	5000	Rue Haute Marcelle, 11	081 22 33 40
Beauraing	5570	Rue de Dinant, 9	082/66 51 61
Marche	6900	Place Roi Albert 1er, 16	084 45 79 66

MAGASINS DE SECONDE MAIN

BRABANT WALLON

Jodoigne VSM	1370	Grand-Place, 33	010/81.39.10.
Ottignies VSM	1340	Chaussée Provinciale, 65	010 61 82 31
Wavre VSM	1300	Chaussée de Bruxelles, 40-42	010 81 64 78

HAINAUT

Soignies VSM	7060	Rue Neuve, 13	067 33 19 31
Gilly	6060	Chaussée de Lodelinsart 198	071 48 84 18

LIÈGE

Visé VSM	4600	Rue des Ecoles, 6	04 374 04 49
Luxembourg			
Arlon VSM	6700	Rue marché au beurre, 3	063/233506

LUXEMBOURG

Namur VSM	5000	Rue Bas de la Place, 13	081 22 95 45
Ciney VSM	5590	Rue Edouard Dinot, 10	083 68 92 63

MAGASINS MIXTES

BRUXELLES

Ixelles Boondael	1050	Avenue Brillat Savarin 18	02 672 32 94
Schaerbeek	1030	Place d'Helmet, 2	02 245 78 81

HAINAUT

Mouscron	7700	Rue de Courtrai 32	056 33 19 24
Thuin	6530	Rue t'Serstevens, 50	071 55 38 47
Jemappes	7012	Place de Jemappes, 10	065 31 59 97
La Louvière	7100	Rue de la Loi, 54	064 22 54 04

LIÈGE

Ans	4430	Rue de l'Yser, 318	04/263.78.76
Verviers Ensival	4800	En Mi-Ville, 3-5	087 68 15 24
Waremme	4300	Rue Joseph Wouters, 6	019/32.79.30.
Hannut	4280	Rue Albert Ier, 50	019 51 38 17
Liège Fer	4000	Rue Féronstrée, 106	04 221 01 60

ANNEXES

LUXEMBOURG

Athus	6791	Grand-Rue, 81	063/38 34 67
Bastogne	6600	Rue de la Roche, 5	061/501446
Bertrix	6880	Rue de la Gare, 6	061 53 46 97
Martelange	6630	Grand-Rue, 2	063 60 11 88
Saint-Hubert	6870	Rue du Mont, 18	061 61 45 71
Virton	6760	Rue de la Roche, 3	063 42 46 60

NAMUR

Andenne	5300	Rue du Commerce, 8	085/84 68 63
Gembloux	5030	Rue Léopold, 17-19	081 60 15 54
Rochefort CE	5580	Rue de Forest, 5	084 37 79 71

ACHATS ARTISANAT

NOM	PAYS	ACHATS 2015 (EN EUR)
ACP	NÉPAL	15.345
AJQUEN	GUATÉMALA	2.970
ALURA	INDONÉSIE	6.867
ALLPA	PÉROU	26.214
BOMBOLULU	KENYA	4.749
CIAP	PÉROU	14.294
COOPTEX	INDE	5.816
CORR-THE JUTE WORKS	BANGLADESH	11.795
CRAFT AID	ÎLE MAURICE	3.330
CRAFT LINK	VIETNAM	85.865
CRC EXPORT	INDE	90.557
DHAKA	BANGLADESH	39.825
EMA	INDE	90.557
EZA		27.197
KOCHALITA	BOLIVIE	13.080
LA PACHAMAMA	BELGIQUE / SRI LANKA	23.987
MAI HANDICRAFT	VIETNAM	71.551
MCCH	ÉQUATEUR	10.735
MKS	INDE	35.070
NAAM	BURKINA FASO	5.000
PEKERTI	INDONÉSIE	12.365
PUEBLOS	CHILI	64.395
PUSHPANJALI	INDE	23.023
QANTATI	BOLIVIE	8.900
SAFFY	PHILIPPINES	6.335
SASHA	INDE	26.587
SELYN	SRILANKA	49.995
TARA	INDE	56.300
UNDUGU	KENYA	18.785
Y DEVELOPMENT	THAÏLANDE	21.643

ACHATS COSMÉTIQUES

NOM	PAYS	ACHATS 2015 (EN EUR)
CTM Altro Mercato	ITALIE	48.877

LISTE DES ANALYSES ET DES ÉTUDES

30 ANALYSES

Actualité	Un 17 Avril en Palestine
CE/travail décent	Commerce équitable : prix juste et salaire vital
CE/travail décent	Plus de pouvoirs pour les producteurs de coton d'Afrique de l'Ouest
Climat	COP21, la lutte continue
Commerce équitable	Commerce équitable et changement climatique
Commerce équitable	La question du prix équitable: un enjeu clé pour l'agriculture
Commerce équitable	Le label WFTO : de quoi il s'agit et dans quel marché il peut être trouvé ?
Education	Le jeu de rôle, un outil d'éducation
Education	L'expression artistique, outil d'éducation
Enjeux food	Dossier CSA: Le concept d'agriculture intelligente face au climat
Enjeux food	Dossier CSA: l'Alliance mondiale pour une agriculture intelligente face au climat
Enjeux food	Dossier CSA: Positionnement et stratégie d'Oxfam International
Enjeux food	Agroécologie & Souveraineté Alimentaire : des concepts réellement intelligents face aux défis à venir
Enjeux généraux	Commerce international et accords de libre-échange
Enjeux généraux	Impacts des accords commerciaux sur les pays du Sud
Enjeux généraux	Traité transatlantique UE-USA (TTIP)
Enjeux généraux	Innovation sociale pour un mouvement de (en ?) Transition, partie 1
Enjeux généraux	Innovation sociale pour un mouvement de (en ?) Transition, partie 2
Enjeux généraux	Donner du temps à la transition
Genre	Genre et Emploi, principaux enjeux en Inde, Partie 1
Genre	Genre et Emploi, principaux enjeux en Belgique, Partie 2
Genre	Empowerment au féminin pour une société plus équitable
Mouvement	Le commerce équitable et la mobilisation d'un public militant
Mouvement	Projet JM technique - Mise en action du technique-pro
Mouvement	Le théâtre forum au sein des JM-Oxfam
Mouvement	Sociocratie ou gestion par consentement
Mouvement	Réseauter : vite dit, vite fait ?
Mouvement	CDCE : l'implication citoyenne au niveau communal
Mouvement	Le renouvellement des mandats au sein d'une équipe locale
Souveraineté alimentaire	Résister pour l'accès à la Terre : regards-croisés Inde-Belgique

2 ÉTUDES

Mouvement	Professionnalisation
Enjeux coton	Impact du commerce équitable sur la durabilité des chaînes textiles, Partie 1

PARTICIPANTS AUX PETITS DÉJEUNERS OXFAM 2015

LIEU	2013	2014	2015	DIFFÉRENCE
Total Bruxelles	5052	4856	5167	311
Total Brabant Wallon	5118	6072	5309	-763
Total Hainaut	7225	7359	7096	-123
Total Liège	7309	7651	7301	-350
Total Namur	4515	4494	4464	142
Total Luxembourg	4328	4191	5159	870
Total pdj presse RTBF - RTL	365	365	255	-110
Total comptabilisé	33912	34988	34751	-23
Taux de croissance global	-10,42%	3,17%	-0,07%	

www.omdm.be



OXFAM

Magasins du monde