

# OXFAM FAIR TRADE : DOUBLE CHECK POUR LES PERSONNES ET LA PLANÈTE

RAPPORT DE DURABILITÉ 2023



[oxfamfairtrade.be](https://oxfamfairtrade.be)



**OXFAM**  
Fair Trade

# À PROPOS DE CE RAPPORT



Il s'agit du troisième rapport de durabilité d'Oxfam Fair Trade, dont le siège social est situé Ververijstraat 15, à 9000 Gand. Oxfam Fair Trade est une société coopérative qui fait partie d'Oxfam Belgique.

Ce rapport a été publié le 17 juin 2024. Ce rapport couvre l'année 2023 (de janvier à décembre 2023). Nous nous engageons à consigner et communiquer toutes nos prestations en matière de durabilité. Ce rapport est également disponible via [oxfamfairtrade.be/durabilite](https://oxfamfairtrade.be/durabilite).

Ce rapport a été établi conformément aux critères essentiels des normes GRI (core) et n'a pas passé d'audit externe. L'Index du contenu GRI, avec les références aux résultats, est repris à la fin de ce rapport.

Les questions et commentaires concernant ce rapport peuvent être adressés à Judith Pieters : [judith.pieters@oft.be](mailto:judith.pieters@oft.be).

CE RAPPORT EST  
ÉGALEMENT DISPONIBLE VIA  
[OXFAMFAIRTRADE.BE/  
DURABILITE.](https://oxfamfairtrade.be/durabilite)



# AVANT-PROPOS



« À travers cette approche ciblée, nous soulignons notre détermination à proposer des produits de qualité, dont l'impact social et environnemental a été minutieusement examiné (deux fois !). »

NICK DECLERCQ

La crise du Covid-19 et la hausse des prix des matières premières qui s'en est suivie a eu de profondes répercussions pour Oxfam Fair Trade. Un recul net au niveau du chiffre d'affaires (principalement en termes de volume), avec moins d'achats auprès des partenaires commerciaux Oxfam Fair Trade (fournisseurs). Oxfam Fair Trade a donc été contraint de faire plusieurs choix difficiles. Pour Oxfam Fair Trade, les relations à long terme sont très importantes (voir 2.2) 🌱. Nous mettons également tout en œuvre pour répartir au maximum les risques sur l'ensemble de la chaîne. Malheureusement, la baisse des volumes ne nous permettait plus d'acheter autant de café et nous avons dû mettre un terme à la collaboration avec l'un de nos partenaires caféiculteurs. 🌱 (Devoir de vigilance Étape 5 : Communication). Grâce à une récente restructuration et **un nouveau modèle commercial dynamique**, nous sommes mieux à même de faire face aux défis qui nous touchent.

Dans ce nouveau modèle, nous mettons l'accent sur une série de catégories stratégiques et nous concentrons nos efforts autour des produits Oxfam Fair Trade bien connus du public, où l'impact sera le plus perceptible. Nous entendons par là le café, le chocolat et le vin, des produits qui sont aujourd'hui typiquement associés à Oxfam Fair Trade. Nous continuons aussi à mettre en avant les jus, les sodas, les snacks (notamment les chips), ainsi que les barres et le miel. Il y a également dans notre assortiment des produits palestiniens, que nous considérons comme des « produits de solidarité » importants, aujourd'hui plus que jamais.

L'objectif est de générer un chiffre d'affaires plus important avec ces produits – d'augmenter les volumes – afin d'intensifier encore l'impact auprès de nos partenaires commerciaux directs. Notre priorité reste la commercialisation de leurs produits. Dans une volonté d'élargir l'offre des wereldwinkels, nous achetons en parallèle différents produits certifiés Fair Trade dans d'autres catégories, toujours approuvés par Oxfam mais avec moins de soutien marketing et commercial.

Ce rapport de durabilité se concentre sur les catégories stratégiques (les produits commercialisés sous la marque Oxfam Fair Trade) pour la majorité des chiffres annuels communiqués : certification bio, stratégie en matière d'émissions, projets impactants, approche du devoir de vigilance... Le lecteur et la lectrice attentifs remarqueront que certains chiffres diffèrent de ceux de 2022, ce qui s'explique par notre nouveau modèle commercial.

À travers cette approche ciblée, nous soulignons notre détermination à proposer des produits de qualité, dont l'impact social et environnemental a été minutieusement examiné (deux fois !). Notre but ultime est de toujours proposer l'option la plus équitable du marché, dans une démarche de transparence et d'intégrité maximale.

Nick Declercq

# 2023 EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS



**2 778 079**  
kilos de volumes



**€ 18.194.708**  
Chiffre d'affaires brut



**174**  
produits dans notre assortiment



**Leader du marché**  
belge du café fairtrade



**123,4**  
Score B-corp



**100%**  
Certification Fairtrade



**66%**  
Assortiment bio marque OFT



**18**  
pays à faibles et moyens  
revenus à qui nous achetons  
des matières premières et  
des produits

**25**  
pays à qui nous vendons  
des produits



**€ 284.924,40**  
de prime Fairtrade



**€ 64.442**  
de prime sur le chocolat  
Bite to Fight



**€ 225 000**  
versés à l'asbl  
Oxfam-Wereldwinkels



**33**  
collègues dans l'équipe



**14**  
projets en cocréation  
« beyond certification »,  
mis sur pied avec notre soutien  
direct en 2023 chez nos  
partenaires commerciaux



**30**  
partenaires commerciaux  
dans des pays à faibles et  
moyens revenus



impact direct sur  
**+500.000**  
**membres**

Les membres des coopératives dont toute  
la communauté bénéficie des projets mis  
en place grâce à notre prime Fairtrade

# SOMMAIRE

À propos de ce rapport	2	<b>4. CE QUE NOUS FAISONS POUR NOS CLIENTS ET CLIENTES</b>	<b>37</b>
Avant-propos	3	4.1. Nos engagements	38
2023 en quelques chiffres clés	4	4.2. Nous proposons une gamme de produits équitables et durables	40
<b>1. À PROPOS D'OXFAM FAIR TRADE</b>	<b>8</b>	4.2.1. Conformité aux certification et référentiels externes	40
1.1. Qui sommes-nous ?	9	4.2.2. Moins de déchets	43
1.2. La structure de notre organisation	10	4.3. Au niveau de la qualité, nous essayons de dépasser les attentes et les réglementations relatives à nos produits	45
1.3. Notre chaîne	10	<b>5. CE QUE NOUS FAISONS POUR LA SOCIÉTÉ</b>	<b>47</b>
1.4. Notre stratégie durable	12	5.1. Nos engagements	48
1.4.1. Devoir de vigilance : un engagement envers la durabilité	12	5.2. Nous figurons parmi les 5% des entreprises les plus performantes au monde dans tous les domaines d'impact du label B Corp	49
1.4.2. Analyse de matérialité et mobilisation des parties prenantes	13	5.3. Nous nous engageons auprès de nos partenaires commerciaux via des contributions climatiques	50
1.4.3. Choix explicite de la certification B Corp	15	5.4. Nous intégrons le devoir de vigilance dans l'ensemble de notre chaîne de valeur	55
1.4.4. Nos engagements	15	5.5. Nous développons des partenariats stratégiques	59
1.4.5. Comment mettons-nous en œuvre notre stratégie ?	16	<b>6. À PROPOS DE CE RAPPORT</b>	<b>60</b>
<b>2. CE QUE NOUS FAISONS POUR LES PARTENAIRES COMMERCIAUX</b>	<b>17</b>	Conclusion	61
2.1. Nos engagements	18	<b>7. ANNEXES</b>	<b>62</b>
2.2. Nous entretenons des relations commerciales équitables avec nos partenaires	19	7.1. Analyse de matérialité	63
2.2.1. Prix juste	19	7.2. Score de qualité	65
2.2.2. Des structures sociales en équilibre	26	7.3. Notre audit B CORP	67
2.2.3. Projets en cocréation à la demande des partenaires commerciaux	28	<b>8. GRI TABLEAU DE RÉFÉRENCE NORMES</b>	<b>68</b>
2.3. Nous construisons des relations à long terme avec nos partenaires commerciaux	29	8.1. Éléments généraux d'information (GRI 102)	69
2.3.1. Coopération à long terme	29		
2.3.2. Une approche à 360°, également pour nos fournisseurs	31		
<b>3. CE QUE NOUS FAISONS POUR NOS COLLABORATEURS</b>	<b>32</b>		
3.1. Nos engagements	33		
3.2. Nous élevons la satisfaction et le bien-être au sein de l'équipe	34		
3.3. Nous garantissons la protection et l'intégrité au sein de notre organisation	36		



A man wearing a blue baseball cap and a light green polo shirt with horizontal stripes is kneeling in a coffee plantation. He is holding a small cluster of red coffee cherries in his left hand. The background is filled with lush green coffee plants and trees.

1.

**À PROPOS  
D'OXFAM  
FAIR  
TRADE**

# 1.1. QUI SOMMES-NOUS ?

Oxfam Fair Trade travaille avec des coopératives de cultivateurs et de cultivatrices afin de créer un monde vivable pour toutes et tous. Une justice sociale, écologique et économique partout dans le monde : tel est notre but. Nous y travaillons en donnant le bon exemple. Concrètement, nous nous mobilisons pour plus de durabilité et d'équité au niveau des chaînes de production, d'achat, de transformation, de logistique et de vente et des produits alimentaires sains et de qualité. Notre assortiment se compose d'un large choix de cafés, produits à base de chocolat, vins et jus (de fruits), snacks... Nous vendons des produits de notre propre marque et d'autres marques. 🌱

Parvenir à un commerce équitable à l'échelle mondiale est notre cheval de bataille car nous sommes convaincus et convaincues qu'un tel système est bénéfique pour tout le monde :



Les producteurs et productrices dans les pays à faibles et moyens revenus qui intègrent un système économique juste ;



Les consommateurs et consommatrices en Belgique qui peuvent choisir une alternative durable et responsable ;



Notre organisation, qui démontre qu'un modèle d'activité différent et évolutif est possible, et encourage d'autres à s'améliorer.

Une justice sociale, écologique et économique partout dans le monde : tel est notre but.



## 1.2. LA STRUCTURE DE NOTRE ORGANISATION

Oxfam Fair Trade a vu le jour le 11 juillet 1994 sous forme d'une société coopérative.

→ VOIR FIGURE 1

### Structure décisionnelle participative

Pour Oxfam Belgique, la participation est essentielle à son fonctionnement. Différentes structures garantissent l'implication des parties prenantes, à différents stades du processus décisionnel. Le Forum informe et consulte les bénévoles des boutiques. Ils participent à divers processus décisionnels par le biais de procédures de vote démocratiques. En marge de cela, le **Comité de partenaires** a un rôle consultatif au niveau de l'établissement ou la cessation des relations avec les partenaires commerciaux. Il contribue également à déterminer les normes nécessaires pour engager une relation commerciale. La participation et les échanges entre Oxfam Fair Trade (activité commerciale) et Oxfam Belgique (structure ONG) se font aussi en interne. Le **Comité produits et producteurs** – qui rassemble des représentants et représentantes des deux branches – définit plus en détail le partenariat et valide les projets en cocréation avec les producteurs et les productrices. La gouvernance participative est donc pleinement inscrite dans l'ADN d'Oxfam, via la structure coopérative et les différences organes décisionnels.

### FIGURE 1 STRUCTURE D'OXFAM FAIR TRADE



#### Actionnaires

- 58,5% Oxfam Belgique
- 26% wereldwinkels individuels
- 6% personnes privées
- 9,5% coopératives à but non lucratif



#### ORGANE ADMINISTRATIF COLLÉGIAL

Les membres de l'ancien conseil d'administration d'Oxfam Belgique.



#### COLLÈGUES

Les collègues d'Oxfam Fair Trade

## 1.3. NOTRE CHAÎNE

De la matière première au produit fini : chaque étape est cruciale pour l'efficacité de la chaîne. De plus, nous sommes convaincus que tout repose sur notre propre fonctionnement, que nous devons organiser de manière aussi responsable que possible.

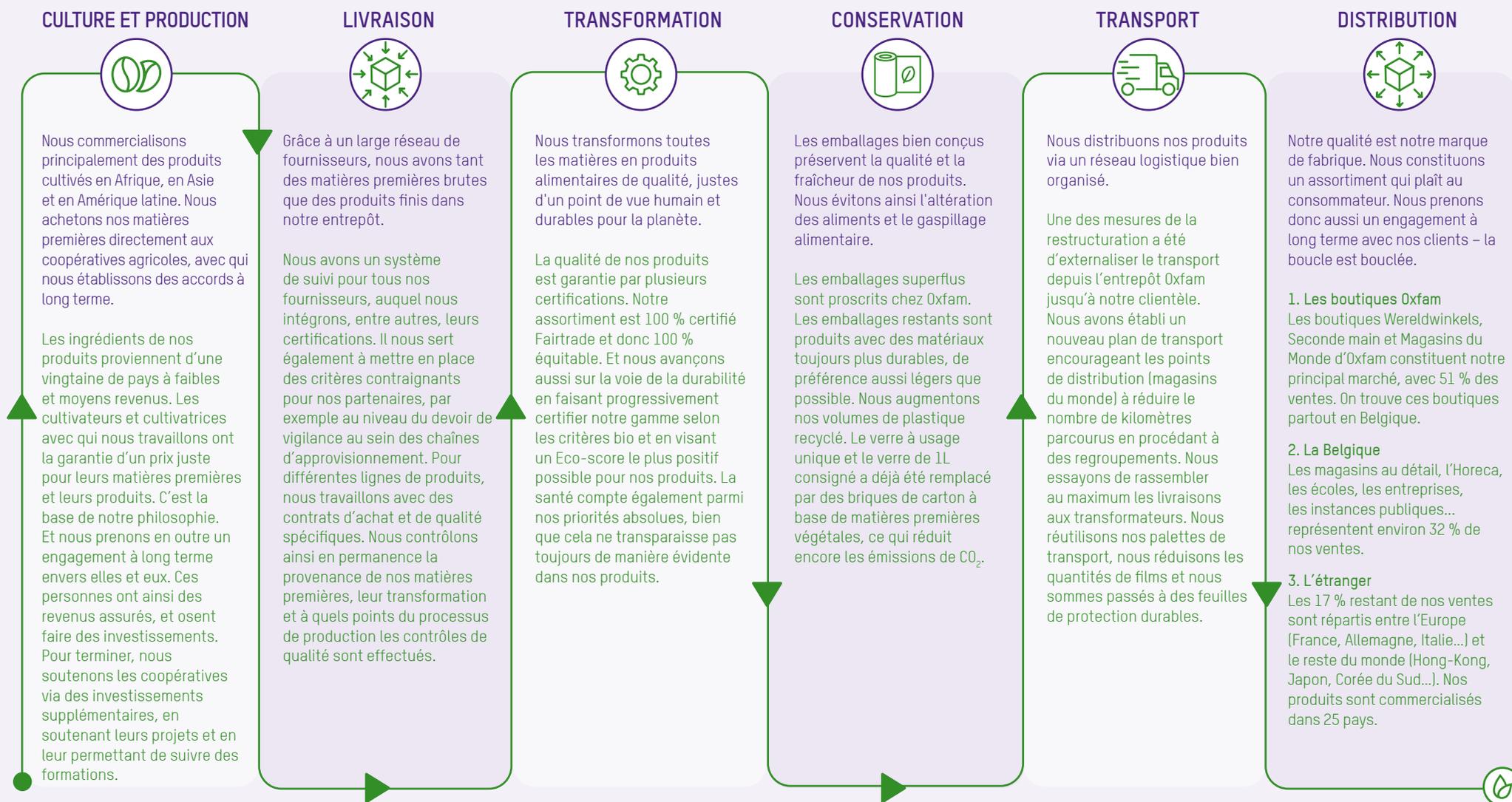
→ VOIR FIGURE 2

FIGURE 2

## NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

### Fonctionnement interne responsable

À chacune de ses démarches, Oxfam Fair Trade a un impact direct sur chaque maillon de la chaîne d'approvisionnement. C'est pourquoi il est important que nous organisions notre fonctionnement de la manière la plus responsable possible autour de notre stratégie durable.





## 1.4. NOTRE STRATÉGIE DURABLE

### 1.4.1. Devoir de vigilance : un engagement envers la durabilité

Alors que l'appel à la durabilité et la responsabilité sociale se fait plus pressant que jamais, Oxfam Fair Trade est à l'avant-garde de la lutte pour un monde juste et équitable. Pionnier du commerce équitable en Belgique, Oxfam Fair Trade s'investit depuis plus d'un demi-siècle contre l'injustice et pour des échanges commerciaux équitables. Dans la lignée de cet engagement, nous avons adopté la directive européenne CSDDD (Corporate Sustainability Due Vigilance Directive) comme base de nos actions et nos décisions.

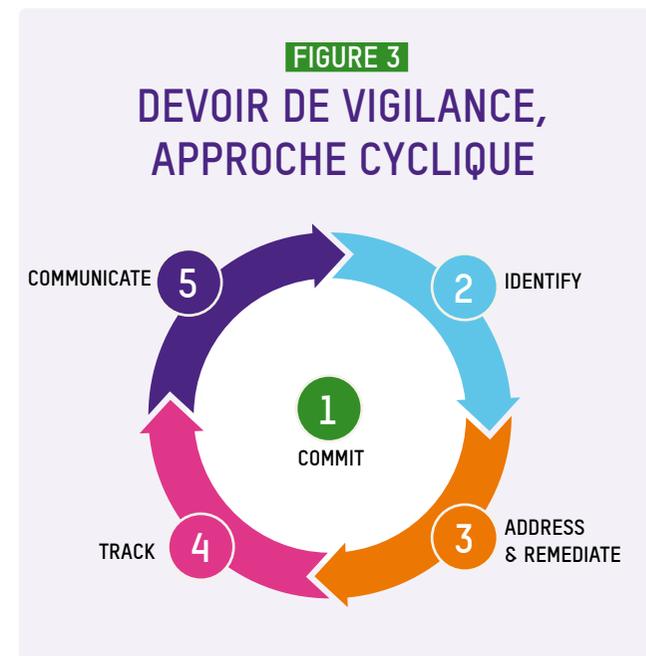
#### CSDDD : la pierre angulaire d'une gestion d'entreprise durable

La directive européenne CSDDD (Corporate Sustainability Due Vigilance Directive) n'est pas un concept abstrait pour nous mais une boussole qui nous guide sur la voie du développement durable. Le devoir de vigilance nous permet d'aborder les violations des droits humains, les infractions environnementales et le développement durable selon une démarche intégrée 🌱. La directive oblige les entreprises à faire preuve de transparence au niveau de leur impact sur les droits humains et environnementaux. Elle sert de cadre pour identifier et limiter les risques liés au développement durable au sein de nos chaînes d'approvisionnement et de nos activités commerciales.

Oxfam Fair Trade est à l'avant-garde de la lutte pour un monde juste et équitable.

### Notre approche cyclique

Oxfam Fair Trade a mis en place une politique de vigilance (COMMIT), ce qui signifie que nous traçons activement et évaluons les infractions aux droits humains et environnementaux au sein de nos chaînes d'approvisionnement (IDENTIFY). Nous prenons des mesures concrètes pour stopper, prévenir, limiter et rectifier ces impacts négatifs (ADDRESS & REMEDIATE). En parallèle, nous contrôlons la mise en œuvre et l'efficacité de ces mesures (TRACK). Une communication transparente est essentielle par rapport à ces initiatives et nous en intégrons les leçons dans notre gestion. Nous partageons en outre nos expériences, les bonnes comme les moins bonnes, dans une volonté d'amélioration (COMMUNICATE).



Dans le chapitre 5 , nous abordons notre approche plus en détail. Tout au long de ce rapport, nous soulignons les liens entre certains thèmes et l'une des 5 étapes cycliques de notre politique de vigilance.

#### 1.4.2. Analyse de matérialité et mobilisation des parties prenantes

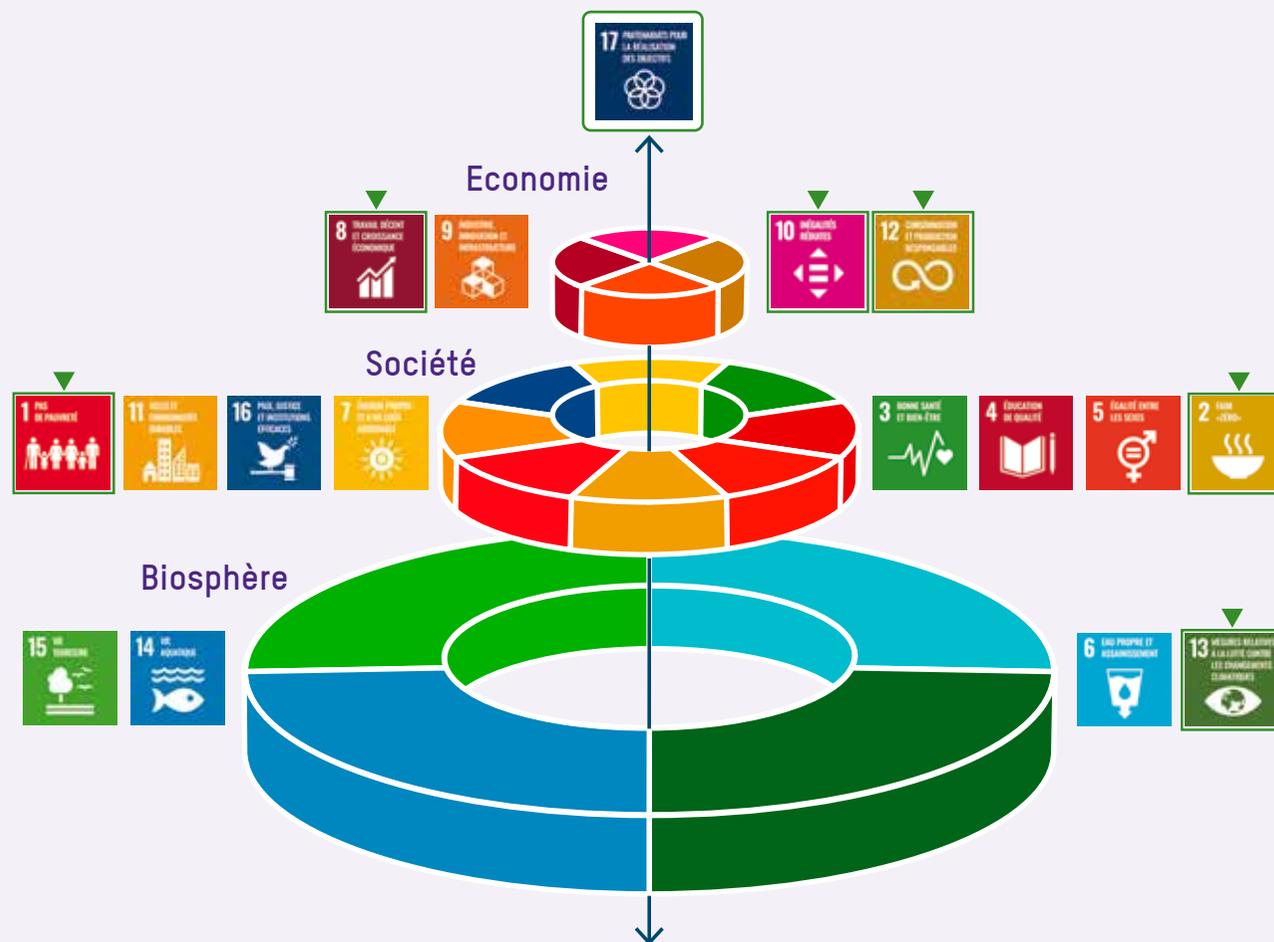
Pour l'élaboration de notre stratégie de développement durable en 2021, nous sommes partis d'une analyse de matérialité et d'une enquête auprès de nos parties prenantes . Cela nous a permis de mettre encore mieux en avant le pouvoir rassembleur d'Oxfam Fair Trade.

Notre étude de matérialité se concentre principalement sur les Objectifs de Développement Durable, un ensemble d'objectifs internationaux qui doivent aider à éradiquer, d'ici 2030, les plus gros problèmes mondiaux. Les ODD contribuent à trois dimensions du développement durable. Les limites de la planète ('biosphère') constituent une condition absolue pour l'égalité sociale ('society') et le bien-être économique ('economy').

→ VOIR FIGURE 4.

Nous avons analysé les trois dimensions et les ODD correspondant et nous les avons mis en rapport avec le feedback de nos parties prenantes. Voici les ODD qu'ils trouvent les plus importants pour Oxfam Fair Trade : **1 (pauvreté)**, **10 (inégalités)**, **2 (famine)**, **8 (travail décent)**, **12 (consommation responsable)** et **13 (action climatique)**. Ce sont sur ces ODD que nous greffons notre stratégie. Ils forment notre matrice de matérialité, qu'on retrouve dans le tableau GRI.

### FIGURE 4 L'INTÉGRATION DES ODD DANS LES TROIS DIMENSIONS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE : BIOSPHERE, SOCIÉTÉ ET ÉCONOMIE



LES SIX ODD POUR OXFAM FAIR TRADE ONT ÉTÉ DÉFINIS PAR NOS PARTIES PRENANTES. ILS SONT RÉPARTIS SUR LES TROIS NIVEAUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE : BIOSPHERE, SOCIÉTÉ ET ÉCONOMIE. L'ODD 17 (PARTENARIATS) REPRÉSENTE LA FONCTION COHÉSIVE DE NOTRE MISSION ET DE NOTRE TRAVAIL.

© STOCKHOLM RESILIENCE CENTRE

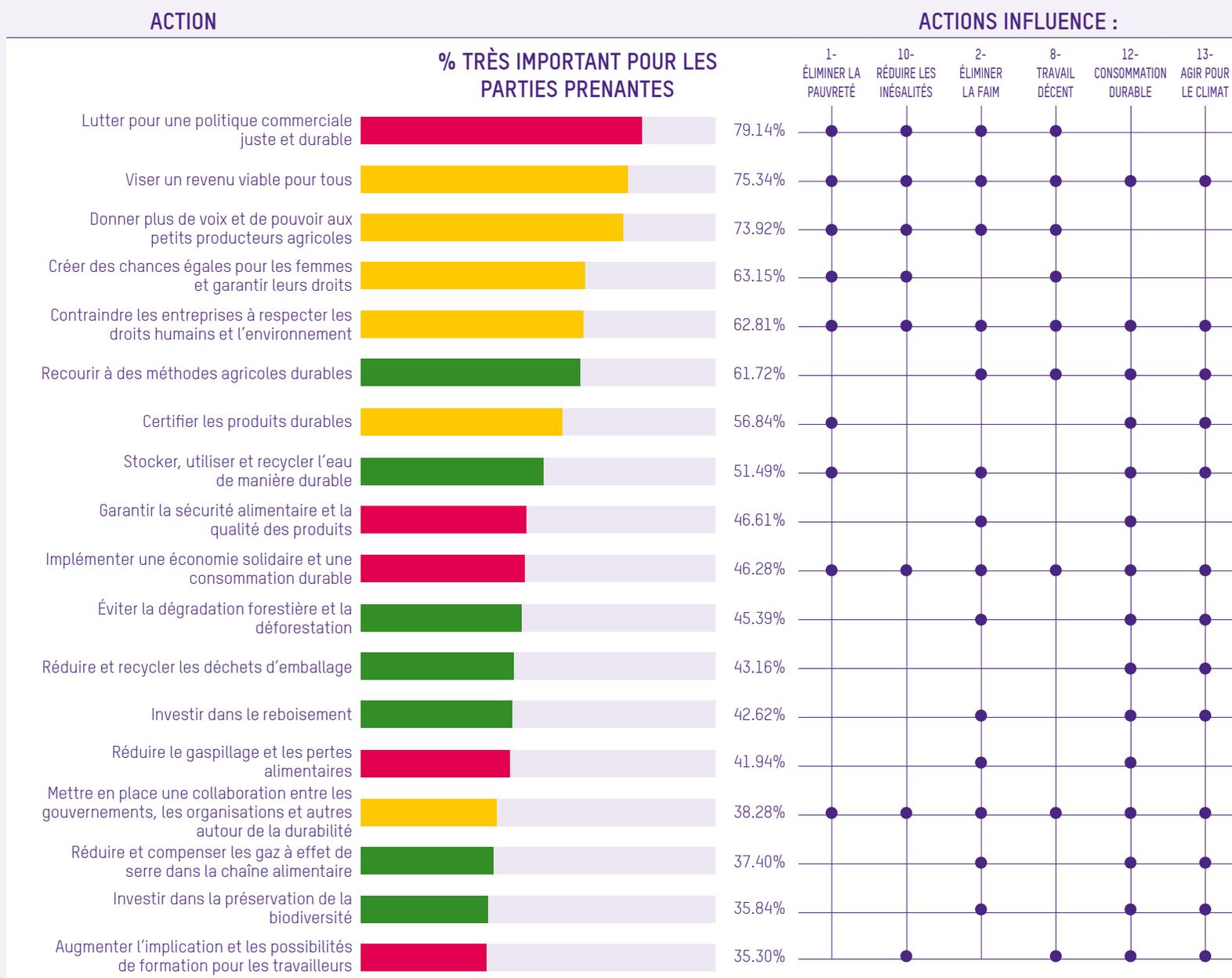
Le cœur de notre démarche consiste à donner le bon exemple.

De plus, il est essentiel pour nos parties prenantes qu'Oxfam Fair Trade s'implique dans les actions et solutions suivantes :

EN SAVOIR PLUS SUR L'ENQUÊTE MENÉE AUPRÈS DES PARTIES PRENANTES ? DANS L'ANNEXE , NOUS ALLONS PLUS EN DÉTAIL DANS LES PRINCIPAUX GROUPES DE NOS PARTIES PRENANTES, L'ENQUÊTE ELLE-MÊME ET LA MATRICE DE MATÉRIALITÉ QUI EN EST RESSORTIE.

FIGURE 5

## LES ACTIONS ET SOLUTIONS SUR LESQUELLES OXFAM FAIR TRADE DOIT SE CONCENTRER SELON LES PARTIES PRENANTES



● Biosphère ● Société ● Économie

### 1.4.3. Choix explicite de la certification B Corp

En juin 2021, Oxfam Fair Trade a obtenu la certification B Corp avec un score de 123,4 points, démontrant l'impact positif réel de notre organisation sur le monde. Les entreprises certifiées B Corp satisfont à des normes élevées, au niveau des performances sociales et environnementales et de transparence. Pour être éligibles à la certification, les entreprises doivent passer un audit strict (mené par l'organisation à but non lucratif B Lab) et obtenir plus de 80 points. Cependant, plusieurs entreprises n'ayant pas une image durable ont récemment été certifiées B-Corp, ce qui nous mène à porter un regard plus critique sur cette certification 🌿. Aujourd'hui, il y a dans le monde plus de 4 000 B Corporations certifiées dans 130 secteurs et 77 pays, dont plusieurs marques éthiques de premier plan comme Patagonia, Altereco et, depuis 2021, Oxfam Fair Trade. Nous sommes très fiers et fières de notre score, qui va largement au-delà du minimum 🌿. Projection : en 2024, nous allons repasser un audit B-Corp et notre objectif est d'améliorer encore notre score pour atteindre 130 points. 🌿

### 1.4.4. Nos engagements

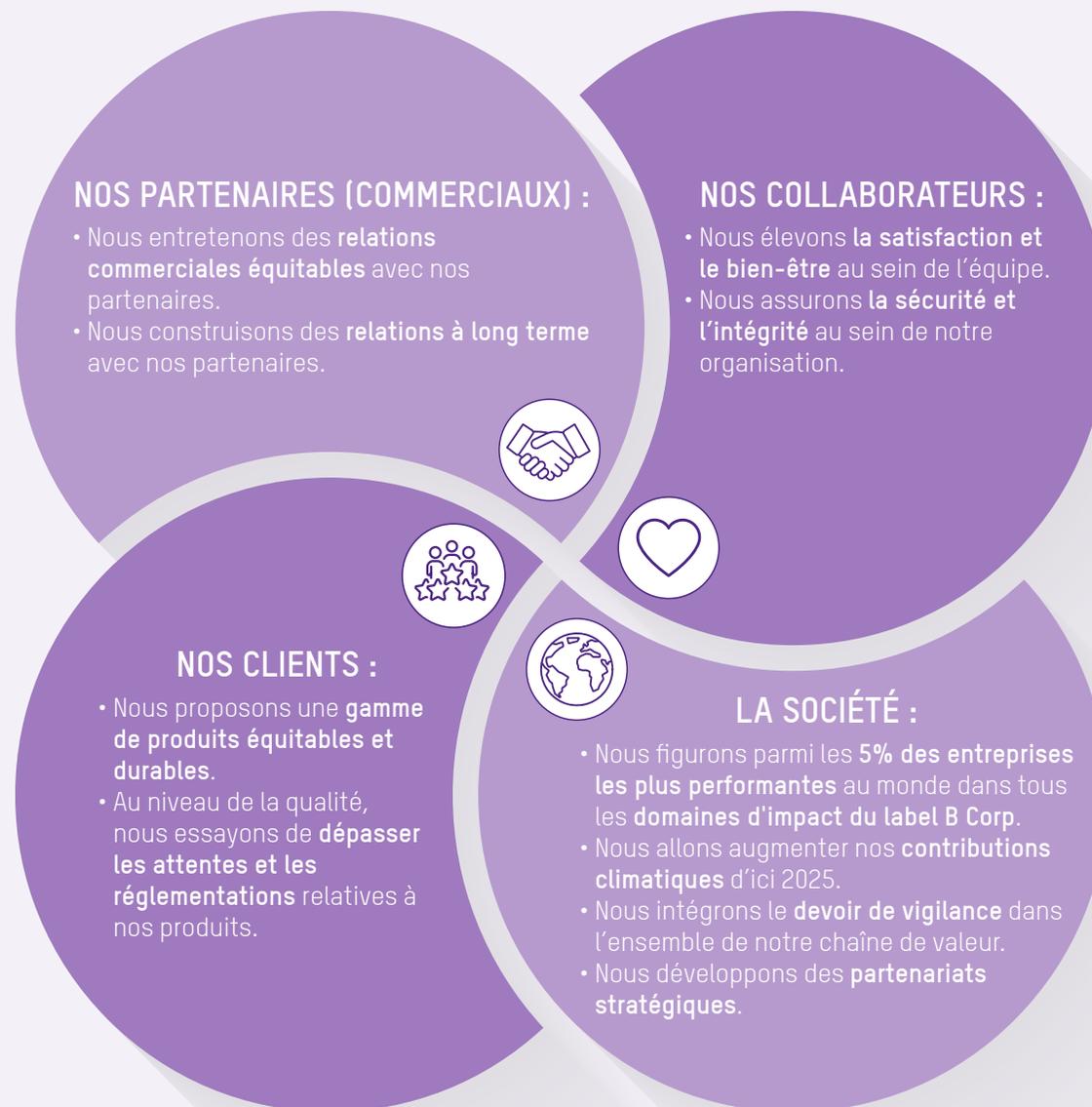
Oxfam Fair Trade veut remplir un rôle moteur et travaille à une solution intégrée aux problèmes sociaux, économiques et écologiques de notre époque. Le cœur de notre démarche consiste à donner le bon exemple.

C'est pourquoi nous nous engageons auprès de :

→ VOIR FIGURE 6

FIGURE 6

## NOTRE STRATÉGIE DURABLE





De g. à dr. Nick Declercq, Bert Vander Vennet, Judith Pieters, Marion Meyvis, Nancy De Wispelaere et Anke Teigeler.

#### 1.4.5. Comment mettons-nous en œuvre notre stratégie ?

Notre objectif est d'implémenter au maximum notre stratégie durable et nos engagements de manière méthodique. C'est pourquoi nous procédons selon la **structure de travail suivante** :

- Notre **équipe durabilité** est constituée de collègues de différentes équipes : qualité et prévention, achat, marketing, vente, communication et experts et expertes spécifiques d'Oxfam Belgique (devoir de vigilance, certification...). Cette équipe assure un bon suivi des évolutions en matière de développement durable et veille à placer la barre toujours plus haut. Elle contrôle les plans d'action, discute de la progression des objectifs, cherche des solutions aux difficultés rencontrées et échange des exemples de bonnes pratiques.
- Les **chefs et cheffes de projet** sont responsables des divers engagements de notre stratégie. Ils suivent la progression des objectifs et établissent si nécessaire des plans d'action. Ils sont en contact direct avec l'équipe durabilité.
- Notre **conseillère en durabilité** coordonne et supervise l'ensemble du plan de durabilité. Elle dirige les réunions avec l'ensemble de l'équipe durabilité et elle rend compte directement au directeur opérationnel. Elle joue donc un rôle clé.
- Chaque année, nous rendons compte de nos prestations via un **rapport de durabilité**. Cela garantit un maximum de transparence envers toutes nos parties prenantes. La stratégie globale va actuellement jusque 2027. Ensuite, nous réévaluerons notre progression et nous ferons les ajustements nécessaires.



2.

# CE QUE NOUS FAISONS POUR LES PARTENAIRES COMMERCIAUX

## 2.1. NOS ENGAGEMENTS

### Nos engagements :



- Nous faisons du commerce équitable avec nos partenaires
- Nous construisons des relations à long terme avec nos partenaires commerciaux

Oxfam a été créé il y a plus de 50 ans pour nos partenaires commerciaux en Afrique, en Asie et en Amérique latine. Le commerce équitable est le fondement indispensable d'un système économique juste, dont tout le monde récolte les fruits. Au total, nous travaillons avec 30 coopératives, touchant ainsi plus de 500 000 membres/familles de cultivateurs et de cultivatrices.

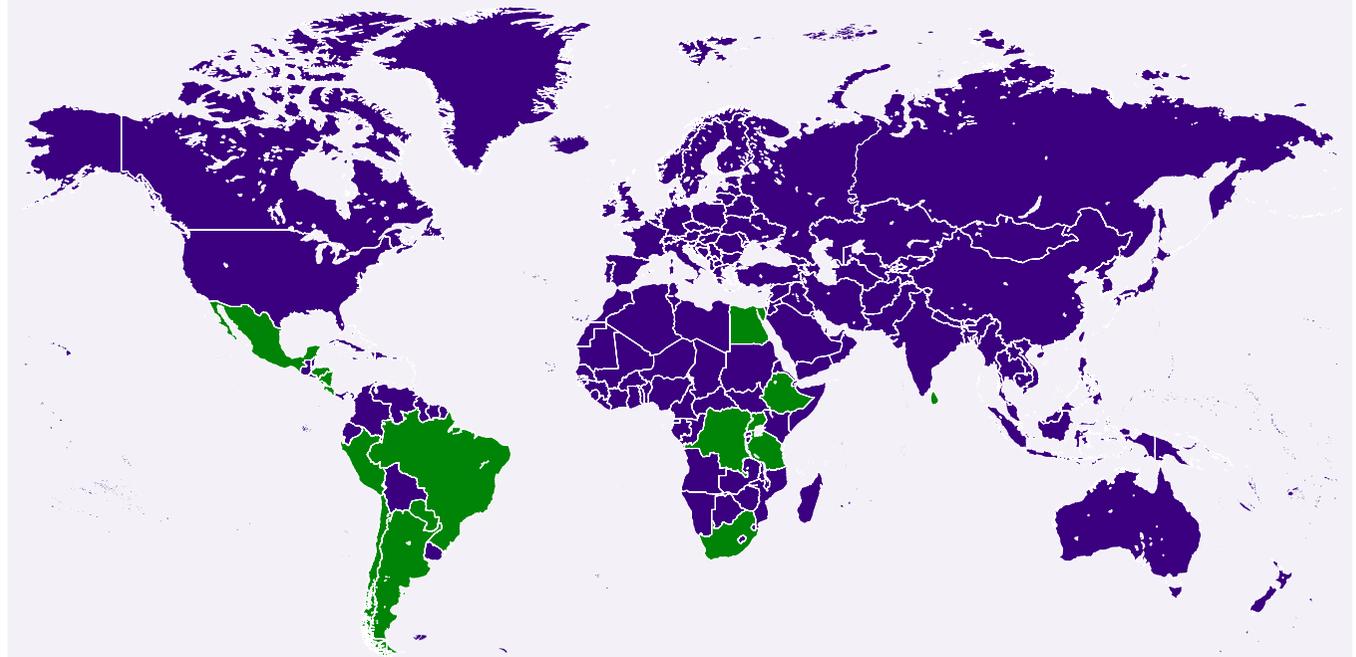
### SAVIEZ-VOUS QUE...



nous collaborons principalement avec des coopératives agricoles ? Un modèle coopératif repose sur un principe d'égalité et de solidarité entre les membres, au lieu des modèles classiques employeurs/salariés. C'est un modèle où nous nous retrouvons totalement. De plus, en s'associant, les cultivateurs et cultivatrices gagnent en force : ils et elles partagent les risques, consolident leur position de négociation et peuvent investir ensemble dans des projets pour toute la communauté.

→ VOIR FIGURE 7

**FIGURE 7**  
**LES PARTENAIRES D'OXFAM FAIR TRADE  
SUR LA CARTE DU MONDE**



ARGENTINE, BRÉSIL, BURUNDI, CHILI, RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO, COSTA RICA, ÉGYPTE, ÉTHIOPIE, HONDURAS, OUGANDA, MEXICO, NICARAGUA, TERRITOIRES PALESTINIENS OCCUPÉS, PARAGUAY, PÉROU, SRI LANKA, TANZANIE, AFRIQUE DU SUD

## 2.2. NOUS ENTRETENONS DES RELATIONS COMMERCIALES ÉQUITABLES AVEC NOS PARTENAIRES

Nous mettons en place avec nos partenaires des accords commerciaux qui sont justes pour toutes et tous. Nous mettons l'accent sur un prix honnête pour le travail et les produits qu'ils et elles fournissent. De plus, un accord commercial juste implique aussi une égalité sociale et des chances égales.

### 2.2.1. Prix juste

Une rémunération correcte forme la base d'un système commercial égalitaire. C'est pourquoi nous payons un prix cohérent, équitable (Fairtrade) pour l'ensemble des matières premières et des produits que nous achetons. Nos tarifs sont calculés comme suit : *prix Fairtrade + prime Fairtrade + prime biologique + prime pour un revenu viable*.

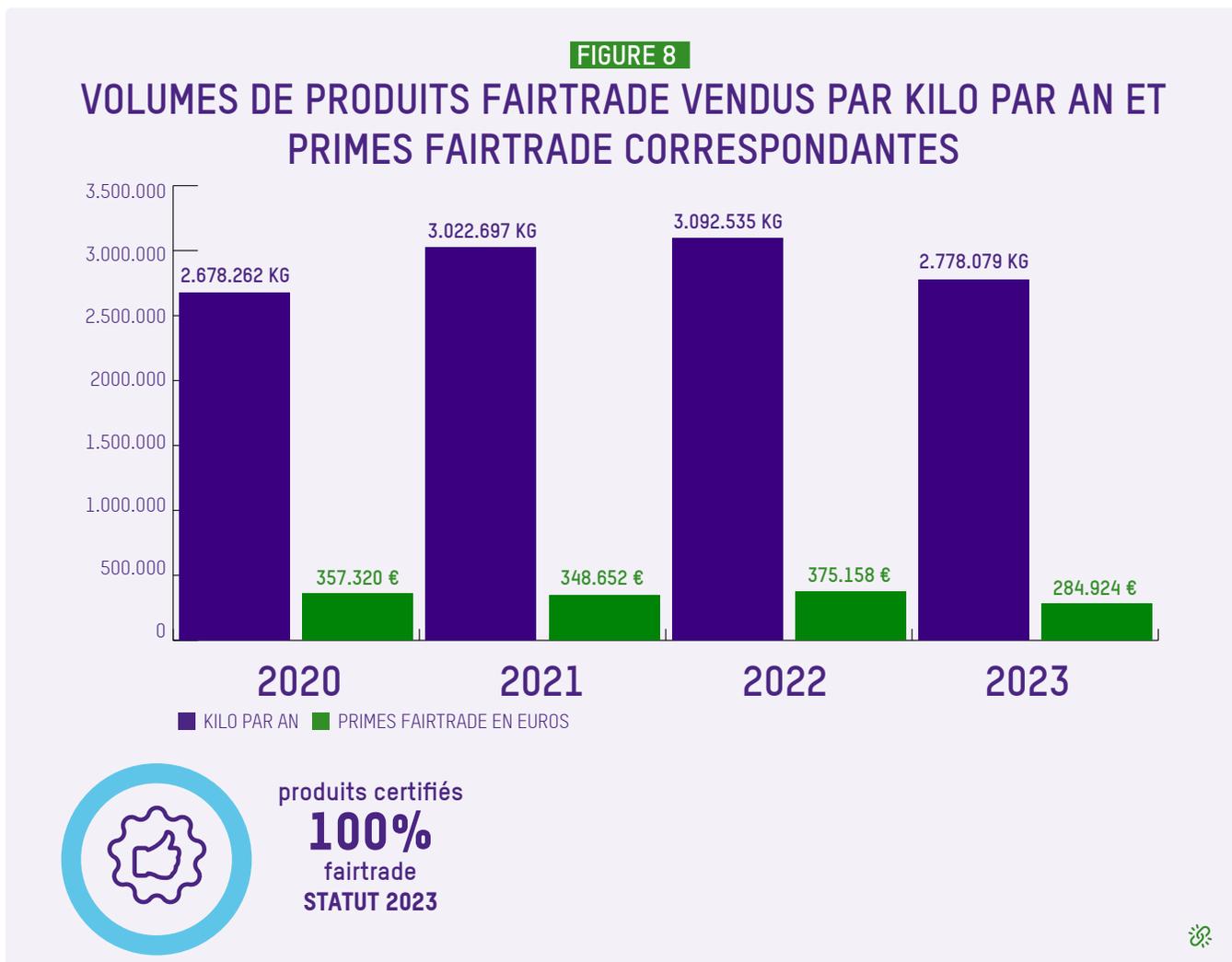
#### a. Commerce équitable

Nous payons un prix Fairtrade fixe, calculé selon les critères de Fairtrade International. Ce prix Fairtrade est souvent un peu au-dessus du prix du marché et offre aux cultivateurs et aux cultivatrices une garantie de stabilité. Si le prix du marché dépasse le prix Fairtrade pour l'une ou l'autre raison, nous payons le prix du marché. Toujours le prix le plus élevé donc. Par ailleurs, nous payons en plus une **prime Fairtrade**. Cette prime est dédiée à des projets sociaux et écologiques. Les cultivateurs et cultivatrices, ainsi que les membres des coopératives décident ensemble chaque année ce que va financer la prime. Construction d'écoles, hôpitaux ou pharmacies, achat de nouveaux

équipements de production, formations sur le changement climatique...

→ VOIR FIGURE 8

Notre engagement dans le commerce équitable est notre marque de fabrique depuis les années 1970. Tous nos produits sont certifiés Fairtrade.





Le deuxième projet initié grâce à la prime a été la construction et le développement d'une école secondaire, qui compte aujourd'hui déjà 550 élèves !

Wim Melis (sourcing manager vin) à propos de la prime Fairtrade chez La Riojana.

### Prime à la coopérative viticole argentine La Riojana

Notre partenaire viticole argentin La Riojana génère un budget considérable en prime Fairtrade. Cela leur permet de financer d'impressionnants projets pour les viticulteurs et viticultrices, les salariés et salariées et la communauté au sens large. Le premier projet a été un réservoir d'eau dans le village de Tilimuqui, qui a eu une répercussion

### LE SAVIEZ-VOUS...



Marion Meyvis (Responsable Sustainable Sourcing Management & Product Marketing) raconte...

Oxfam Fair Trade privilégie les produits du circuit court. Moins il y a d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur, plus le revenu l'agriculteur/producteur est élevé. C'est pour cette raison qu'Oxfam importe ses produits stratégiques directement auprès des coopératives agricoles. Bien sûr, celles-ci sont situées dans des pays à faibles et moyens revenus, ce qui implique des transports. Mais notre choix s'explique facilement :

- les conditions sont très difficiles pour les cultivateurs dans les pays à faibles et moyens revenus
- la majorité de nos produits stratégiques poussent uniquement dans la ceinture tropicale (café, cacao, yuca, canne à sucre...)
- (ici nous extrapolons un peu les faits) le transport (nous optons toujours pour le transport maritime, qui génère le moins d'émissions par kilo) n'est pas le plus grand facteur polluant au sein de ces chaînes (voir 4.2.1c Vins européens vs. vins du monde) 🌱

positive énorme dans cette région semi-aride. Le deuxième projet initié grâce à la prime concernait la construction et le développement d'une école secondaire, qui accueille aujourd'hui déjà 550 élèves. En 2022, un impressionnant centre de santé est venu s'ajouter à ces belles initiatives. Les fonds de la prime de 2023 ont servi à l'achat de matériel médical. 🌱

## b. Prime biologique

Nous versons aux cultivateurs et cultivatrices une prime biologique pour leurs produits bio. Cela afin de les soutenir encore plus dans leurs efforts, qui profitent à tous et toutes (la santé des consommateurs et consommatrices et de la planète). Nous visons une certification bio complète de tous nos produits d'ici 2030. C'est un engagement que nous prenons pour nos consommateurs et consommatrices, pour le bien de la planète, mais aussi pour nos partenaires commerciaux.

→ VOIR FIGURE 9

La culture biologique leur permet de mieux s'adapter aux conséquences du dérèglement climatique. Ces dernières années, nous notons un intérêt de plus en plus marqué chez les cultivateurs et cultivatrices pour la culture biologique. Malheureusement, ils peuvent rarement supporter sans aide les investissements nécessaires à la transition. Oxfam Fair Trade verse une prime biologique aux cultivateurs et cultivatrices qui fournissent nos fruits et légumes biologiques certifiés (en plus du prix et de la prime Fairtrade). Sur demande, nous proposons aux cultivateurs et cultivatrices qui entament tout juste le parcours un soutien ciblé à part.

### FIGURE 9 STATUT DES PRODUITS CERTIFIÉS BIOLOGIQUES EN 2023 VERSUS L'OBJECTIF EN 2030

#### STATUT 2023



#### OBJECTIF 2030



« Notre partenaire brésilien Coopealnor, qui fournit nos oranges, travaille dur depuis plusieurs années pour étendre sa zone de culture bio. Ils ont pu bénéficier d'un large soutien financier de la part d'Oxfam Fair Trade pour l'achat d'engrais biologique destiné à leurs orangers. Au bout de 3 ans, ils ont atteint les normes biologiques strictes de l'UE et obtenu la certification. Ces efforts ont été payants car en 2023, Oxfam Fair Trade a importé pour la première fois un important volume de concentré d'orange certifié bio en provenance du Brésil. Pour les producteurs qui ont fait la transition, l'impact est considérable : un supplément de 2 800 \$ par tonne ou 2,80 \$ par kilo pour le concentré d'orange biologique ! » 🌱

Nancy De Wispelaere  
(Sustainable Sourcing Manager)

### SAVIEZ-VOUS QUE...



la transition vers la culture biologique n'est pas évidente ? Changer de méthode de production implique des frais supplémentaires et des connaissances spécifiques, des investissements, des formations et un apprentissage progressif de la part des cultivateurs et cultivatrices. De plus, il leur faut trois ans pour obtenir la certification biologique pour leurs produits – entretemps, il fait déjà les efforts nécessaires mais sans avoir le label.



## Une gamme de vin 100 % bio ? Oui, mais... Les défis de la transition biologique

Bon nombre de nos partenaires viticoles qui produisent déjà avec un impact minimal sur l'environnement veulent tout de même passer à la certification bio. Ce n'est pas toujours évident. Oxfam Fair Trade veut aider les cultivateurs et cultivatrices qui le souhaitent et qui le peuvent dans leur parcours de conversion avec un accompagnement ciblé, comme c'est notamment le cas pour deux partenaires viticoles au Chili. Dans certaines régions ou certains vignobles spécifiques, la culture bio est quasiment impossible. Souvent, les conditions climatiques ne sont pas idéales, avec beaucoup de pluie ou de brouillard favorisant les champignons, contre lesquels les viticulteurs et viticultrices sont contraints d'utiliser des produits phytosanitaires (trop) onéreux. Autre obstacle potentiel : la contamination croisée avec des vignobles voisins ou d'autres cultures, où les cultivateurs et cultivatrices utilisent des agents chimiques. Une zone tampon peut apporter une solution mais ce n'est pas toujours possible. Des vents forts peuvent aider dans le premier cas, mais dans le second cas, ils sont plutôt problématiques. Nos partenaires viticoles sont malheureusement fortement impactés par le changement climatique. En l'espace d'un an, ils et elles ont dû faire face à des inondations exceptionnelles et à des feux de forêt dévastateurs. Les cultivateurs et cultivatrices sont souvent découragés par les coûts et les démarches administratives de la certification bio. C'est précisément pour cela qu'Oxfam Fair Trade prévoit dans le cadre des budgets dédiés à ses projets des fonds pour financer les audits biologiques durant la période de transition (3 ans). Lorsqu'ils et elles font appel à une personne qualifiée pour des conseils

techniques, celle-ci est également indemnisée. Cela permet d'éviter les soucis de non-conformité. Certains partenaires peuvent utiliser leur propre projet de compostage, tandis que d'autres doivent acheter des engrais organiques. À l'instar des produits phytosanitaires bio, ceux-ci coûtent très chers. Dans les deux cas, nous donnons un coup de pouce financier aux cultivateurs et cultivatrices tout au long de leur parcours. Qui dit culture biologique, dit aussi plus de désherbage. C'est-à-dire plus de main-d'œuvre, ce qui peut être compliqué dans certaines régions. Nous avons aidé plusieurs personnes à financer l'achat d'une débroussailleuse. Avec les bons soins et une fertilisation appropriée, un vignoble bio donnera une bonne récolte, pas forcément inférieure à la culture classique. Évidemment, les partenaires passent inévitablement par une période de transition, et le rendement n'est peut-être pas à 100 % durant la première année de production bio. Nous avons aidé l'une des coopératives viticoles avec lesquelles nous travaillons à acheter de nouvelles vignes avec une productivité élevée, car c'est un facteur crucial. La sensibilisation et la demande de produits bio progressent. Le vin est un marché volatile, où s'enchaînent revers et nouvelles opportunités. Le montant supplémentaire pour l'accréditation bio peut réellement faire la différence pour certaines coopératives viticoles à petite échelle. Espérons qu'au-delà du partenariat avec Oxfam Fair Trade, d'autres clients et clientes décideront aussi de s'associer à la démarche constructive de nos partenaires viticoles, soutenant ainsi une viticulture à petite échelle, rentable, écologique et durable 🌱.

Au total, plus de 66 % de notre assortiment est d'ores et déjà certifié biologique.



### c. Prime pour un revenu vital

#### QU'ENTEND-ON PAR REVENU VITAL ?

Un revenu vital doit avant tout couvrir les besoins de base. Pensez par exemple aux frais pour se nourrir, payer le loyer ou un financement pour un logement, les services essentiels comme l'éducation, les soins de santé ou l'habillement... Il est crucial qu'après ça, il reste encore une marge. Cette marge, les cultivateurs et cultivatrices peuvent l'épargner, l'investir, l'utiliser pour couvrir des frais imprévus, etc.

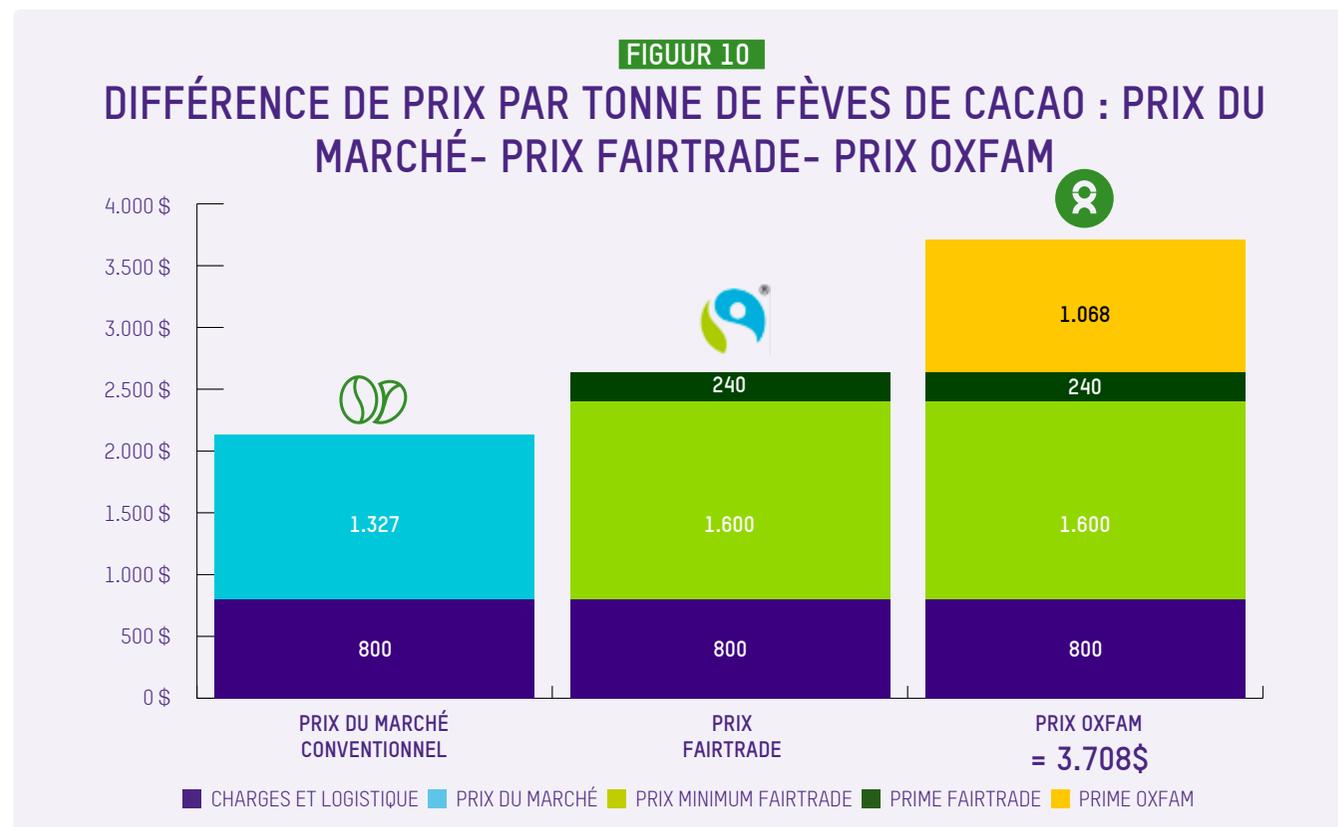
Oxfam Fair Trade garde l'esprit critique et continue à évaluer année après année ses processus et son impact pour les cultivateurs et cultivatrices. Dans certains contextes, on constate que le commerce équitable ne suffit pas pour leur garantir une vie décente, par exemple à cause de la fragilité du contexte dans le pays ou parce qu'ils et elles peuvent moins compter sur un soutien (local et national). C'est pourquoi nous nous engageons à aller 'au-delà du Fairtrade' dans certaines chaînes d'approvisionnement, comme en Côte d'Ivoire où la situation des personnes actives dans la cacao-culture est très compliquée. Grâce à notre gamme de chocolat 'Bite to Fight', les cacao-culteurs et cacao-cultrices de Côte d'Ivoire bénéficient depuis quelques années d'une autre prime Oxfam spécifique : la prime pour un revenu vital. Notre collègue Marion Meyvis donne un mot d'explication : « Ces budgets pour un revenu vital s'ajoutent au prix et à la prime Fairtrade que reçoivent tous nos partenaires cacao-culteurs et cacao-cultrices. Concrètement, cette prime de revenu vital leur rapporte environ 1 dollar de plus par kilo de fèves de cacao. Le prix varie légèrement en fonction du prix du marché. Mais dans tous les cas, nous nous arrangeons pour

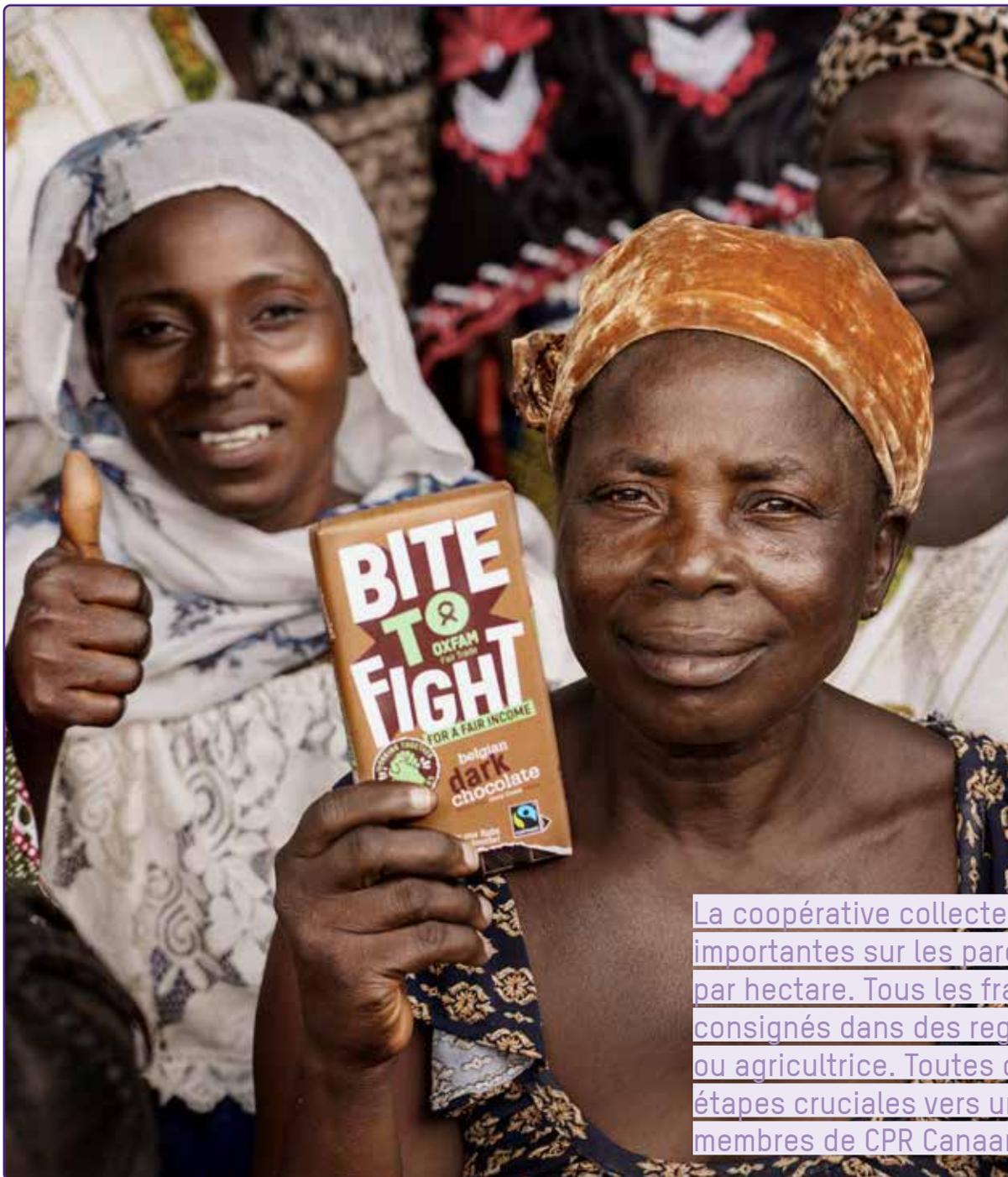
payer 3 708 dollars par tonne en additionnant le prix et la prime Fairtrade plus la prime Oxfam. Ils en ont plus que besoin : une enquête a démontré que la plupart des cacao-culteurs et cacao-cultrices de Côte d'Ivoire gagnent trois fois trop peu pour que leur revenu soit considéré comme viable. » Au cours des dernières années, nous avons versé les montants ci-dessous pour la prime Bite-To-Fight à la coopérative CPR Canaan ☘.

- 2023: 64.442 €
- 2022: 62.884 €
- 2021: 37.840,81 €
- 2020: 43.956,4 €
- 2019: 64.054,4 €

Avec cette prime complémentaire, nous permettons aux cultivateurs et aux cultivatrices de combler cet écart de revenu énorme pour couvrir leurs besoins essentiels et mener une vie décente. Les primes leurs sont partiellement versées directement et partiellement investies dans des projets collectifs pour l'ensemble de la communauté. Bite to Fight constitue une avancée importante vers un chocolat équitable. Nous analysons aussi constamment nos chaînes d'approvisionnement et nous sommes prêts à aller « au-delà du Fairtrade » partout où cela s'avère nécessaire. Si nous ne visions pas toujours le meilleur pour nos cultivateurs, nous ne serions pas Oxfam ☘.

→ VOIR FIGURE 10





### NOUVELLES DE CPR CANAAN (CÔTE D'IVOIRE) :

En Côte d'Ivoire, la coopérative CPR Canaan bénéficie de notre prime de revenu vital et décide en toute autonomie à quoi sera consacré cet apport supplémentaire. Les projets collectifs que cette prime a permis d'amorcer sont très diversifiés. CPR Canaan a énormément investi dans les arbres d'ombrage, créant ainsi des conditions optimales pour les cacaoyers, qui poussent à l'ombre d'autres arbres. En marge de cela, les membres ont reçu en 2023 de nouveaux semis de fruits et de cacao pour une nouvelle plantation. La coopérative a également financé l'achat de matériel agricole (machettes, tronçonneuses, sécateurs, limes, bottes), de compost et de produits phytosanitaires bio. L'élevage d'animaux (poulets, agoutis (dorés), lapins et abeilles) permet à un groupe de partenaires de diversifier ses revenus. Les cultivateurs et cultivatrices qui se lancent dans de nouvelles cultures sont coachés par des agronomes dans des écoles pratiques d'agriculture.

Les groupes de femmes s'occupent de la gestion des caisses d'épargne. Elles suivent une formation en gestion financière et prennent part à un business plan élaboré collectivement pour 21 caisses d'épargne. En marge de cela, elles collectent des données importantes sur les parcelles et les rendements par hectare et consignent avec précision tous les coûts liés aux cultures (dans

des registres individuels pour chaque agriculteur et agricultrice). Les partenaires reçoivent en outre une partie de la prime directement en cash. Toutes ces initiatives sont des étapes cruciales vers un revenu décent pour les membres de CPR Canaan.

La coopérative collecte des données importantes sur les parcelles et les rendements par hectare. Tous les frais liés aux cultures sont consignés dans des registres par agriculteur ou agricultrice. Toutes ces initiatives sont des étapes cruciales vers un revenu décent pour les membres de CPR Canaan

## 2.2.2. Des structures sociales en équilibre

L'ODD 5, ou objectif de développement durable 5, concerne l'égalité entre les genres et l'autonomisation des femmes et des filles dans le monde entier. L'ODD 5 joue un rôle crucial dans le contexte des chaînes alimentaires internationales, afin de garantir une participation et une représentation équitable des femmes tout au long du processus de production. Alors qu'elles constituent une part importante de la main-d'œuvre agricole, les femmes sont très souvent freinées dans leur accès aux ressources, à la propriété, aux crédits et aux processus décisionnels au sein du secteur agricole. La lutte contre les inégalités entre les genres au sein des chaînes alimentaires n'est pas seulement une question de justice sociale, c'est un moteur crucial pour l'amélioration de la productivité, de la durabilité et de la résilience de ces mêmes chaînes. En donnant plus de poids et d'autonomie aux femmes et en leur garantissant une participation égale dans le secteur agricole, l'ODD 5 contribue à mettre en place des systèmes alimentaires plus inclusifs et efficaces, ce qui au final fait progresser les objectifs de développement durables au sens large.

Pour nous, l'égalité sociale dans les communautés agricoles signifie également des conventions de travail globalement décentes dans ces communautés. Comme l'abolition du travail des enfants et de l'esclavage. Cela a toujours été l'un de nos fers de lance et cela le restera toujours. C'est pourquoi, par exemple, nous avons organisé nos plus grandes chaînes de cacao en Côte d'Ivoire : c'est là que les violations des droits humains sont les plus importantes. Pour la même raison, nous poursuivons nos importations depuis la Palestine occupée ou de la région instable du Kivu au Congo. C'est en établissant des partenariats avec les agriculteurs et les agricultrices de ces régions difficiles que nous aurons le plus d'impact. 🌱



### CRR CANAAN – CAISSES D'ÉPARGNE POUR LES FEMMES

La répartition des revenus de la production de cacao n'est pas du tout équitable au sein des ménages. Alors qu'elles assument la majeure partie des tâches ménagères, les femmes ne reçoivent qu'une part infime des revenus du cacao. Oxfam Fair Trade voulait les aider à s'organiser en Associations Villageoises d'Épargne et de Crédit (AVEC). Ce modèle d'organisation permet aux femmes de financer de petits projets en toute autonomie et de gérer leurs dépenses. En fin d'année, nous leur donnons des primes supplémentaires, qu'elles peuvent utiliser pour des investissements plus importants. Nous soutenons déjà 195 femmes de cette manière.

Ces femmes ne sont pas forcément les conjointes des cacaoculteurs (même si certaines le sont). Il est important de respecter leur propre initiative et de valoriser la contribution énorme qu'elles apportent à la communauté. Beaucoup de femmes ont choisi d'investir dans la transformation de cassave (adjéké), d'autres dans la production de cassave, tomates, riz, etc.

Trois caisses d'épargne ont également été créées en 2023, afin d'encourager les hommes à épargner, dans le cadre d'un parcours entrepreneurial. Diverses formations en gestion financière sont venues se greffer en parallèle sur ces initiatives.

Nous suivons de près ces initiatives d'épargne. Le soutien moral a un impact énorme et contribue à une plus grande égalité entre les hommes et les femmes au sein des villages. 🌱





## COOPÉRATIVE CAFÉIÈRE REBUILD WOMEN'S HOPE : LES FEMMES PRENNENT LES RÔLES EN RDC

Dans la chaîne du café, ce sont les femmes qui assurent le plus gros du travail jusqu'à la commercialisation. Ensuite, ce sont les hommes qui prennent le relais. Le résultat ? La femme reste dépendante.

Pour **Marceline Budza**, fondatrice de la coopérative caféière Rebuild Women's Hope puis de la fondation éponyme, le café est clairement une source de discrimination économique à l'égard des femmes. Mais il peut aussi être un tremplin vers une vie meilleure. Une source d'espoir.

Renforcer l'autonomie des femmes, c'est agir pour le bien de toute la communauté. C'est la vision de Rebuild Women's Hope. Les femmes sont souvent une figure centrale, veillant au bien-être de la famille et à l'avenir des enfants, notamment au niveau de l'éducation. C'est pourquoi nous voulons permettre aux femmes de déployer tout leur potentiel, au sein de la chaîne de valeur, et leur apporter un soutien économique plus important.

### 2.2.3. Projets en cocréation à la demande des partenaires commerciaux

En 2023, nous avons apporté notre soutien à 14 projets en cocréation. Nous informons activement les partenaires commerciaux sur les fonds de soutien que nous proposons pour améliorer l'accès des producteurs et productrices au marché de même que l'impact social et écologique. Ensuite, c'est au partenaire commercial de soumettre une proposition de projet. La proposition vient donc du partenaire, car nous partons du principe que les personnes les mieux à même d'apporter une solution efficace sont celles qui vivent le problème (dans une optique de décolonisation).

Les partenaires commerciaux peuvent également faire appel à ce fonds de soutien en situation d'urgence (catastrophes, crises humanitaires...). Comme l'a fait notre partenaire commercial palestinien Al Reef en 2023. Al Reef a mis sur pied une campagne de collecte de fonds pendant le siège de Gaza. Ils proposaient d'acheter des colis alimentaires aux agriculteurs et agricultrices membres d'Al Reef et de les distribuer à Gaza. Oxfam Fair Trade a apporté son soutien à ce projet. Cependant, la distribution est difficile, car l'aide humanitaire est fortement entravée sur place. Nos partenaires tentent actuellement de distribuer les colis alimentaires en collaborations avec PARC (Palestinian Agricultural Relief Committee, actionnaire à but non lucratif d'Al Reef), qui est implanté à Gaza. Pour l'instant avec un succès plutôt mitigé. Nous sommes informés des avancées de la distribution grâce à une communication et des rapports garantissant la transparence de ce qui se passe à Gaza. 🌱



## 2.3. NOUS CONSTRUISONS DES RELATIONS À LONG TERME AVEC NOS PARTENAIRES COMMERCIAUX

Notre collaboration avec les coopératives va au-delà des transactions traditionnelles que sont l'achat et la vente. Nous mettons un point d'honneur à bâtir avec elles des **partenariats à long terme**, fondés sur des principes d'égalité. Selon le principe suivant : elles, en tant que fournisseurs, et nous, en tant qu'acheteurs et consommateurs, dialoguons et coopérons sur un pied d'égalité. Nous privilégions ces mêmes valeurs dans nos contacts avec nos « partenaires du Nord » chargés de la fourniture, de la transformation et du transport. Eux aussi forment des partenaires essentiels dans l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement. Nous les traitons avec le même soin que nos « partenaires du Sud », et attendons d'elles et eux le même engagement à l'égard des personnes avec lesquelles ils et elles collaborent.

### 2.3.1 Coopération à long terme

Nous garantissons toujours aux partenaires commerciaux une coopération à long terme. Cela leur offre une sécurité au niveau des cycles de récolte, leur permettant de mieux répartir leurs coûts et leurs risques, mais aussi de faciliter les investissements à long terme. À travers nos contrats, ils ont en outre l'assurance de bénéficier d'un prix juste pour leurs efforts.

#### LE SAVIEZ-VOUS...



#### Marion Meyvis raconte...

« Une collaboration à long terme implique que les risques commerciaux sont partagés, et n'incombent pas uniquement aux cultivateurs et aux cultivatrices. Généralement, ils et elles n'ont que très peu de pouvoir de négociation dans les procédures d'achat (surtout au sein de l'industrie alimentaire) : si un acheteur décide de s'approvisionner auprès d'autres fournisseurs, ils n'ont souvent aucun moyen de le retenir. Les collaborations à long terme constituent un engagement, et encouragent les cultivateurs et cultivatrices à investir. C'est la promesse que nous allons assumer notre part de risques : ne pas toujours choisir la voie de la facilité, mais toujours la plus juste. »

Nos partenariats reposent sur des contacts personnels étroits avec les communautés agricoles. Par le biais de voyages utilitaires, nos product managers entretiennent des contacts personnels avec les communautés locales. Nous voulons aussi améliorer activement l'accès au marché en développant systématiquement les réseaux sociaux des coopératives. Nous les emmenons par exemple sur les foires commerciales intéressantes, où elles pourront nouer de nouveaux contacts et démarrer de nouveaux circuits de vente.

Vu que nous connaissons si bien nos partenaires, nous savons à quels défis ils et elles sont confrontés et quels points de croissance sont perçus comme essentiels. Forts de ces connaissances, nous pouvons les soutenir et les conseiller de manière très ciblée, par exemple au niveau technique, financier ou organisationnel. De là germent des projets spécifiques. Quatorze projets concrets ont ainsi déjà été lancés chez nos partenaires commerciaux au cours des trois dernières années. 🌱 Auxquels viennent s'en ajouter de nouveaux chaque année, par exemple via nos contributions climatiques. 🌱



### UNE RELATION À LONG TERME SOUS LES PROJECTEURS :

La plupart des vignobles de Vinos Lautaro sont situés dans le village de Sagrada Familia, près de Curicó, au Chili. C'est notre directeur de l'époque, Marc Bontemps, qui avait suggéré le nom de Lautaro pour la nouvelle coopérative viticole, alors qu'il se tenait avec Raúl Navarrete devant la statue du héros local de la révolution. Ce fut le début d'un partenariat durable, marqué par une responsabilité et une admiration mutuelles. Vinos Lautaro a apporté de la qualité, de la transparence et de l'unité au sein de la coopérative, donnant aux viticulteurs et viticultrices à petite échelle une place au Chili et dans le monde (du commerce équitable). Les membres peuvent compter sur des débouchés assurés pour leurs raisins et à un bon prix, ainsi que sur la garantie d'un revenu régulier tout au long de l'année. Les primes Fairtrade supplémentaires ont servi à la mise en place d'un enseignement et de soins de santé de qualité. Parmi les enfants et les petits-enfants des membres et de la communauté au sens large, beaucoup ont pu faire des études et ont désormais un bon job. Investir dans le commerce équitable s'est avéré une excellente décision. Depuis lors, deux partenaires ont obtenu la certification bio. D'autres membres ayant décidé d'entamer la transition vers la culture biologique, le Fonds des Partenaires soutient un projet de conversion. 🌿

### 2.3.2. Une approche à 360°, également pour nos fournisseurs

Pour boucler la boucle du commerce équitable, il importe d'étendre notre approche éthique à nos contacts ainsi qu'aux contrats avec les fournisseurs actifs dans le Nord global. Notre chaîne d'approvisionnement va bien au-delà de la production et de la culture de nos partenaires dans le Sud global 🌱. Il est essentiel pour nous d'accorder la même attention à nos fournisseurs, transformateurs et transporteurs.

En 2023, nous poursuivons la même méthodologie pour sélectionner nos fournisseurs sur base de leurs pratiques sociales et environnementales. Nous plaçons la barre un peu plus haut chaque année : actuellement, nous travaillons par exemple sur des critères contraignants pour sélectionner de nouveaux fournisseurs. Leur implémentation prendra du temps, mais nous avançons déjà, par exemple en contrôlant strictement les organismes avec lesquels nous collaborons. Si, dans le Sud global, nous choisissons délibérément de collaborer avec des coopératives 🌱, nous sélectionnons dans le Nord global, dans la mesure du possible, d'autres 'B Corps' ou des partenaires écologiques comme Belvas ou Belcolade. Nous accordons également une grande importance aux critères sociaux, dans le cadre du devoir de vigilance 🌱.

Afin d'évaluer avec plus de précision la durabilité de la transformation de nos produits, nous avons envoyé une enquête de durabilité à tous nos transformateurs européens en 2023. Avec un taux de réponse assez décevant malheureusement : l'enquête est parfois restée sans réponse ou nous est revenue avec peu d'informations. Ce qui explique cela ? Nous pensons que les autres entreprises n'ont pas de responsable du développement durable pour répondre aux enquêtes de manière approfondie 🌱.

En nous basant sur les informations que nous avons pu rassembler, nous avons identifié les problématiques majeures et nous avons rédigé un accord demandant l'engagement des transformateurs sur plusieurs thèmes concrets 🌱.

Nous avons également examiné les matières premières achetées par les transformateurs (pour la composition de divers produits). Nous assurons la traçabilité complète des produits supplémentaires grâce à notre système de contrôle interne. Que nous associons à notre système HACCP 🌱.





3.

# CE QUE NOUS FAISONS POUR NOS COLLABORATEURS

# 3.1. NOS ENGAGEMENTS

## Nos engagements :



- Nous **élevons la satisfaction et le bien-être** au sein de l'équipe
- Nous **assurons la sécurité et l'intégrité** au sein de notre organisation

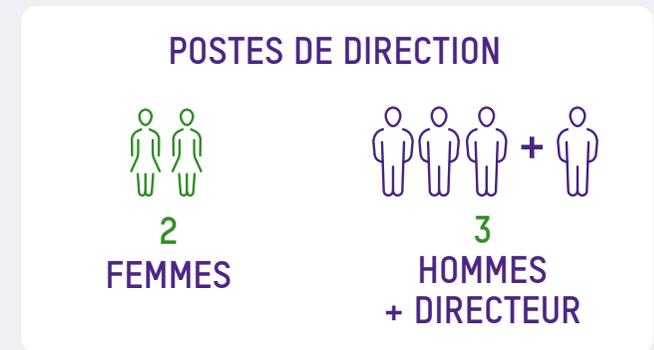
Tous les collaborateurs et collaboratrices d'Oxfam Fair Trade se lèvent le matin pour effectuer un travail qui poursuit un objectif collectif clair. C'est ce lien qui fait de nous une équipe motivée et soudée.

Pour nous, leur bien-être et leur satisfaction sont une priorité. De même que l'intégrité. Oxfam Fair Trade se compose d'une équipe de 33 personnes, mais nombre de nos initiatives pour le personnel d'Oxfam Fair Trade s'appliquent à l'ensemble du groupe.

→ VOIR FIGURE 11

FIGURE 11

## NOTRE ORGANISATION EN CHIFFRES



## 3.2. NOUS ÉLEVONS LA SATISFACTION ET LE BIEN-ÊTRE AU SEIN DE L'ÉQUIPE

La satisfaction et le bien-être général des collaborateurs et collaboratrices sont au cœur de nos préoccupations. Sans eux, Oxfam n'est rien. Mais être un bon employeur sur le papier ne suffit pas. Il faut joindre le geste à la parole ! Les valeurs que nous véhiculons en externe doivent être reflétées en interne. Et pour cela, nous avons mis en place une politique RH moderne et solide, que nous illustrons ici à l'aide de l'Employee Life Cycle.

→ VOIR FIGURE 12



### Attract & Recruit

La diversité est une richesse, y compris au sein du personnel, Oxfam en est convaincu. C'est pourquoi nous avons lancé un plan de diversité en 2023. Un élément clé de ce plan était l'analyse et l'ajustement du processus de recrutement et de sélection afin d'y ajouter davantage d'inclusivité, de lutter contre les préjugés et de donner à chacun et chacune des chances égales. Nous nous sommes donc employés activement à diversifier notre recrutement et à créer un climat où chacun et chacune peut être soi-même.

### Onboard

1 nouvelle recrue sur 3 sait en moins d'une semaine si elle restera à plus long terme au sein de l'organisation. Il est donc crucial de les recevoir chaleureusement grâce à une politique d'accueil bien pensée. Un parrain ou une marraine est désigné pour chaque nouvelle personne arrivant chez Oxfam, le département RH prévoit une demi-journée de présentation d'Oxfam à leur arrivée ainsi qu'une présentation plus spécifique de leur poste avec leur manager. D'énormes efforts ont été faits en 2023 au niveau des journées d'accueil : un événement de deux jours est organisé quatre fois par an pour immerger complètement les nouvelles recrues dans le large éventail d'objectifs d'Oxfam. C'est notre façon de veiller à leur satisfaction dès le départ.

### Develop

Nos collègues sont donc au centre des préoccupations, de même que leur développement personnel. Grâce à une méthode d'évaluation

complète, ils et elles peuvent progresser de manière régulière. D'une part, nous avons le cycle 'Let's Talk', durant lequel les managers et les employés et employées font le bilan de l'année écoulée et définissent les objectifs de l'année à venir. Cela permet de dégager les points à améliorer, par exemple au moyen de formations. D'autre part, en 2023, nous avons mis en place une évaluation à 360°, incluant le feedback de personnes qui travaillent souvent avec le/la collègue en question. Cela nous donne de nombreuses informations variées sur la perception de votre travail, selon différents points de vue. En marge de ces formations individuelles, nous organisons aussi des formations générales. En 2023, Oxfam a par exemple développé et implémenté sa propre méthodologie de Project Management. Grâce à cela, tout le monde emploie désormais le même langage métaphorique dans les projets collectifs.

### Retain

Le groupe Bien-être se réunit une dizaine de fois par an pour suivre l'évolution de l'organisation et de ses différents services. Ce groupe représentatif composé de membres de chaque département discute de la situation de chaque personne et des points éventuels qui peuvent affecter leur bien-être. À l'aide de ces informations, nous essayons d'organiser des actions ou de rédiger des conseils pour le comité de direction.

Le conseiller ou la conseillère en prévention initie également des actions concrètes. C'est de là qu'est partie notamment la collaboration avec Attentia pour de l'ergo-coaching. Un ergothérapeute est passé dans chaque bureau

pour donner des conseils et astuces aux personnes travaillant sur écran car une bonne posture diminue les douleurs physiques.

Nous avons également travaillé sur les points mis en lumière par de précédentes enquêtes : nous avons par exemple tenté de supprimer les ambiguïtés à l'aide d'une politique claire et étayée, nous avons participé à un benchmark concernant les salaires dans le secteur, etc.

A côté de cela, nous prenons toutes sortes de mesures concrètes et pratiques pour faire de nos bureaux un lieu de travail agréable : de nouveaux leasings vélo, un régime de congés étendu, des horaires flexibles, de chouettes teambuildings, des fêtes pour le personnel, des fruits gratuits chaque semaine...

### Separate

Lorsque nos collaborateurs et collaboratrices décident tout de même de partir, il est important de savoir pourquoi. Lors d'un entretien de départ, nous tentons de tirer des leçons du passé afin de plus commettre les mêmes erreurs à l'avenir. La restructuration que nous avons entreprise au sein d'Oxfam Fair Trade en 2023 constitue un point essentiel. Pour des raisons financières, nous avons dû nous séparer de 5 collègues et les personnes partant à la retraite n'ont pas été remplacées. Cela a évidemment eu un profond impact sur notre organisation. Pour mesurer cet impact et répondre aux besoins des personnes restantes, le département RH a organisé des entretiens individuels. Ces informations ont été partagées avec le comité de direction et les managers concernés, qui les ont à leur tour intégrées dans la politique de relance.

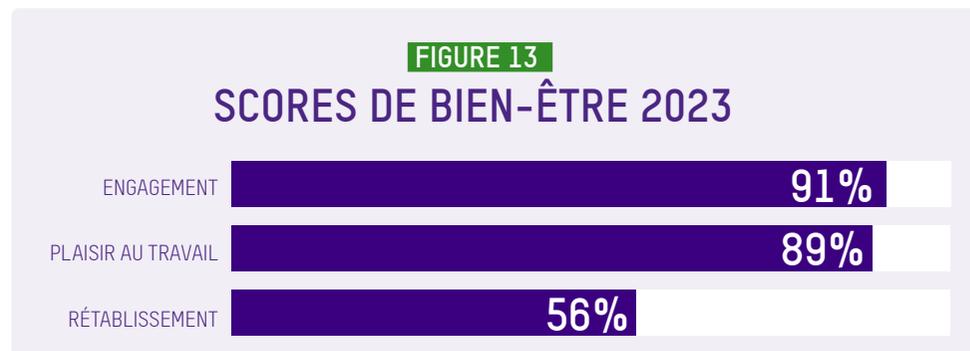
Ce qui explique peut-être pourquoi les chiffres de bien-être étaient meilleurs que prévu après l'enquête de fin 2023.

→ VOIR FIGURE 13

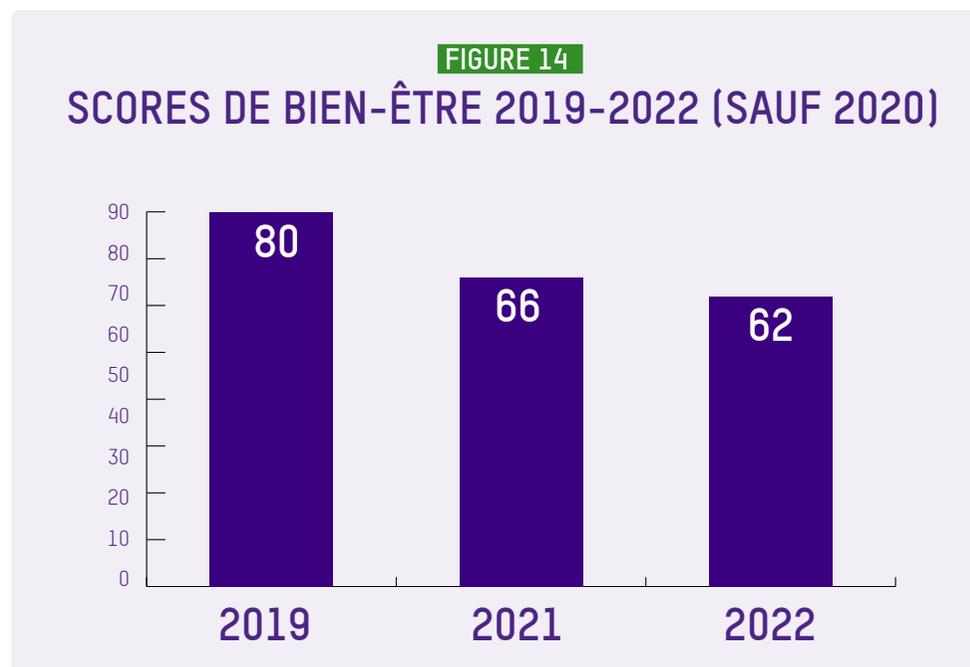
Lors de l'enquête de satisfaction de 2023, nous avons élargi notre série de questions, ce qui peut

éventuellement compliquer une comparaison sur des points précis avec les années précédentes. Mais de manière générale, on peut dire que les chiffres ci-dessus annoncent un sentiment de bien-être assez positif. À titre de comparaison, vous retrouvez ci-dessous les chiffres de l'année dernière.

→ VOIR FIGURE 14



Lors de l'enquête annuelle consacrée au bien-être, 89,2 % de nos collaborateurs et collaboratrices ont indiqué aimer leur travail.



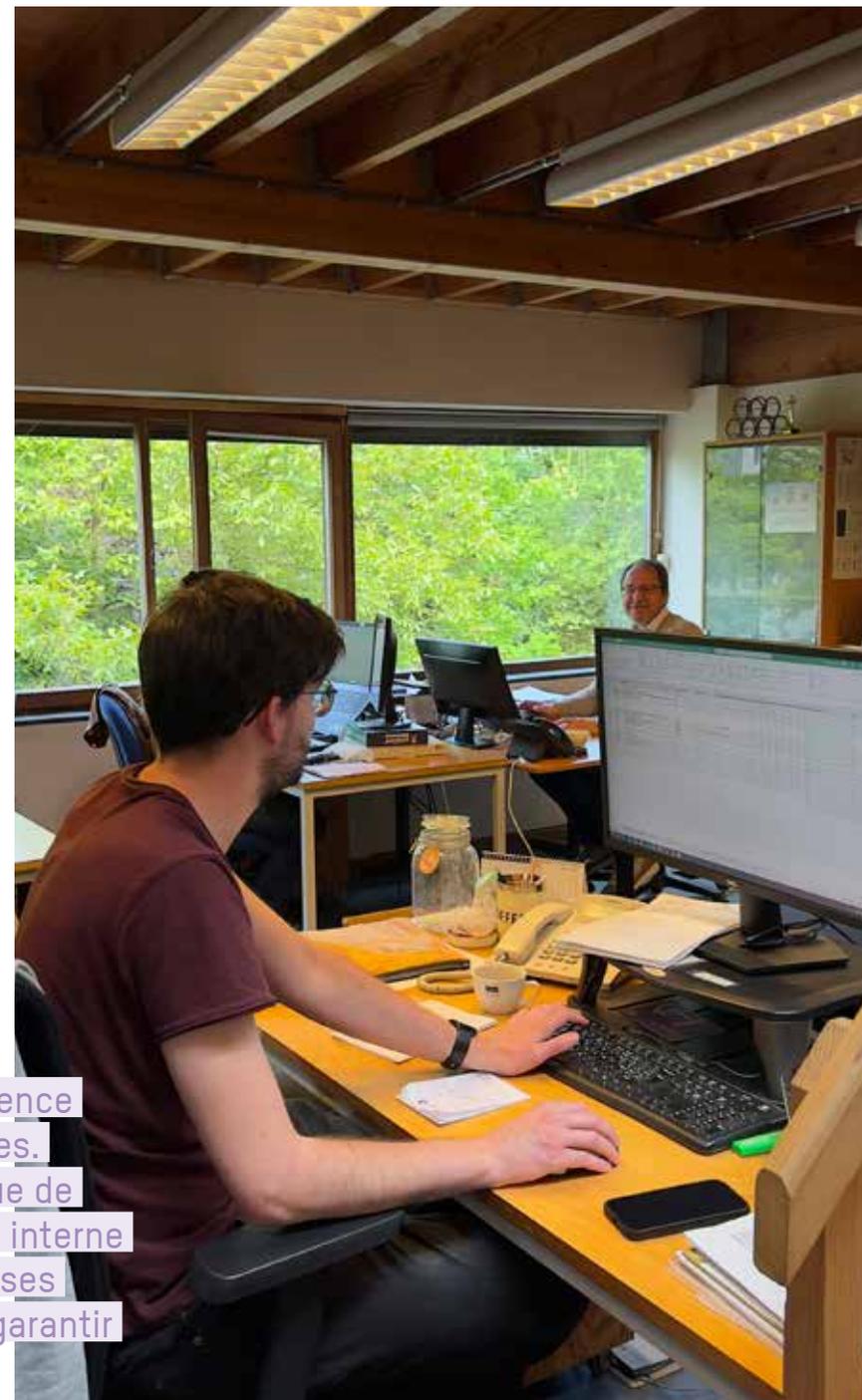
### 3.3. NOUS GARANTISSONS LA PROTECTION ET L'INTÉGRITÉ AU SEIN DE NOTRE ORGANISATION

Nous accordons une grande importance à l'intégrité. La lutte pour l'égalité commence en effet par nous-mêmes. C'est pourquoi nous avons mis en place une 'Politique de Safeguarding', une politique qui vise à maximiser l'intégrité par le biais de diverses mesures internes. Nous organisons régulièrement des ateliers et webinaires, nous avons un système de référencement strict pour les nouveaux collaborateurs, ainsi que des personnes de confiance et des interlocuteurs pour les questions d'intégrité...

L'un des piliers les plus importants en matière de prévention n'est autre que notre code de conduite Oxfam. Celui-ci définit notre mission, nos valeurs et nos normes, de même que le comportement que nous attendons des collaborateurs. Chaque nouveau collègue ratifie ce code de conduite lors de son entrée en service.

Au sein d'Oxfam Belgique, il y a quatre points focaux 'Intégrité' (deux francophones, deux néerlandophones, chaque fois un homme et une femme), dont la tâche est de veiller à faciliter les discussions autour des problèmes d'intégrité. Nous permettons aussi de soulever ces problèmes d'intégrité (de l'intégrité financière aux comportements sexuels inappropriés) de manière anonyme via un numéro de téléphone spécial ou un signalement en ligne. Ces signalements font l'objet d'une enquête très approfondie.

La lutte pour l'égalité commence par nous-mêmes. Notre « Politique de Safeguarding » interne comporte diverses mesures pour garantir l'intégrité.





4.

# CE QUE NOUS FAISONS POUR NOS CLIENTS ET CLIENTES

## 4.1. NOS ENGAGEMENTS

### Nos engagements :



- Nous proposons une **gamme de produits équitables et durables**.
- Au niveau de la qualité, nous essayons de **dépasser les attentes et les réglementations** relatives à nos produits.

La nécessité d'une alimentation équitable et durable n'a jamais été aussi forte. Ce qui est logique, car nous devons tous et toutes manger. En même temps, nous savons que l'alimentation a un impact majeur sur notre planète. La production et la consommation occidentales dépassent même de loin les limites planétaires. Pire encore : nos habitudes sont néfastes pour la santé et le bien-être de nombreux habitants sur terre. C'est précisément la raison pour laquelle le message d'Oxfam en matière de commerce équitable reste brûlant d'actualité. Via notre organisation, nous proposons dès lors une alternative concrète (c'est-à-dire équitable ET durable) aux produits alimentaires classiques présents dans les rayons des magasins.

Nos promesses collent plus que jamais avec les attentes des consommateurs et consommatrices d'aujourd'hui. Nous voulons rester, pour un groupe croissant de personnes conscientes et notamment les jeunes générations, aussi pertinents que possible et continuer à jouer la carte de notre valeur ajoutée.

### TRAVAILLER AVEC OXFAM FAIR TRADE : UNE ODE À L'ENGAGEMENT ÉTHIQUE

Lorsque vous vous engagez dans un partenariat, vous devez regarder au-delà des simples transactions financières. Un bon partenariat reflète un engagement partagé, avec des valeurs et des objectifs communs. Le choix d'**Oxfam GB** (Grande-Bretagne) de s'associer à Oxfam Fair Trade (OFT) repose sur une résonance profonde au niveau des valeurs éthiques, associée à une connaissance partagée des chaînes d'approvisionnement et une vision commune d'un avenir avec une meilleure égalité des chances pour tous.

La marque Oxfam GB est synonyme de justice sociale et d'aide humanitaire, c'est pourquoi l'association a directement vu en Oxfam Fair Trade plus qu'un simple « fournisseur durable ». **Emily Williams** : « OFT se profilait pour nous comme un partenaire majeur dans le développement d'une proposition de label propre pour nos magasins au Royaume-Uni. Il s'agissait principalement de biens de consommation, OFT remplissait donc ici un rôle indispensable en tant que fournisseur et conseiller éthique. Nous avons une confiance absolue en OFT, basée sur sa réputation, bien sûr, mais aussi sur des résultats tangibles démontrant l'efficacité de son approche. Comme le projet Bite to Fight, par exemple, très bien accueilli par le public britannique. »



Oxfam GB et OFT comprennent les risques éthiques inhérents aux chaînes d'approvisionnement, particulièrement pour les matières premières comme le cacao. Emily : « Grâce à ce partenariat, Oxfam GB a pu accéder aux connaissances étendues d'OFT dans le domaine des chaînes d'approvisionnement et des pratiques commerciales équitables, nous permettant de relever en toute confiance des défis particulièrement complexes. »

### Quel est le message qu'Oxfam GB souhaite transmettre à son public et ses clients et clientes en proposant des produits OFT ?

« C'est une façon d'illustrer les valeurs essentielles auxquelles nous adhérons, comme les achats éthiquement responsables et le soutien aux cultivateurs, aux petites entreprises et aux communautés partout dans le monde. En choisissant les produits OFT, Oxfam GB garantit à ses clients les normes les plus strictes en matière de commerce équitable et de devoir de vigilance. Cette collaboration illustre aussi tout ce que nous défendons : une lutte constante pour des salaires décentes et de meilleures conditions tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Ai-je déjà parlé de la qualité exceptionnelle des produits OFT ? Ces produits sont associés à des histoires humaines authentiques, démontrant qu'OFT va au-delà du minimum du commerce équitable. »

La collaboration avec Oxfam Fair Trade est bien plus qu'une simple décision commerciale pour Oxfam GB, c'est une réaffirmation de leurs valeurs communes et un pas concret vers un monde meilleur.

## OXFAM FAIR TRADE : PARTENAIRE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Alors que le développement durable devient progressivement une priorité, il est crucial pour votre entreprise de trouver les bons partenaires pour atteindre vos objectifs. Oxfam Fair Trade est un nom qui revient souvent quand on discute de durabilité et de commerce éthique. Mais en quoi une collaboration avec Oxfam est-elle si précieuse ? Et pourquoi faire le choix d'Oxfam Fair Trade en tant qu'entreprise ? Nous avons posé la question à **Lyreco**.

Lyreco est un fournisseur de premier plan de fournitures de bureau et de solutions en milieu professionnel, avec une solide expérience en matière de durabilité et d'entrepreneuriat socialement responsable. L'entreprise s'est fixé une mission claire : avoir 90 % de son chiffre d'affaires provenant de l'offre « Sustainable Selection » d'ici 2026. C'est-à-dire des produits choisis sur base d'une méthodologie centrée sur la planète, l'environnement de travail et la société. C'est pourquoi une collaboration avec Oxfam Fair Trade semblait être l'accord parfait. En choisissant les produits Oxfam, Lyreco souligne son engagement envers le commerce équitable et son désir de soutenir les communautés partout dans le monde.

### Qu'est-ce qu'un partenariat avec Oxfam Fair Trade signifie pour une entreprise ?

**Tomas Vivijs**, Sustainability Manager chez Lyreco : « Pour une marque ou une entreprise, une collaboration avec Oxfam Fair Trade peut être une manière efficace de consolider sa propre marque et sa position sur le marché. Les entreprises aspirent à travailler avec des partenaires qui partagent leurs valeurs, surtout en matière de durabilité. En nous associant à Oxfam, nous soulignons notre engagement envers un commerce éthique et équitable et notre désir de soutenir une diversité de communautés à travers le monde. »

### Pourquoi choisir de travailler avec Oxfam ?

« Un partenariat avec Oxfam cadre parfaitement avec nos valeurs intrinsèques. Le développement durable est plus qu'une tendance, c'est une valeur fondamentale ancrée dans l'essence même de notre entreprise. Notre objectif est d'arriver à un chiffre d'affaires provenant à 90 % de produits "durables" d'ici 2026. Nous entendons par là des produits avec un impact positif sur l'environnement, le milieu de travail et la société. 'Fair Trade' est plus qu'un label pour nous, c'est une façon d'exprimer notre contribution à un monde plus juste, à travers nos produits », souligne **Isabelle Namur**, Product Manager Catering chez Lyreco.

### Comment êtes-vous arrivés chez Oxfam ?

« Pour une entreprise comme Lyreco, Oxfam constitue un choix logique. Notre portefeuille de produits est constitué sur base des demandes du marché et des besoins des clients, chez qui on note des attentes de plus en plus marquées en matière de durabilité. Oxfam a une réputation de pionnier dans le commerce équitable, ce qui en fait un partenaire intéressant et fiable pour les entreprises cherchant diverses façons de concrétiser leurs objectifs durables. »

### Quel signal souhaitez-vous envoyer en proposant des produits Oxfam ?

« C'est une prise de position : le développement durable n'est pas seulement une affaire d'environnement mais aussi de justice sociale. En proposant des produits Oxfam, vous exprimez un véritable engagement pour un monde équitable et juste, où la planète ainsi que ses habitants sont soutenus et traités avec respect. »

S'engager avec Oxfam est une excellente décision pour les entreprises soucieuses du développement durable et qui veulent le faire savoir à leurs clients, leurs investisseurs et autres. C'est également une façon d'avoir un impact positif efficace pour votre entreprise et pour l'environnement.



## 4.2. NOUS PROPOSONS UNE GAMME DE PRODUITS ÉQUITABLES ET DURABLES



Nous commercialisons des produits alimentaires ayant été développés et produits de la manière la plus équitable, durable et qualitative possible. Tel a toujours été notre objectif fondamental. Avec notre nouvelle stratégie en matière de durabilité, nous continuons d'avancer dans cette direction en fixant des objectifs concrets.

### 4.2.1. Conformité aux certification et référentiels externes

Dans un premier temps, nous offrons des garanties objectives à nos clients et clientes par le biais de certifications externes. Nous démontrons ainsi de

manière irréfutable qu'Oxfam Fair Trade a un impact social et durable, qui se reflète dans les produits que nous vendons. Notre gamme de produits est 100 % équitable depuis des années, et sera 100 % bio d'ici 2030. Nous réduisons les émissions de CO<sub>2</sub> de nos produits. Nos certifications le montrent clairement : nous joignons le geste à la parole.

#### a. Fair trade

Le commerce équitable a été le point de départ de notre organisation et reste notre marque de fabrique dans tout ce que nous entreprenons.

### SAVIEZ-VOUS QUE...



il existe de nos jours des dizaines de labels de durabilité ? Pas étonnant que les consommateurs et consommatrices ne s'y retrouvent plus ! De nombreux labels ne disent pas tout. Un exemple : d'autres marques proposant des produits chocolatés affichent de plus en plus souvent un label FSI (Fairtrade Sourced Ingredient, ndlr.) pour le cacao. Mais ce label garantit uniquement que le cacao contenu dans le produit a été cultivé de manière durable, et ne dit rien pour le beurre, le sucre, le lait (en poudre), les arômes, les fruits, et autres ingrédients ajoutés. Chez Oxfam Fair Trade, vous pouvez avoir l'esprit tranquille : nous appliquons toujours les critères les plus stricts. Chez nous, le commerce équitable s'applique à l'ensemble de la chaîne !



*Le label FSI garantit que le cacao présent dans ce produit a été cultivé de façon équitable.*



*Le label Fairtrade porte sur tous les ingrédients présents dans ce produit. Vous trouverez ce label sur tous les produits Oxfam.*



## b. Certification bio

En 2023, 66 % de nos produits étaient certifiés biologiques. D'ici 2030, nous voulons atteindre les 100%. Nous sommes convaincus que le bio est bon non seulement pour la planète, mais aussi pour les personnes : pour nos partenaires commerciaux, car la culture bio les rend mieux armés pour faire face aux conséquences du réchauffement climatique, mais aussi pour nos clients et clientes car les aliments bio sont plus sains et plus naturels. Nous accordons beaucoup d'attention à la culture écologique, même pour nos produits arborant pour l'instant uniquement le label Fairtrade. Le respect de l'environnement constitue l'un des piliers du commerce équitable. De plus, certains de nos produits sont actuellement déjà en conversion vers le bio, mais nous attendons encore leur certification. La transition vers la culture bio prend trois ans, mais dans l'intervalle, les matières premières sont déjà cultivées selon les principes de l'agriculture bio.

## c. Notre engagement carbone, mais autrement

En 2022, nous avons entamé des démarches importantes afin de détailler encore mieux nos émissions de CO<sub>2</sub>. Pour chaque produit, nous avons réalisé une analyse du cycle de vie (ACV), complétée par des données provenant de bases de données en ligne, comme les Bilans GES .

Contrairement à de nombreuses autres entreprises, nous incluons l'ensemble de notre chaîne de production dans le calcul de nos émissions. Cela signifie que nous prenons en compte non seulement nos propres émissions (scope 1-2), mais aussi toutes les émissions générées par la production, le transport, la transformation et la livraison de nos produits jusque chez le client (scope 3).

Ces chiffres actualisés confirment que la plupart de nos émissions – et donc de nos possibilités de les réduire – se situent dans notre chaîne de production (scope 3), c'est-à-dire 96 %, soit un total de 4 476,15 tonnes d'équivalents CO<sub>2</sub>. C'est une diminution considérable par rapport à l'année précédente (5 410,645 tonnes d'équivalents CO<sub>2</sub>). Nous calculons nos émissions de CO<sub>2</sub> pour chaque catégorie de produits sur base de nos chiffres de vente. La baisse des émissions de CO<sub>2</sub> s'explique, d'une part, par la baisse du volume vendu et, d'autre part, par notre nouveau modèle d'entreprise, qui nous a permis de nous concentrer sur une réduction plus active (voir avant-propos : nouvelle méthodologie).

La mesure des émissions de CO<sub>2</sub> repose souvent sur des chiffres cibles et des moyennes générales. Par conséquent, il n'est pas toujours simple d'affiner et d'ajuster nos émissions de CO<sub>2</sub> en

## SAVIEZ-VOUS QUE...



il y a deux sources majeures pour les émissions de CO<sub>2</sub> au sein de la chaîne de production du café ? L'utilisation d'engrais artificiels et la préparation du café à la maison représentent ensemble environ 70 % des émissions totales. En achetant du café produit de manière biologique, vous pouvez déjà réduire de 50 % les émissions de CO<sub>2</sub>.

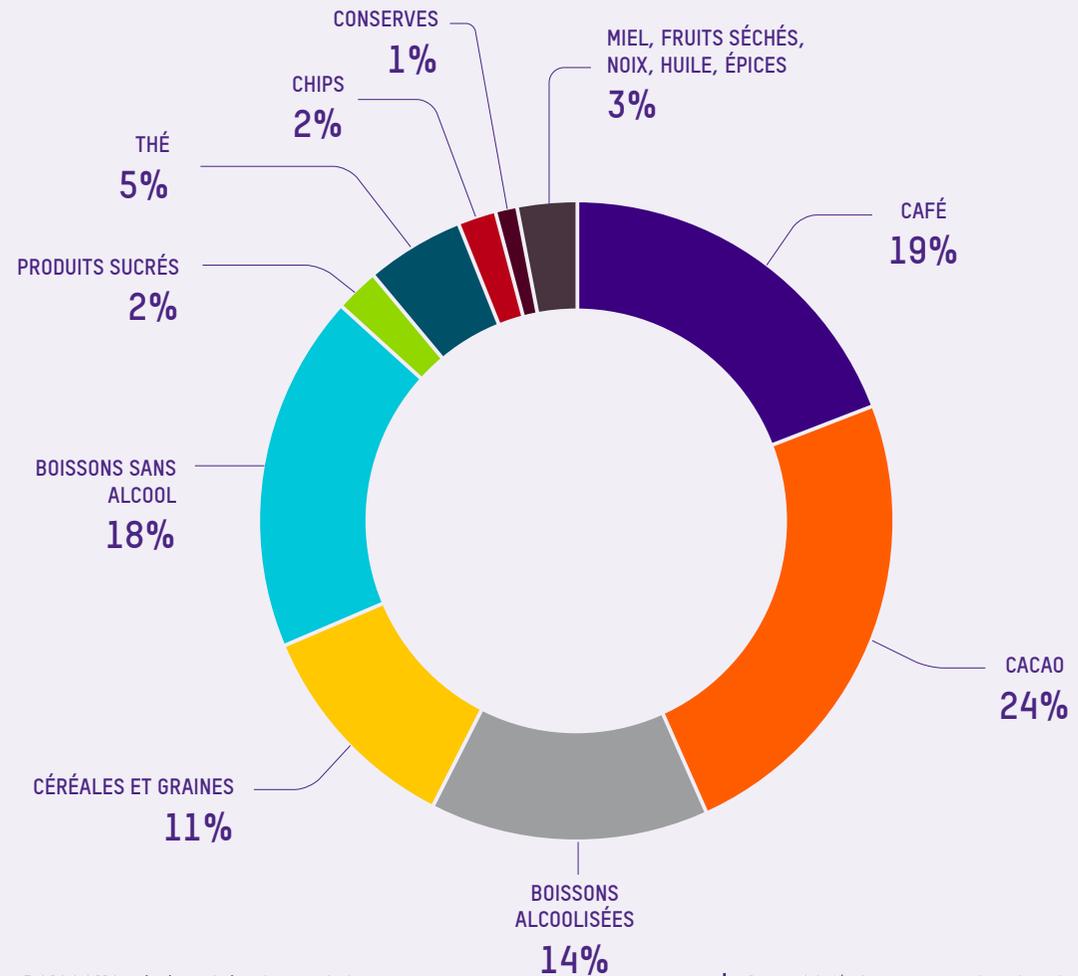
fonction de nos choix conscients pour durabiliser notre entreprise. Pour les émissions de CO<sub>2</sub> du café, nous nous basons par exemple sur une étude de Kilian et. Al (2012), citée et utilisée par d'autres études, et régulièrement confirmée. Cette étude utilise donc un chiffre pour tous les types de production (intensive, biologique, agroécologique) et démontre que l'exploitation agricole elle-même ainsi que les consommateurs et consommatrices de café sont responsables de la majeure partie des émissions de CO<sub>2</sub>. D'autres études donnent une image plus claire de l'impact d'une production plus durable. Le café issu d'une production bio permet déjà par exemple de diminuer de moitié les émissions de CO<sub>2</sub> de l'exploitation agricole. Si le café est cultivé selon une méthode agroécologique, ces émissions de CO<sub>2</sub> seront converties directement sur place en production de bois à partir des arbres d'ombrage présents sur le site. Malheureusement, il n'existe pas de méthode standardisée pour prendre en compte ces différents effets. Nous espérons que des recherches plus approfondies nous donneront une meilleure base pour inclure ces chiffres dans notre rapport de durabilité. .

## VINS EUROPÉENS VERSUS VINS DU MONDE

En 2023, nous avons financé une étude effectuée par greensolution.cl et visant à mesurer l'empreinte CO<sub>2</sub> et eau de 12 membres de notre partenaire viticole VIDSECA. Ils produisent principalement des raisins de cuve de type païs, dans des vignes anciennes (jusqu'à 150 ans). La culture se fait sous forme d'arbustes, sans irrigation et aussi naturellement que possible. L'empreinte écologique moyenne qui en est ressortie est de 0,44 kg de CO<sub>2</sub> /bouteille, donc largement sous la moyenne européenne. On considère généralement qu'il faut 110 litres d'eau pour produire un verre de vin (125 ml). Chez les membres de VIDSECA, la moyenne a été chiffrée à 24,6 litres d'eau par verre de vin. Cela correspond également à nos analyses ACV réalisées en 2021 pour trois de nos vins. Nous savons que la moyenne européenne est d'environ 1,2 kg de CO<sub>2</sub> pour une bouteille de vin. Nos vins obtiennent des scores similaires : le Carménère de Red del Vino est bien en-dessous avec 0,96 kg, tandis que le Malbec de La Rioja est au-dessus avec 1,51 kg. Quant au Pinotage de Koopmanskloof, il se situe, avec 1,12 kg, dans la moyenne européenne. Ces chiffres nous ont surtout appris que nos vins internationaux ont une empreinte similaire à celle des vins européens et plus locaux. Fait amusant : nous avons également étudié s'il était préférable d'importer les vins en vrac, mais ce n'est pas le cas. Il est donc préférable pour l'environnement que les vins soient mis en bouteille sur place au Chili, en Argentine et en Afrique du Sud, comme nous le faisons déjà pour la plupart de nos vins.»

FIGURE 15

## LES ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> D'OXFAM FAIR TRADE PAR CHAÎNE DE PRODUCTION



Nos **BOISSONS** génèrent également de nombreuses émissions : 14 % de nos émissions proviennent de nos boissons alcoolisées, 18 % de nos boissons non-alcoolisées. C'est principalement dû aux émissions élevées liées aux emballages en verre.

Avec 24 %, le cacao est notre deuxième plus grand émetteur de CO<sub>2</sub>. Il y a eu une hausse au sein de notre chaîne de **CACAO** et nous vendons aussi des pâtes à tartiner en pots en verre, ce qui génère plus d'émissions, même si les volumes de cacao sont beaucoup plus faibles. Le chocolat blanc et le chocolat au lait, en particulier, nuisent à l'environnement.

Grâce à nos calculs de l'empreinte carbone, nous savons aujourd'hui à quelles chaînes nous devons accorder une attention particulière pour réduire nos émissions, et quel budget nous devons prévoir pour la compensation carbone.

→ VOIR FIGURE 15

#### 4.2.2. Moins de déchets

##### a. Moins d'emballages

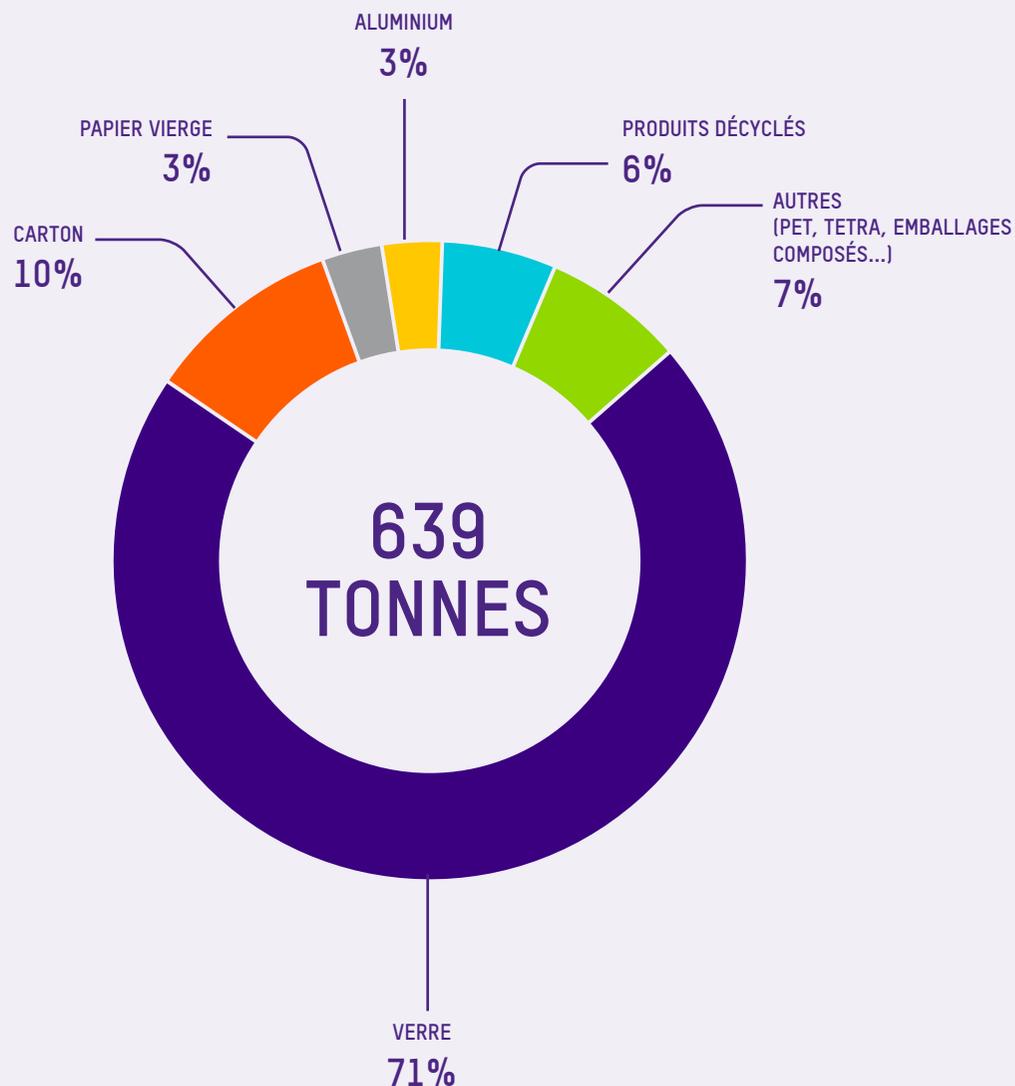
Nous savons maintenant exactement de quelle quantité et de quels types d'emballages nous avons besoin pour nos produits. En 2023, nos **matériaux d'emballage** représentaient **639 tonnes**, réparties entre les matériaux suivants :

→ VOIR FIGURE 16

##### b. Moins de gaspillage

Nous aurons toujours besoin d'emballages pour garantir l'hygiène, la sécurité alimentaire, les allergies alimentaires et la conservation des aliments. Le sondage que nous avons réalisé auprès de nos parties prenantes a montré que la sécurité alimentaire et la conservation des aliments, surtout, représentent des points d'attention cruciaux pour réaliser l'ODD « faim zéro » 🌾. Nous nous y engageons donc fermement tout au long de notre chaîne d'approvisionnement. En 2021, nous avons réalisé **2,4% de notre chiffre d'affaires** grâce aux actions promotionnelles dans les magasins du monde, aux ventes aux revendeurs et aux banques alimentaires. Cela a permis d'éviter la destruction de ces produits.

**FIGURE 16**  
**MATÉRIAUX D'EMBALLAGE DES PRODUITS**  
**OXFAM FAIR TRADE EN 2023**



## INTERVIEW DE NOTRE PRODUCT MARKETEER ET RESPONSABLE EMBALLAGES ANKE TEIGELER : DES EMBALLAGES PLUS DURABLES

### Quelles sont les actions déjà entreprises pour durabiliser les emballages des produits Oxfam Fair Trade ?

« Dans tous les cas de figure possibles, nous sommes rapidement passés aux alternatives les plus durables. Depuis 2022 déjà, tous nos emballages de café sont sans aluminium et entièrement recyclables. À ce niveau, nous sommes très en avance sur le secteur belge du café. FostPlus souhaite que tous les emballages de café de Belgique soit totalement recyclables (et donc exempts d'aluminium) d'ici 2025.

Le revers d'une mise en œuvre rapide d'emballages durables est que nous sommes allés trop loin avec nos emballages compostables pour notre chocolat saisonnier. Depuis 2024, FostPlus considère ces emballages comme « gênants » et ils doivent donc être retirés de l'assortiment. »

### Pourquoi continuer à utiliser du film aluminium pour notre chocolat ?

« On ne saurait trop insister sur l'importance d'un emballage hermétique pour la conservation du chocolat belge. Un emballage hermétique protège contre l'humidité ambiante et l'oxydation, deux facteurs qui peuvent influencer la qualité et le goût du chocolat. Un emballage hermétique

conserve la saveur et la texture plus longtemps et empêche le chocolat de s'imprégner de l'odeur et du goût d'autres aliments, préservant ainsi son goût unique.

C'est à cause de ces propriétés de conservation que la plupart des chocolats sont encore emballés dans des feuilles d'aluminium. Ce type d'emballage offre une bonne protection contre la lumière, l'humidité et l'air.

Nous continuons néanmoins à explorer d'autres alternatives. Nous avons par exemple déjà remplacé la couche d'aluminium entre nos barres de chocolat Bite to Fight et l'emballage extérieur par un papier enduit. Nous aimerions faire de même avec les tablettes mais pour l'instant, il n'est pas possible d'adapter les machines d'emballage. »

### Pour quelle raison ne proposez-vous plus de produits sans emballage dans les wereldwinkels ?

« Les emballages sont un maillon clé de la sécurité alimentaire. Nous voulons évidemment éviter le gaspillage alimentaire et la conservation des produits en vrac est trop courte pour la faible rotation de nos wereldwinkels. De plus, les emballages sont nécessaires pour communiquer au consommateur les ingrédients, les allergènes et les

valeurs nutritives. Pour le transport aussi, il faut un minimum d'emballage. »

### Quelles innovations suivez-vous en matière d'emballage et quels sont les enjeux ?

« C'est un véritable tsunami de (nouvelles) législations qui déferle sur l'industrie alimentaire belge : la directive sur les plastiques à usage unique (SUP), le règlement européen sur les emballages et les déchets d'emballage, plusieurs arrêtés royaux au niveau fédéral, la législation en Flandre, une série de décrets et décisions au sein du gouvernement wallon et bruxellois, et même des initiatives locales. Toutes ces mesures visent à interdire ou, au minimum, à restreindre drastiquement certains emballages.

L'ambition de la Commission européenne est claire : d'ici 2030, tous les emballages circulant en Europe devront être recyclables et/ou réutilisables. Mais les priorités fixées dans les différents États membres sont très différentes et souvent difficilement conciliables.

L'enjeu majeur pour Oxfam Fair Trade est le développement d'emballages multilingues, que nous pouvons à la fois utiliser dans nos magasins et les rayons des supermarchés et exporter vers nos partenaires européens. »



## 4.3. AU NIVEAU DE LA QUALITÉ, NOUS ESSAYONS DE DÉPASSER LES ATTENTES ET LES RÉGLEMENTATIONS RELATIVES À NOS PRODUITS

Notre action peut finalement se résumer comme suit : nous cherchons constamment à améliorer la qualité de nos produits, et notre objectif ultime consiste à proposer une gamme de qualité allant au-delà des attentes de chacun et de chacune.

Nous aspirons premièrement à ce que tous nos produits soient conformes aux cadres réglementaires et aux lois. Une chaîne alimentaire sûre constitue pour nous une évidence, et nous y veillons très activement. Nous supervisons minutieusement le processus de production et contrôlons en continu la qualité du produit et de la production. Nous sommes ainsi certains et certaines de la qualité, que ce soit au niveau de l'importation ou de la vente. Nous avons recours à des audits internes et externes, tant pour nos fournisseurs que pour les produits qu'ils nous fournissent.

Deuxièmement, nous évaluons nous-mêmes nos fournisseurs par le biais de questionnaires transparents. À partir des résultats de ceux-ci, nous calculons un **score de qualité** moyen (exprimé sur dix) qui reflète le fonctionnement de notre système de qualité.

Comme l'explique Judith Pieters, notre ingénieure qualité : « Pour 2023, nous avons obtenu un score total de **8,44 sur 10**. Il s'agit du deuxième meilleur score que nous ayons obtenu depuis nos conversions. Et nous pouvons en être fiers. »

Nous calculons ce score de qualité en procédant à la moyenne des trois critères suivants :

- le nombre d'erreurs de qualité dans les lignes de transmission
- le score des fournisseurs
- le nombre, la gravité et la fréquence des plaintes relatives à la qualité par fournisseur.

Nous expliquons notre calcul complet en annexe.

Judith Pieters, ingénieure qualité

Nous surveillons de près la quantité et la gravité du nombre de plaintes et nous en assurons le suivi.

« Notre service qualité suit entre 80 et 100 cas de non-conformité par an. Cela peut aller de plaintes de faible gravité, comme du café qui n'a pas été emballé sous vide ou du miel qui a cristallisé, à des plaintes graves, comme celles relatives à la présence de pesticides ou de corps étrangers dans un produit. Le nombre de dossiers était en baisse l'année dernière mais les dossiers grave étaient beaucoup plus nombreux. Nous continuons évidemment à nous attaquer aux problèmes qui sont d'actualité et à les éviter à l'avenir. C'est pourquoi nous redoublons d'efforts dans l'évaluation de nos fournisseurs (voir annexe 2). Et nos efforts portent leurs fruits : en 2022, nous étions à nouveau le leader du marché belge de la vente de café équitable. Notre chaîne du chocolat est également importante et le restera. Nous pouvons compter sur une clientèle fidèle, allant des entreprises aux personnes conscientes qui achètent nos produits dans les wereldwinkels ou les supermarchés locaux. La boucle est ainsi joliment bouclée : en passant des accords à long terme avec nos fournisseurs et en nous appuyant sur des années de confiance de la part des consommateurs. Nous voulons poursuivre encore très longtemps sur ce modèle, jusqu'à ce que l'ensemble de l'industrie alimentaire soit équitable pour tous. »

FIGURE 17

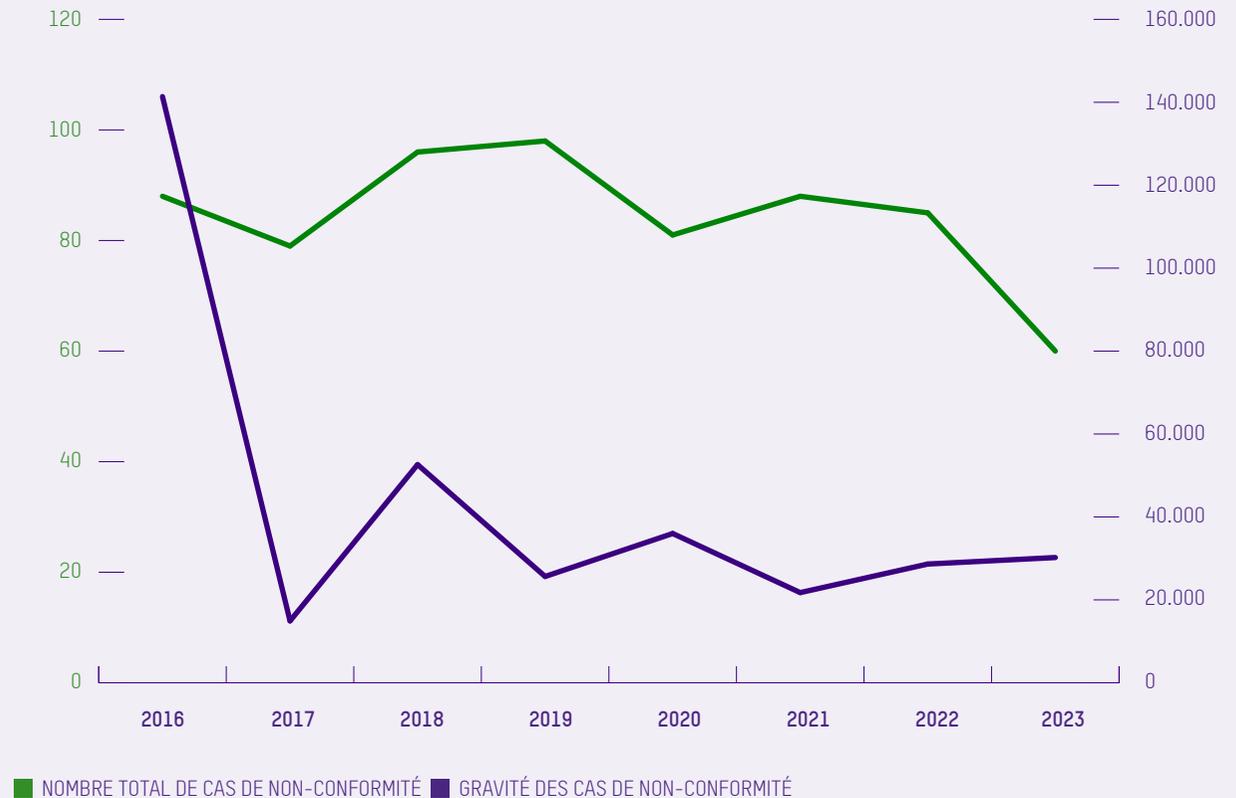
### ÉVOLUTION DU SCORE DE QUALITÉ DE NOS FOURNISSEURS, PÉRIODE 2016-2023



Nous pouvons compter sur une clientèle fidèle et voici comment nous bouclons la boucle : en passant des accords à long terme avec nos fournisseurs et en nous appuyant sur des années de confiance de la part des consommateurs et des consommatrices

FIGURE 18

### NOMBRE DE CAS DE NON-CONFORMITÉ ET LEUR GRAVITÉ, PÉRIODE 2016-2023





5.

**CE QUE NOUS  
FAISONS  
POUR LA SOCIÉTÉ**

## 5.1. NOS ENGAGEMENTS

### Nos engagements :



- Nous figurons parmi les **5% des entreprises les plus performantes** au monde dans tous les domaines d'impact du label B Corp.
- Nous allons augmenter nos **contributions climatiques** d'ici 2025.
- Nous intégrons le **devoir de vigilance** dans l'ensemble de notre chaîne de valeur.
- Nous développons des **partenariats stratégiques**.

Grâce à notre travail avec les partenaires commerciaux et à l'offre que nous proposons à nos clients et clientes, Oxfam Fair Trade a déjà un impact social, environnemental et économique positif sur les personnes et la planète. C'est donc un double check chez Oxfam Fair Trade ! Cela profite non seulement à nos parties prenantes directes, mais aussi à la société dans son ensemble. Et c'est nécessaire : un changement s'impose et ce changement doit intervenir maintenant. Dans la société actuelle, nous voulons être un leader en matière de développement durable. Une position de leader que nous allons objectiver via un score élevé au niveau de la certification B Corp. Par ailleurs, nous voulons aussi participer à l'atténuation et à l'adaptation aux effets du dérèglement climatique auprès de nos partenaires via diverses contributions. Oxfam Fair Trade influence également la politique relative au devoir de vigilance. C'est pourquoi dans les années à venir nous intégrerons le devoir de vigilance dans notre propre fonctionnement. Enfin, nous créons des collaborations par le biais de divers partenariats afin d'unir nos forces avec d'autres organisations.



## 5.2. NOUS FIGURONS PARMIS LES 5% DES ENTREPRISES LES PLUS PERFORMANTES AU MONDE DANS TOUS LES DOMAINES D'IMPACT DU LABEL B CORP

Nous sommes certifiés B Corp depuis juillet 2021. B Corp est une organisation qui évalue les efforts des entreprises au niveau social et environnemental. Notre certificat ne porte donc pas sur nos produits (comme c'est le cas pour nos labels fairtrade et bio), mais bien sur notre organisation dans son ensemble. La certification B Corp constitue actuellement l'évaluation la plus crédible et la plus exigeante au niveau de la durabilité des entreprises.

Cette procédure d'évaluation rigoureuse repose sur cinq grands domaines d'impact : la gouvernance, les collaborateurs et collaboratrices, la collectivité, l'environnement et la clientèle. Le score pour chaque domaine est comparé à celui d'organisations similaires par situation géographique (pays), secteur et taille d'entreprise. Au total, une entreprise doit obtenir plus de 80 points pour obtenir la certification.

Lors de notre audit, nous avons directement obtenu le joli score de **123,4 points**. Cela nous emplit de fierté, car celui-ci nous place directement parmi les meilleurs élèves. Mais nous voulons faire encore mieux : nous avons l'ambition de figurer parmi les 5% des entreprises les plus performantes au monde dans chacun des cinq domaines. Lors de notre prochain audit **en 2024**,

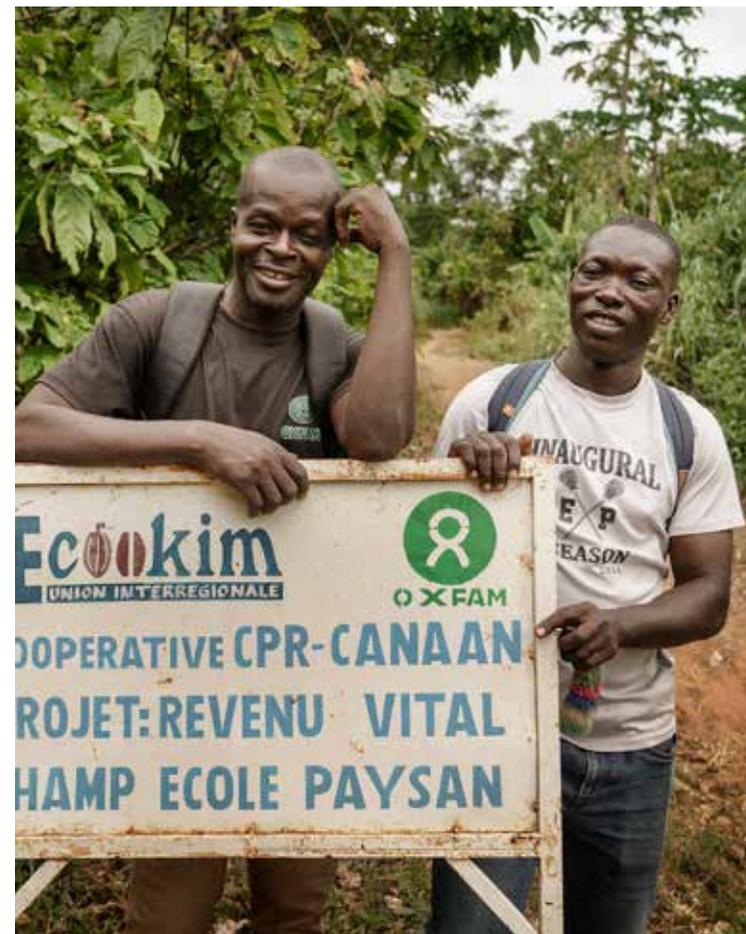
nous visons donc un score de 130 points. Vous parlez d'un défi !

Mais nous gardons évidemment un regard critique. Au cours de la période 2022-2023, plusieurs entreprises connues pour leurs violations des droits humains au sein de la chaîne de valeur – comme Nespresso – ont été admises au sein de B Corp, ce qui nous a poussés à prendre la plume. Avec Oxfam Belgique et une série d'autres entreprises aux objectifs durables élevés (notamment Dr. Bronner), nous avons écrit une lettre collective à B Corp pour exprimer notre indignation. Il en a résulté des discussions ouvertes et une demande de participer au panel B Corp chargé de réviser les normes (et donc de relever à nouveau le niveau). Affaire à suivre, donc !

Vous voulez en savoir plus ? Vous trouverez les principaux résultats de notre audit B Corp en annexe .

### SAVIEZ-VOUS QUE ...

notre certificat B Corp nous place en bonne compagnie ? Oxfam Fair Trade figure parmi de grands noms comme Alpro, Ben & Jerry's, Tony's Chocolonely, Innocent, Pukka...



Notre certification B Corp est plus qu'une reconnaissance de nos engagements. Nous l'utilisons également pour encourager d'autres organisations à passer à l'action. Et contribuons ainsi à rendre l'ensemble de l'économie plus durable.

## 5.3. NOUS NOUS ENGAGEONS AUPRÈS DE NOS PARTENAIRES COMMERCIAUX VIA DES CONTRIBUTIONS CLIMATIQUES

Depuis 2022, nous avons donné une nouvelle impulsion à notre stratégie carbone. Dans notre premier rapport de durabilité de 2021, nous parlions de bilan carbone positif : c'est-à-dire éliminer de l'air plus de CO<sub>2</sub> que nous n'en produisons au total par le biais d'une compensation carbone (offsetting). Le marché de l'offsetting fonctionne de la manière suivante : comme une entreprise ne peut pas émettre « zéro » CO<sub>2</sub>, elle investit par le biais de « compensations » (une sorte

de compensation financière) dans un projet qui absorbe le CO<sub>2</sub> (par exemple la plantation d'arbres) ou le réduit (par exemple la construction d'installations d'énergie verte pour remplacer l'énergie fossile).

Ces projets peuvent être certifiés pour leur mise en œuvre et ces certificats (compensations) peuvent ensuite être vendus. Cependant, ce marché est assez trouble et fait l'objet de nombreuses critiques. Bien souvent, les crédits achetés ne garantissent pas l'absorption ou la réduction du CO<sub>2</sub>, par exemple parce qu'ils sont vendus deux fois, qu'ils ne sont pas pensés à long terme ou que le résultat aurait été le même sans l'investissement consenti pour ces compensations. Dans certains cas, ces initiatives désavantagent même les populations locales ou créent davantage d'émissions ailleurs. Cela ne cadre pas avec l'engagement d'Oxfam en faveur de la transparence et du commerce équitable, et c'est pourquoi nous avons décidé de changer d'approche. Oxfam veut contribuer à la lutte contre le changement climatique, à sa manière.

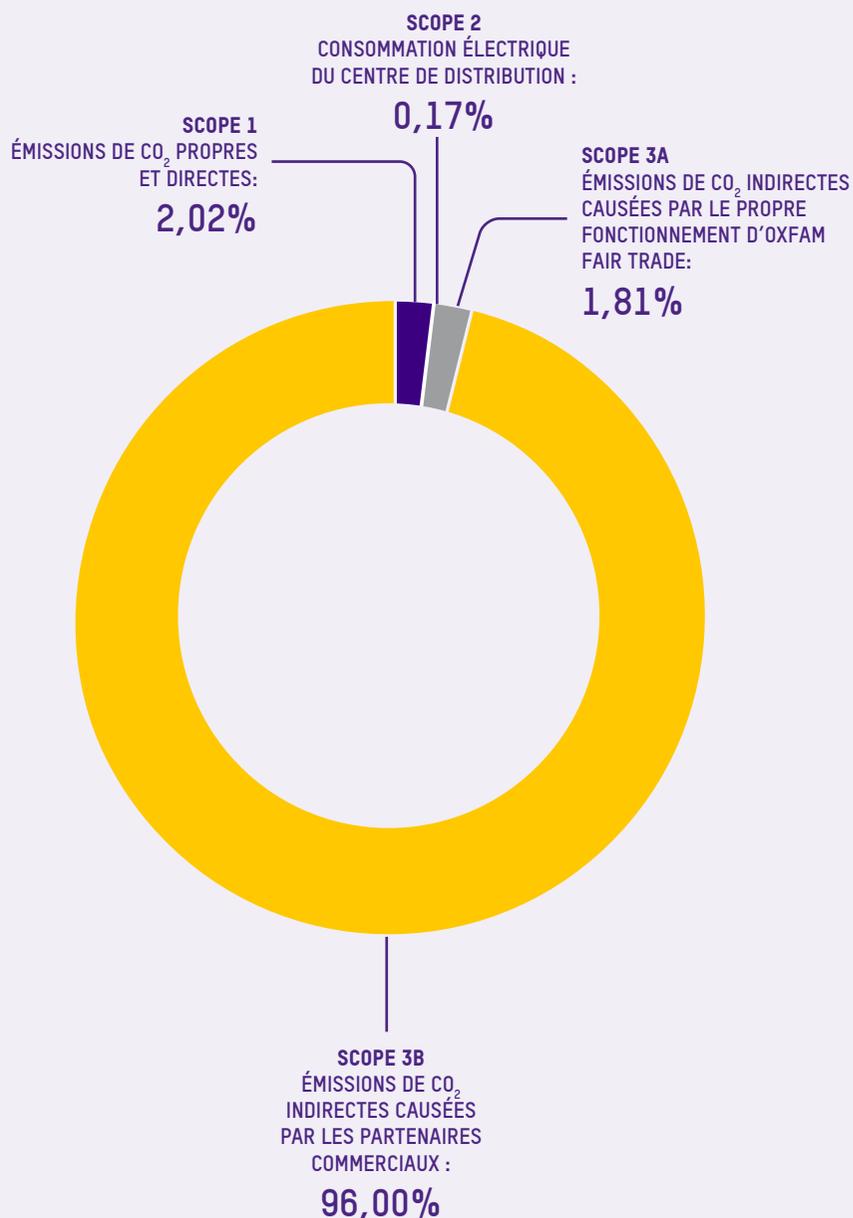
Pour commencer, nous avons répertorié nos propres émissions – comme nous l'avons fait pour nos produits au point 4.2.1.c. Le graphique ci-contre montre que nos produits représentent 96 % de nos émissions. Si nous n'avons aucune influence directe sur une grande partie de ces émissions, nous constatons par contre assurément chez nos partenaires commerciaux une grande motivation à faire mieux année après année. Les 4 % restants

correspondent à la consommation directe de nos bâtiments et aux émissions indirectes dues à notre trafic (déplacements domicile-travail, voyages utilitaires et transports). Le scope 2 est resté plus ou moins équivalent par rapport à 2022. Nous avons atteint ici notre minimum en matière d'émissions. Cela parce que (1) nous avons diminué quasiment de moitié notre consommation de gaz naturel par rapport à 2021, (2) nous utilisons des panneaux solaires et une batterie et (3) nous encourageons nos collaborateurs et collaboratrices à utiliser le vélo et les transports en commun pour se rendre au travail. Ces décisions ont entraîné une diminution drastique de nos émissions. Mi-2023, nous avons aussi décidé d'éliminer progressivement nos camions et de sous-traiter le transport. Ce changement de stratégie s'est traduit par une baisse significative de nos émissions dans le scope 1 par rapport à 2022 (de 2,92 % à 2,02 %). Étant donné que notre transport interne par camions constituait la source majeure d'émissions du scope 1, ce changement est essentiellement perceptible à ce niveau au lieu du scope 3. Dans le scope 3, les émissions sont majoritairement générées par nos produits, pas par le transport d'Oxfam Fair Trade vers les clients. Par ailleurs, en concertation avec nos partenaires, nous prenons des mesures pour réduire nos émissions partout où c'est possible. Par rapport à 2021, nous visons une réduction de 15 % d'ici 2025 et de 30 % d'ici 2030. Nous avons choisi 2021 comme base de référence car nous avons rédigé notre premier rapport de développement durable cette année-là et nous recensons donc les chiffres clés depuis cette date.



**FIGURE 19**

## RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> EN 2021/3 PAR SCOPE



Comme nous ne sommes pas en mesure de réduire toutes les émissions de CO<sub>2</sub> de notre chaîne, nous finançons des contributions climatiques par le biais de projets d'atténuation et d'adaptation au changement climatique. C'est une démarche que nous ne faisons pas en externe, mais auprès de nos propres partenaires commerciaux. Comme nous l'avons dit précédemment, nous voulons nous éloigner du modèle des compensations carbone, d'une part parce que nous ne le trouvons pas assez transparent, et d'autre part parce que nous voulons élargir notre champ d'action au-delà de la réduction des émissions de CO<sub>2</sub>. Nous voulons nous éloigner de cette vision réductrice, qui considère les émissions de CO<sub>2</sub> comme l'unique problématique, négligeant d'autres questions telles que la biodiversité et les ressources en eau. À travers nos contributions climatiques, nous entendons donc non seulement réduire les émissions de CO<sub>2</sub> mais aussi renforcer la biodiversité, favoriser la gestion durable de l'eau, le stockage d'eau et bien plus encore. Nous le faisons en direct avec les partenaires commerciaux concernés et participons aux projets qu'ils proposent 🌱. Nous sommes ainsi assurés d'avoir un impact maximal. Nous investissons non seulement pour ralentir le réchauffement climatique (atténuation du changement climatique), mais aussi pour préparer nos partenaires à l'avenir (adaptation au changement climatique). Un plan tout aussi ambitieux, mais plus critique.

En 2023, nous avons investi 24 970 € dans des contributions climatiques pour nos partenaires commerciaux, soit près du double de 2022 (13 597 €). Et nous élevons ce budget chaque année. En 2025, nous lancerons ou soutiendrons des projets pour plus de 50 000 €. La nouvelle vision d'Oxfam en est encore dans sa phase de mise en pratique mais nous avons déjà de nombreux projets en cours avec nos partenaires commerciaux.

**FIGURE 20**

## ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> GÉNÉRÉES PAR OXFAM FAIR TRADE EN BELGIQUE : SCOPE 1, 2 ET 3A, EXPRIMÉES EN TONNE

	ÉMISSIONS	COMMENTAIRES
2018	197,52	Cette année, nous avons uniquement analysé le scope 1.
2019	465,67	Il s'agit d'une année représentative, incluant les transports externes, les voyages utilitaires et les déplacements domicile-travail.
2020	193,82	Les restrictions liées au COVID-19 ont fait baisser nos émissions de manière considérable, avec la suppression des voyages utilitaires et des déplacements domicile-travail.
2021	250,89	En 2021 également, les voyages d'affaires et les déplacements domicile-travail étaient limités.
2022	261,04	En 2022, les voyages utilitaires, les visites d'entreprises et les salons ont progressivement repris. Le télétravail était autorisé à 50 %, ce qui fait que les déplacements domicile-travail sont inférieurs à ceux de 2019
2023	178,89	En 2023, le transport de l'entrepôt au client a été externalisé, l'hiver a été plus doux et nous avons baissé le chauffage d'un degré. De plus, un nouveau système de ventilation nous a permis de mieux contrôler la température.

FIGURE 21

## LES BUDGETS QUE NOUS PRÉVOYONS DE CONSACRER AUX PROJETS DE CONTRIBUTIONS CLIMATIQUES CES PROCHAINES ANNÉES PAR RAPPORT AU CHIFFRE D'AFFAIRES ESTIMÉ 🌱





## PROJECTION NORANDINO

Comme notre projet avec Norandino – un fournisseur de café péruvien – n’a démarré que dans le courant de l’année 2023, il est toujours en cours. Nous soutenons la coopérative en fournissant à 620 membres du biocompost et des arbres d’ombrage supplémentaires (notamment des arbres fruitiers et du bois de coupe). Le biocompost donne une meilleure structure au sol, qui retient mieux l’eau. Les caféiers pourront ainsi produire plus grâce à l’eau mise en tampon et aux nutriments supplémentaires. Cette réserve d’eau gagne en importance avec le changement climatique et ses phénomènes météorologiques toujours plus extrêmes. Un tampon permet de stocker une plus grande quantité d’eau excédentaire, et donc de mieux surmonter les périodes de sécheresse prolongées. C’est donc une mesure idéale pour l’adaptation au changement climatique.

Les arbres d’ombrage ont un double rôle : faire baisser la température pour les caféiers et les protéger des fortes pluies. Par ailleurs, les arbres d’ombrage participent à la séquestration du CO<sub>2</sub> ; ils absorbent le CO<sub>2</sub> de l’air et le transforment en masse de bois. C’est donc une bonne mesure d’atténuation. Grâce à cela, les émissions nettes de CO<sub>2</sub> provenant des producteurs et des productrices de café sont quasiment négligeables. ☘

### Le projet de reboisement de Casa Apis au Brésil donne de beaux résultats en 2023 :

Casa Apis est une coopérative regroupant 650 apiculteurs et apicultrices (et leurs familles) qui vivent de l’élevage d’abeilles et de la production de miel dans une région semi-aride du nord-est du Brésil. Sous l’influence du changement climatique, la région a dû faire face à des périodes de sécheresse

prolongées, provoquant l’essaimage et la disparition de nombreuses colonies d’abeilles, ce qui a provoqué des pertes de revenus pour les apiculteurs et apicultrices. C’est la raison pour laquelle Casa Apis s’est lancée dans sa propre lutte climatique, avec un ambitieux projet de reboisement visant la plantation de 211 050 arbres indigènes entre 2021 et 2025. Les jeunes arbres sont soutenus par un système d’irrigation goutte-à-goutte jusqu’à la floraison, afin de garder la région attrayante comme habitat pour les populations d’abeilles. Oxfam Fair Trade a soutenu ce projet pendant 3 ans via l’achat de kits d’irrigation. En 2023, Casa Apis a pu installer 68 kits d’irrigation dans les champs des apiculteurs et des apicultrices et ainsi aider les arbres plantés à survivre. En 2023, Casa Apis a planté un total de 40 200 nouveaux arbres. Au bout de 3 ans, le compteur du projet affiche 94 847 arbres plantés et irrigués. Ces efforts soutenus ont permis de réduire la perte de populations d’abeilles due à la sécheresse de 60 % à 16 %. Ces nouvelles oasis pour abeilles abritent une multitude d’espèces à fleurs, ce qui profite à la fois à la biodiversité et à la production de miel.

Une analyse a démontré que 78 % des arbres plantés en 2022 ont survécu grâce aux systèmes d’irrigation. C’est un résultat très encourageant pour nos partenaires, étant donné que les conduits d’irrigation peuvent être réutilisés d’une parcelle à l’autre afin de garder les nouvelles plantations toujours irriguées.

D’autre part, la coopérative a investi dans l’achat d’un nouveau terrain de 13 hectares, pouvant accueillir 9 100 arbres. Une source d’eau et un réservoir de 10 000 litres d’eau ont été installés sur le terrain. La région se transforme ainsi progressivement en véritable paradis pour les abeilles, d’une importance cruciale pour l’apiculture. ☘

## 5.4. NOUS INTÉGRONS LE DEVOIR DE VIGILANCE DANS L'ENSEMBLE DE NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

Dans l'introduction de ce rapport, nous faisons allusion à notre politique en matière de devoir de vigilance et à notre démarche cyclique. Nous entrons ici plus en détail dans cette politique et dans les mesures que nous avons déjà mises en place. Nous abordons aussi l'avenir et la manière dont nous pouvons continuer à nous améliorer année après année.

Nous nous concentrons en priorité sur les chaînes et les régions géographiques où les producteurs et les productrices à petite échelle rencontrent le plus de difficultés et ont le plus besoin de soutien. Nous agissons donc principalement au niveau des chaînes de valeur en amont (du champ au port).

Notre approche du devoir de vigilance vise une répartition équitable des charges et des efforts. Nous assumons notre part de responsabilité et nous soutenons nos partenaires/fournisseurs. Nous accordons également une grande importance à une consultation pertinente avec toutes les parties prenantes afin de développer une approche conjointe prenant en compte diverses perspectives. Nous avons aussi une approche féministe et sensible à l'égalité des genres, accordant une attention particulière aux groupes vulnérables (c'est-à-dire les femmes et les filles), qui peuvent être plus durement impactés. En dernier lieu, nous voulons veiller à ce que le devoir de vigilance soit plus qu'une case à cocher dans notre stratégie, basée sur la seule analyse de

documents, mais une démarche authentique avec un impact réel sur les personnes.

Passons en revue les cycles de notre politique de vigilance :

### 1) COMMIT

Nous sommes en train de rédiger une déclaration d'engagement en matière de droits humains et environnementaux. L'objectif est de publier cette déclaration sur notre site web et d'en faire la pierre angulaire de la politique de vigilance d'Oxfam Fair Trade.

### 2) IDENTIFY

D'après une première analyse basée sur Fairtrade International, voici ce qui semble être les risques principaux au sein des chaînes de valeur en amont :

- Impact de la crise climatique
- Absence d'un revenu viable
- Consommation d'eau non durable
- Perte de biodiversité et déforestation
- Inégalité des genres et non-respect des droits de l'enfant
- Non-respect des droits du travail
- Manque d'accès aux soins de santé

Une autre ambition est d'utiliser les mécanismes suivants pour générer plus d'informations sur les risques spécifiques au sein de nos chaînes :

- Rapports de certification de certificateurs externes, principalement Fair Trade International.
- Contacts directs avec les coopératives, afin d'obtenir des informations de première main par rapport aux risques potentiels.
- Études menées avec la participation de toutes les parties prenantes.

Nous avons déjà effectué une analyse initiale des risques de toutes les coopératives avec lesquelles nous travaillons au niveau national.





### ANALYSE HREDD ET SUIVI KOOPMANSKLOOF, PARTENAIRE VITICOLE, AFRIQUE DU SUD

Nous suivons de près notre partenaire viticole Koopmanskloof à Stellenbosch depuis le début de notre collaboration en 2008. Le commerce équitable est synonyme de « main-d'œuvre salariée » pour les producteurs et productrices de vin sud-africains, car actuellement aucun vin sud-africain issu du commerce équitable n'est produit par des organisations à petite échelle.

Après le documentaire Bitter Grapes de 2016 et le boycott qui s'en est suivi en Scandinavie de plusieurs vins sud-africains de Robertson, nous avons voulu mieux comprendre la réalité de Koopmanskloof Farm.

Lors d'un voyage utilitaire en 2017, un premier contact avait été établi avec une ONG locale œuvrant pour l'amélioration des conditions de travail et de vie des travailleuses saisonnières. Nous les avons mis en contact avec Koopmanskloof, organisé des discussions Focus Group avec les travailleuses et démarré un projet commun visant à former divers comités de travail au sein de Koopmanskloof.

À la suite de cette collaboration et dans une volonté de soutenir tout le personnel de Koopmanskloof Farm, nous nous sommes associés à Fairtrade Africa et à plusieurs ONG sud-africaines. Cette démarche a permis de mettre l'accent sur la gestion financière et la gestion de projet, ainsi que sur les compétences en leadership et en informatique, notamment l'e-banking.

Nous avons épaulé les travailleurs et les travailleuses dans leurs négociations avec la direction sur la manière de dépenser les budgets de la prime Fairtrade. En 2022, nous avons entamé une analyse de risques HREDD. Lors d'un premier appel vidéo, nous avons détaillé la méthodologie générale. Cet appel a été suivi de deux sessions au cours desquelles nous avons appliqué la méthodologie, dans le cadre d'un dialogue ouvert avec la direction. Les conditions de logement étaient une priorité essentielle. Depuis lors, des travaux de réparation et d'entretien ont été effectués mais la situation reste préoccupante. Koopmanskloof respecte évidemment les normes relatives à l'usage correct des produits chimiques autorisés, mais cela reste tout de même un risque inhérent. Nous encourageons Koopmanskloof vers la culture biologique, même si ce n'est pas évident étant donné le climat de la région de Stellenbosch. Nous suivons de près le paiement des salaires minimums (+ primes) ; les travailleurs et travailleuses sous contrat saisonnier ont également des contrats. L'absence de toilettes dans les vignobles est un problème sectoriel en Afrique du Sud. L'idéal serait de créer des entreprises locales capables de fournir ce service. La qualité de l'eau potable était un autre point sensible. Lors d'un récent voyage utilitaire en 2023, cela ne semblait plus problématique pour les travailleurs et les travailleuses. Le taux de chômage élevé et les déséquilibres profonds du marché du travail, les inégalités énormes dans les revenus, les problèmes de dépendance (alcool, drogue...) et la violence et la criminalité qui en découlent affectent malheureusement (parfois) aussi la vie de la communauté de Koopmanskloof Farm. Dans ce contexte difficile, la direction s'efforce tout de même de maintenir un dialogue respectueux avec les travailleurs et les travailleuses et de bâtir une communauté constructive, afin d'améliorer les conditions de vie de toutes et tous et d'avancer ensemble sur la voie du progrès. 🌱

## COARENE ET COMSA, PARTENAIRES CAFÉICULTEURS AU HONDURAS

Nous avons réalisé notre première étude au Honduras. Il s'agissait d'une étude pilote qui nous a permis de comprendre deux choses : comment optimiser une telle étude et avec quelles méthodes ? Comment procéder en pratique ? Et quels sont les résultats qui en ressortent. Dans cette étude au Honduras, nous avons privilégié une approche ascendante, laissant aux cultivateurs et aux cultivatrices eux-mêmes le soin de définir les risques qui les affectent le plus. Au final, cette étude a révélé que cette approche ne permet pas toujours de mettre au jour certaines problématiques profondes. 🌿 Mais nous en avons tiré suffisamment d'informations pour organiser différemment une étude ultérieure en Ouganda (voir plus loin)



### 3) ADDRESS AND REMEDIATE

Pour remédier et réduire les risques, nous avons choisi une démarche claire :

- Chaînes d'approvisionnement transparentes et entièrement certifiées Fairtrade.
- Entretien des relations à long terme avec nos partenaires, principalement les coopératives agricoles.
- Contacts directs et étroits pour identifier rapidement les problèmes et y réagir efficacement.
- Projets dépassant les normes Fair Trade, comme la garantie d'un salaire décent
- Accompagnement de nos partenaires dans la transition vers l'agriculture biologique et les projets agroécologiques.
- Soutien financier à des projets ciblés avec les partenaires commerciaux concernés, en plus de nos contributions climatiques.
- Mise en place d'études d'impact sur les droits humains chez les partenaires commerciaux (par ex. ACPCU, Ouganda - Partenaire caféiculteur).

### 4) TRACK

Nous suivons également nos progrès de manière quantitative à l'aide de différents ICP :

- Score B Corp.
- Montant annuel de la prime Fairtrade.
- % de produits certifiés bio.
- Nombre de projets en cocréation et de contributions climatiques.
- Prime de revenu vital.
- Nombre de projets soutenus pour l'amélioration de la condition des femmes dans la chaîne de valeur.
- % d'émissions de CO<sub>2</sub>.

Mais aussi de manière qualitative :  
Rapports et mesures descriptives de l'impact des projets de cocréation

## 5) COMMUNICATE

Le rapport de durabilité est pour nous un outil de communication destiné à informer nos parties prenantes sur l'approche cyclique de notre

politique de vigilance et de partager en toute transparence ce qui se passe bien, mais aussi ce qui se passe moins bien.

Ce qu'il faut retenir, c'est que cette approche est cyclique et part du principe qu'une chaîne de production sans risque n'existe pas. Certains éléments nécessitent assurément une intervention.



### CASE ACPCU

Sur base des enseignements tirés de notre recherche au Honduras, nous avons choisi la coopérative caféière ougandaise ACPCU pour l'étude d'impact sur les droits humains (EIDH). Plusieurs groupes de discussion ont été organisés sur place avec des membres masculins et féminins, des enfants, des travailleurs et travailleuses sous contrat saisonnier, ainsi que certains de leurs enfants. Et ce afin d'obtenir une image aussi complète que possible. Plusieurs risques sont ainsi apparus, principalement au sein des groupes les plus vulnérables. Étant donné que le HREDD consiste précisément à identifier et à reconnaître certains risques, nous pouvons maintenant poursuivre le cycle. Nous examinons actuellement avec la coopérative comment aborder et atténuer ces risques ensemble. Cela fera l'objet d'un nouveau projet que nous mettrons en place en consultation avec un partenaire commercial.

Cette étude peut désormais servir de base à la réalisation d'une EIDH auprès de minimum un partenaire chaque année, selon une méthodologie définie. Ce que feront également les autres membres de la European Fair Trade Association, dont nous faisons partie. ☘

## 5.5. NOUS DÉVELOPPONS DES PARTENARIATS STRATÉGIQUES

Notre mission est claire : évoluer vers un système commercial équitable et durable pour toutes et tous. Mais nous ne pourrions pas accomplir une telle mission seuls. C'est pourquoi nous tissons des liens avec des organisations amies et concluons des partenariats stratégiques afin de réorganiser le monde des entreprises et l'industrie de l'intérieur.

### NOUS COLLABORONS AVEC LES ORGANISATIONS SUIVANTES ET AVONS CONCLU LES PARTENARIATS SUIVANTS :

<b>B Corp</b>	En tant qu'organisation certifiée B Corp, nous sommes membres d'un véritable réseau partageant les mêmes idées en Belgique (via The Shift), en Europe et à travers le monde.
<b>Beyond chocolate</b>	Partenariat pour un chocolat belge durable, au sein duquel nous siégeons en compagnie de l'industrie chocolatière, de supermarchés, des autorités et de la société civile.
<b>Coffee barometer</b>	Rapport biennal sur l'état du développement durable et les défis dans le secteur du café, que nous publions en collaboration avec Hivos, Solidaridad et Conservation International.
<b>EFTA (European Fair Trade Association)</b>	L'Association européenne du commerce équitable, au sein de laquelle nous opérons en tant que membre belge.
<b>Fairtrade Belgium</b>	L'organisation nationale belge du commerce équitable, qui octroie le label Fairtrade à nos produits.
<b>The Shift</b>	The Shift est le mouvement belge du développement durable.
<b>BioForum</b>	BioForum est l'organisation sectorielle de l'agriculture et l'alimentation bio en Flandre.



6.

# À PROPOS DE CE RAPPORT

# CONCLUSION

C'est avec fierté que nous passons maintenant à la conclusion de notre Rapport de durabilité, qui vient souligner le pilier essentiel que représente le devoir de vigilance au sein du travail d'Oxfam Fair Trade. Ce rapport illustre non seulement nos efforts en matière de développement durable, mais aussi notre engagement permanent pour plus de transparence et de responsabilité.

La transparence constitue un aspect important de notre devoir de vigilance, que nous poursuivons en toute chose. Nous pensons qu'il est essentiel de documenter toutes nos pratiques et nos décisions et de permettre à notre clientèle et nos parties prenantes d'en prendre totalement connaissance. C'est pourquoi nous continuons à communiquer de manière claire et ouverte par rapport à notre politique, nos processus et nos performances en matière de durabilité. Notre volonté est que vous sachiez ce que vous achetez et d'où provient ce que vous achetez afin que nos produits apparaissent comme un choix de confiance.

Chaque produit portant le nom d'Oxfam Fair Trade est doublement contrôlé avec le plus grand soin, tant au niveau de son impact social qu'écologique. Nous sommes fiers et fières de proposer des produits équitables qui ravissent vos papilles, tout en participant à un monde plus juste et plus durable.

Nous souhaitons terminer en remerciant toutes celles et ceux qui nous ont soutenus dans nos efforts durables. Ensemble, nous avons déjà accompli tellement mais nous savons qu'il reste encore énormément à faire. Continuons la route ensemble, et œuvrons pour un avenir où le devoir de vigilance et la durabilité sont la norme, pour tout le monde. Et pour que notre modèle économique soit un exemple pour l'ensemble du secteur alimentaire !





7.

# ANNEXES

## 7.1. ANALYSE DE MATÉRIALITÉ

L'enquête soumise à nos parties prenantes portait sur les objectifs importants pour Oxfam Fair Trade et lesquels sont essentiels pour nos parties prenantes au niveau de notre fonctionnement. Cette enquête a été organisée auprès de nos parties prenantes les plus directes : nos propres collaborateurs et collaboratrices, les collaborateurs, collaboratrices et bénévoles d'Oxfam-Wereldwinkels, les coopératives du Sud global, les transformateurs européens, les fournisseurs et autres partenaires européens.

Au total 87 personnes ont répondu aux questions suivantes :

1. À quels ODD Oxfam Fair Trade doit contribuer selon vous ?
2. Quelles solutions Oxfam Fair Trade doit soutenir pour atteindre ces ODD ?

Les résultats de cette enquête ont permis d'établir la matrice de matérialité d'Oxfam Fair Trade, avec une hiérarchisation de nos ODD :

→ VOIR FIGURE 22 

Nos parties prenantes ont accordé l'importance suivante aux solutions proposées.

→ VOIR FIGURE 23 



FIGURE 22

## LA MATRICE DE MATÉRIALITÉ QUI A ÉMERGÉ DE NOTRE ENQUÊTE AUPRÈS DES PARTIES PRENANTES

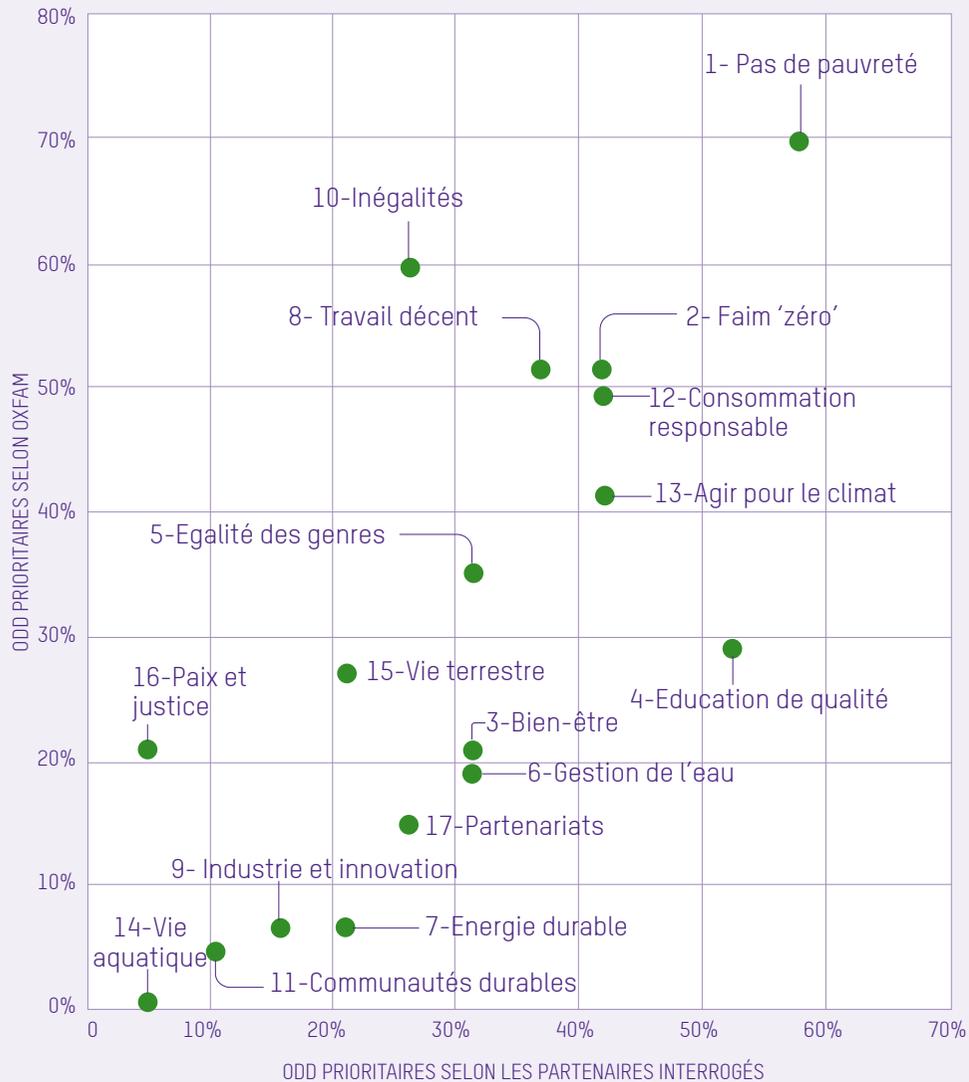
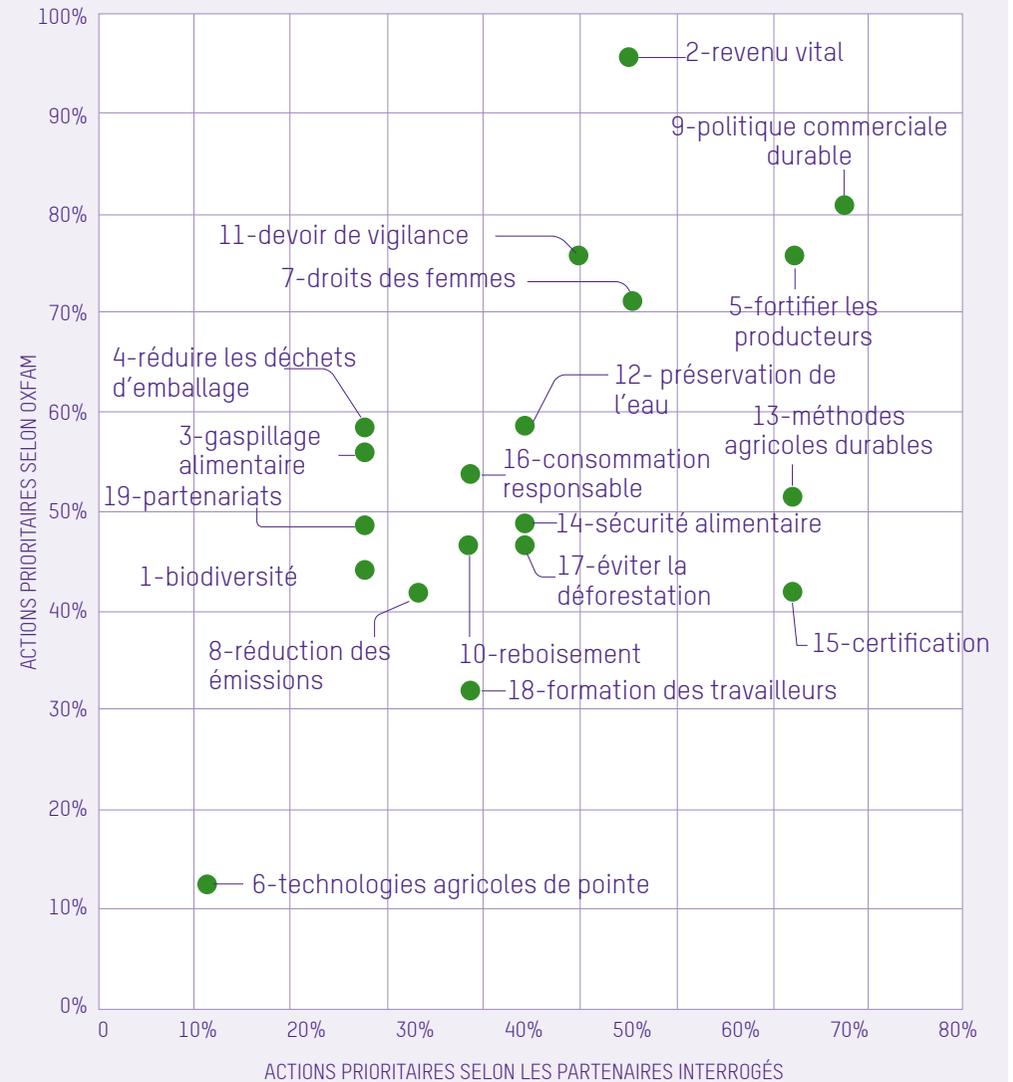


FIGURE 23

## HIÉRARCHISATION DES ACTIONS IMPORTANTES SELON NOS PARTIES PRENANTES



## 7.2. SCORE DE QUALITÉ

Comme indicateur de l'efficacité de notre système de qualité, nous calculons chaque année un score de qualité (exprimé sur 10 points) Nous faisons une moyenne des trois critères suivants :

→ VOIR FIGURE 24

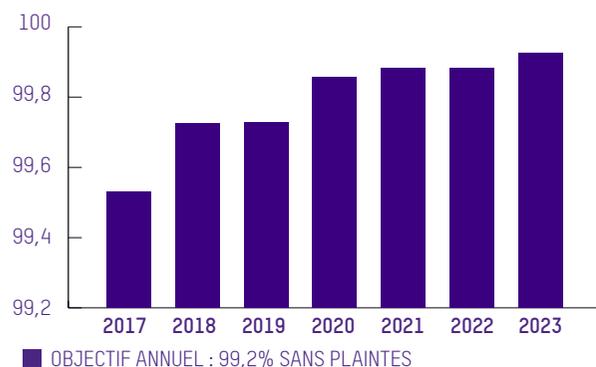
FIGURE 24

### CALCUL DE NOTRE SCORE DE QUALITÉ DEPUIS 2017

1

#### PLAINTES RELATIVES AUX PRODUITS DANS LES LIGNES DE TRANSMISSION

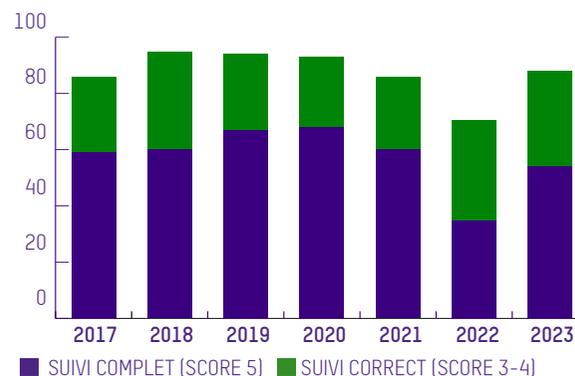
Nous évaluons le nombre de lignes de transmission sans plainte. En 2023, **99,92 %** des lignes étaient irréprochables ! C'est un score dont nous pouvons être fiers et fières.



2

#### SUIVI FOURNISSEUR

Nous calculons le pourcentage de fournisseurs pour lesquels nous avons suffisamment d'informations dans notre système de suivi de qualité : une évaluation de qualité, un contrat de qualité et, s'ils sont disponibles, les certificats de sécurité alimentaire. Notre objectif est que chaque fournisseur de matières premières et/ou de produits finis obtienne un score de 3 ou plus (sur 5). En 2023, nous avons atteint **88 %**. L'année dernière, nous avons accéléré le rythme avec un suivi mensuel et nous avons également lancé un nouvel accord de qualité.



3

#### PLAINTES PAR FOURNISSEUR

Ici, on voit en 2023 une hausse du nombre de fournisseurs avec plusieurs plaintes pas trop graves à leur nom au niveau de la sécurité alimentaire. Le nombre de fournisseurs dans la zone critique a baissé de 3 % par rapport à l'année dernière. De plus, 46 % des fournisseurs n'ont absolument aucune plainte à leur nom.

Plaintes par fournisseur (%)	2021	2022	2023
(<3) : fautes graves	4	6	3
(3) : une ou plusieurs fautes	49	48	53
(5) : aucune faute	47	46	44



## 7.3. NOTRE AUDIT B CORP

Un audit B Corp évalue l'entreprise dans cinq domaines : gouvernance, droits du travail, collectivité, environnement et clients. Le score pour chaque domaine est comparé à celui d'organisations similaires par situation géographique (pays), secteur et taille d'entreprise. Ci-dessous, nous reprenons nos scores et les scores moyens de notre secteur.

→ VOIR FIGURE 25 

FIGURE 25

## LES PRINCIPAUX RÉSULTATS DE NOTRE AUDIT B CORP

DOMAINE	QU'EST-CE QUI EST ÉVALUÉ DANS CE DOMAINE ?	QUEL EST NOTRE SCORE ?	QUELLE EST LA MOYENNE SECTORIELLE ?	EXPLICATION DE NOTRE SCORE
Gouvernance	Mission générale et engagements	 8,2/20	 6,6/20	Dans ce domaine, nous sommes un peu au-dessus de la moyenne. Nous avons obtenu nos points principalement grâce à notre organisation en coopérative, et nous avons eu de bons résultats au critère 'éthique et transparence'.
Droit du travail	Contribution à la sécurité financière, la santé et la sécurité, le bien-être, l'évolution professionnelle et l'implication des travailleurs	 23/40	 16/40	Ces résultats indiquent que la rémunération de nos collaborateurs est un point problématique. Au niveau de la santé et du bien-être, de l'engagement et de la satisfaction nous faisons bien mieux.
Collectivité	Implication dans et impact sur les communautés où nous sommes actifs	 60,2/100	 32,5/100	Dans ce domaine, nous avons obtenu un excellent score ! On retrouve ici les principes essentiels et les forces d'Oxfam Fair Trade : modèle fairtrade, égalité et inclusion, engagement social, modèles commerciaux coopératifs, développement économique à vocation locale et flux de donations formels ...
Environnement	Pratiques générales de management environnemental et notre impact : tant l'impact direct que notre chaîne d'approvisionnement et nos canaux de distribution	 28,1/75	 18,5/75	Dans le domaine environnemental, nous faisons mieux que d'autres mais nous voulons encore améliorer notre score. Dans bon nombre de nos projets, l'eau, la biodiversité, la richesse du sol... jouent un rôle important. Mais ces actions ne sont pas encore toutes formalisées ou décrites dans notre fonctionnement. C'est donc un de nos objectifs les plus clairs pour le prochain audit.
Clients	Qualité de nos produits et services, confidentialité et sécurité, canaux de feedback	 3,6/5	 2,3/5	Ici aussi, nous pouvons être fiers de notre résultat ! Nos produits ont un impact positif spécifique sur nos clients. Le soutien que nous offrons aux magasins du monde fait également grimper notre score dans ce pilier.
		<b>TOTAL : 123</b>	<b>MOYENNE SECTORIELLE: 76</b>	



8.

# GRI TABLEAU DE RÉFÉRENCE NORMES

## 8.1. ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION (GRI 102)

Aspects matériels et norme GRI	Description	Chapitres du rapport
<b>1. Éliminer la pauvreté</b>		
103-1 - 103-3	Approche managériale	1.4.1 Devoir de vigilance : un engagement envers la durabilité 2.2.1 Prix juste
GRI 202 : Présence sur le marché 2016		
202-1	Ratios entre le salaire au premier échelon standard par genre comparé au salaire minimum local	2.2.1 Prix juste
<b>2. Inégalités</b>		
103-1 - 103-3	Approche managériale	1.4.1 Devoir de vigilance : un engagement envers la durabilité 2.2.1 Prix juste 2.2.2. Des structures sociales en équilibre 2.2.3. Projets en cocréation à la demande des partenaires 2.3.1 Coopération à long terme
GRI 204 : Pratiques d'achats 2016		
204-1	Part de dépenses auprès de fournisseurs locaux	2.2.1 Prix juste
GRI 413: Communautés locales 2016		
413-1	Activités impliquant les communautés locales, études d'impact et programmes de développement	2.2.3. Projets en cocréation à la demande des partenaires 2.3.1 Coopération à long terme 5.3 Nous engageons auprès de nos partenaires via des contributions climatiques
GRI 405: Diversité et égalité des chances 2016		
103-1 - 103-3		
405-2	Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes	2.2.2 Des structures sociales en équilibre
<b>3. Éliminer la faim</b>		
103-1 - 103-3	Approche managériale	1.4.1 Devoir de vigilance : un engagement envers la durabilité 4.2.2 Moins de déchets
Indicateur propre	Pourcentage de notre chiffre d'affaires sauvé du gaspillage alimentaire par diverses actions	4.2.2 Moins de déchets

## 8.1 ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION (GRI 102) (SUITE)

Aspects matériels et norme GRI	Description	Chapitres du rapport
<b>4. Travail décent</b>		
103-1 - 103-3	Approche managériale	2.2 Nous entretenons des relations commerciales équitables avec les partenaires 2.2.1 Prix juste 2.2.2 Des structures sociales en équilibre 3.1 Nos engagements 3.2 Nous élevons la satisfaction et le bien-être au sein de l'équipe
GRI 404: Formation et éducation 2016		
404-2	Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d'aide à la transition	3.2 Nous élevons la satisfaction et le bien-être au sein de l'équipe
GRI 409: Travail forcé ou obligatoire 2016		
409-1	Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif de travail forcé ou obligatoire	2.2.2 Des structures sociales en équilibre
<b>5. Consommation responsable</b>		
103-1 - 103-3	Approche managériale	4.2 Nous proposons une gamme de produits équitables et durables 4.2.1 Conformité aux certification et référentiels externes 4.3 Au niveau de la qualité, nous essayons de dépasser les attentes et les réglementations relatives à nos produits 7.1 Analyse de matérialité 7.2. Score de qualité 7.3. Notre audit B CORP
GRI 417: Commercialisation et étiquetage 2016		
Indicateur propre	Label bio	4.2.1 Conformité aux certification et référentiels externes
Indicateur propre	Label Fairtrade	4.2.1 Conformité aux certification et référentiels externes
GRI 416: Santé et sécurité du client 2016		
416-1	Évaluation des impacts des produits et des services sur la santé et la sécurité	4.3 Au niveau de la qualité, nous essayons de dépasser les attentes et les réglementations relatives à nos produits
416-2	Cas de non-conformité concernant les impacts des produits et des services sur la sécurité et la santé	4.3 Au niveau de la qualité, nous essayons de dépasser les attentes et les réglementations relatives à nos produits 7.3 Score de qualité



# TOGETHER WE MAKE A POSITIVE IMPACT

Oxfam Fair Trade  
Ververijstraat 15 - 9000 Gent  
BE 0453 066 016  
+32 (0)9 218 88 99  
info@oft.be

[oxfamfairtrade.be](https://oxfamfairtrade.be)



**OXFAM**  
Fair Trade