

# Bâtir un monde plus juste grâce au commerce durable

L'impact du programme du **Trade for Development Centre** entre 2014 et 2017



© Ecolink

Le Trade for Development Centre (TDC) a pour double objectif de promouvoir le commerce équitable et durable, et d'améliorer l'accès au marché de petits producteurs établis dans les pays du Sud.

Pour y parvenir, l'action du TDC se concentre autour de différents piliers : l'information, la sensibilisation, ainsi que l'appui technique et financier aux organisations de producteurs et aux micro, petites et moyennes entreprises (MPME).

Ce rapport d'activités reprend les réalisations du TDC au cours de la période 2014-2018.



*Le TDC est un programme d'Enabel, l'Agence belge de Développement*

**De par son statut unique, le TDC – la seule structure gouvernementale publique qui vise à promouvoir le commerce durable et à améliorer l'accès au marché des producteurs du Sud – a acquis une position spécifique au sein des différents réseaux, groupements, plateformes et initiatives d'autres acteurs. Grâce à sa stratégie d'appui et de collaboration, le TDC est reconnu en qualité d'expert, de facilitateur et de catalyseur.**

*Tiré de l'évaluation externe du programme du Trade for Development Centre, réalisée par Dris Consult*

# Table des matières

<b>Le TDC soutient les producteurs du Sud</b>	<b>p 3</b>
Quelques chiffres à la loupe	p 4
Cartes des appuis aux organisations de producteurs et MPME	p 5
Les filières d'intervention	p 6
Café	p 6
Cacao	p 11
Huile, plantes aromatiques et médicinales	p 15
Fruits et légumes	p 18
Thé	p 21
Noix	p 22
Tourisme	p 23
Artisanat	p 26
Or	p 28
Bois	p 31
Etudes de marché	p 32
<b>Sensibilisation du TDC au commerce équitable et durable</b>	<b>p 33</b>
Faites de la Belgique le Pays du commerce équitable	p 34
La Semaine du commerce équitable au fil des années	p 35
<b>Le TDC informe sur le commerce équitable et durable</b>	<b>p 37</b>
<b>Le TDC dans les programmes gouvernementaux</b>	<b>p 38</b>
<b>Sensibilisation de la Direction Générale Coopération au Développement (DGD)</b>	<b>p 41</b>
<b>Le TDC partage son expérience et collabore</b>	<b>p 42</b>
Répartition des dépenses par domaine d'activité	p 44
Lessons learned et perspectives pour le nouveau programme du TDC	p 45

# 1 Le TDC soutient les producteurs du Sud

L'appui accordé aux producteurs du Sud actifs dans le commerce durable est un des piliers de l'action du TDC. Entre 2014 et 2017, celui-ci a soutenu **122 organisations de producteurs et MPME, soit quelque 110.994 bénéficiaires.**

Les groupes de producteurs sont actifs dans différents secteurs et filières, à savoir : café, cacao, huile et plantes aromatiques et médicinales, tourisme, artisanat, or, fruits et légumes, thé, noix et bois. En effet, malgré les différences de contexte, les producteurs sont bien souvent confrontés à la même difficulté : un accès limité au marché qui ne leur permet pas de tirer suffisamment de revenus de leurs production et de leurs activités.

L'appui du TDC aux producteurs vise à les **doter d'instruments contribuant à développer pour eux-mêmes et pour leur communauté des conditions de vie et de travail dignes.** Une tâche dont s'acquitte le TDC par le biais de financements de projets mais aussi via un coaching en marketing et en business management. Le TDC leur procure tant des moyens financiers que des connaissances, un savoir-faire et des aptitudes pour trouver des solutions, élaborer des stratégies, innover et entreprendre par eux-mêmes. Ce n'est qu'ainsi que les producteurs seront en mesure de développer leur activité de façon durable.

Les organisations qui entrent en ligne de compte pour bénéficier d'un appui sont de type HIPO (*high potential*). Autrement dit, elles ont un fort potentiel en termes d'impact social, de croissance économique et de durabilité financière. La réussite de telles organisations en fait une source d'inspiration pour d'autres acteurs du même secteur. Elles peuvent exercer un effet de levier pour augmenter l'impact au sein des communautés.

Afin de donner une idée de l'appui aux producteurs apporté ces quatre dernières années par le TDC, nous présentons des projets mis en œuvre aux quatre coins du monde dans différents secteurs et filières.



122 MPME



110.994 bénéficiaires



17 pays



10 filières

# Quelques chiffres à la loupe



**122**  
organisations appuyées\*



**+ 8152**  
produits nouvellement certifiés



**+ 135,71 %**  
d'évolution moyenne des ventes\*\*



**+ 116,95 %**  
d'évolution moyenne de la production\*\*



**+ 60,07 %**  
d'évolution moyenne du prix de vente\*\*



**+ 84,11 %**  
d'évolution moyenne des revenus des producteurs



**169**  
participations à des foires commerciales

Ces chiffres se basent sur les résultats communiqués par 34 à 37 organisations. Il s'agit d'organisations ayant bouclé l'ensemble du trajet d'appui. Au moment de la publication (juin 2018), le coaching venait d'ailleurs juste d'être finalisé ou était encore en cours auprès de certaines organisations.

\*Ce nombre se compose de 75 organisations ayant bénéficié d'un appui financier ou d'un coaching (attention : les organisations dont le financement et / ou le coaching a été interrompu en cours de projet n'ont pas été ici reprises, comptabilisées)  
+ 5 organisations béninoises issues du programme gouvernemental PROFIL qui ont été coachées en gestion d'entreprise  
+ 42 organisations qui ont suivi une formation en saisie de données, mais qui n'ont pas été sélectionnées pour le programme de coaching.

\*\*Ce chiffre se base sur des données communiquées par les organisations elles-mêmes. Elles portent sur la période durant laquelle un appui a été octroyé par le TDC, mais ne sont de ce fait pas exclusivement attribuables à nos activités. Le trajet de coaching a d'ailleurs pris fin prématurément pour 8 organisations : ces dernières n'ont pas été reprises dans les statistiques.

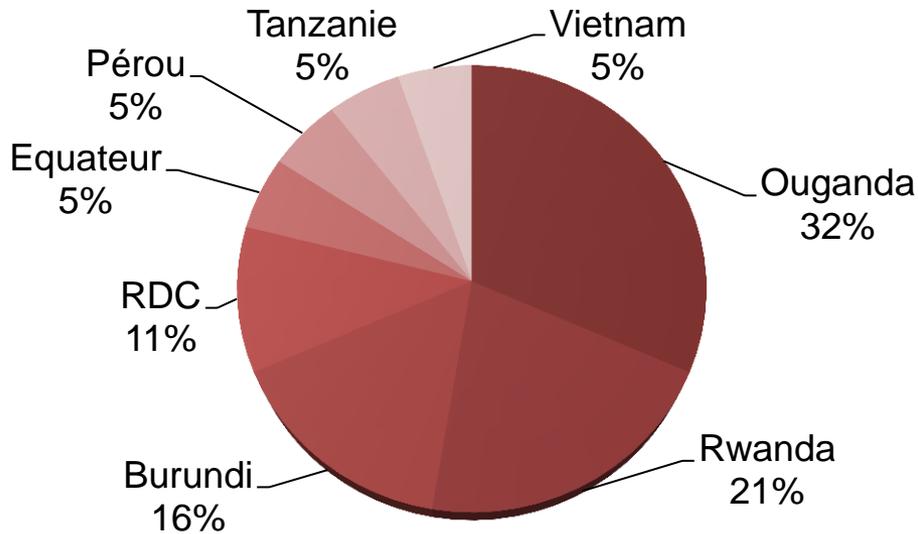


# Carte du soutien du TDC aux groupements de producteurs et aux MPME



Cette carte indique, par pays, le nombre d'organisations de producteurs appuyées par le TDC dont l'accompagnement a été mené à son terme

# Café : les chiffres



*Les pourcentages renvoient au nombre d'organisations de producteurs et MPME appuyées.*



19 MPME



61.602 bénéficiaires



8 pays



1.400.410

## Quelles organisations ont bénéficié d'un appui ?

- **Burundi:** COCOCA, Dusangirijambo et Nkamwa Yacu
- **République démocratique du Congo:** Sopacdi et Muungano CA
- **Equateur:** APEOSAE
- **Pérou:** Cenfrocafe
- **Rwanda:** Coopérative des caféiculteurs de Gishoma (COCAGI), Dukundekawa, Koakaka cooperative et ABATERANINKUNGA BA SHOLI
- **Tanzanie:** Wild Tracks International/Kahawa,
- **Ouganda:** Kibinge Coffee Farmers Cooperatve Society Ltd, Bukonzo Organic farmers Cooperative Union (BOCU), Ankole Coffee Producers Co-operative Union (ACPU), Kanyenze People's Cooperative savings and credit society Ltd, Nsangi coffee farmers association et United organic coffee growers
- **Vietnam:** CSCC - Cooperative for Producing Safe Coffee for Community's Health

# Le TDC dans le secteur du café

## Le café dans la région des Grands Lacs

Fort de son ensoleillement et de ses sols fertiles, la région des Grands Lacs réunit les conditions idéales pour produire des grains de café d'excellente qualité. Tant en Ouganda qu'au Rwanda, au Burundi, en Tanzanie et en RDC, le TDC appuie diverses coopératives de café afin de permettre aux agriculteurs d'exploiter au maximum ce potentiel et d'en récolter les fruits. Les coopératives de café soutenues dans cette région par le TDC exportent aujourd'hui vers sept entreprises belges, dont quelques-uns des principaux importateurs, à savoir : Efico, Supremo, Coffee team, 32aCup, RIVS, Briz et Oxfam-Wereldwinkels.

Ces 20 dernières années, le Sud-Kivu a été en proie à des violences extrêmes. Bien souvent, les caféiculteurs ont dû quitter en toute hâte leurs champs et ont risqué leur vie en tentant de traverser le lac Kivu pour aller vendre leur café au Rwanda. Les caféiers y sont vieux, et les sols épuisés. Et pourtant, c'est précisément là qu'a été écrite une *success-story* exceptionnelle : celle de la coopérative **Sopacdi**, créée en 2003, que le TDC a soutenue financièrement par l'intermédiaire de deux projets visant à les aider à pérenniser leur café. Des formations relatives à la culture d'ombre, aux pesticides naturels, voire au compost fait maison ont été organisées en vue d'enrayer l'érosion et de redynamiser la caféiculture. Cela a débouché sur une certification bio et équitable de leur café. En 2015, l'organisation a connu une forte croissance pour atteindre 7.000 membres, dont 2.050 femmes. Les 4.000 bénéficiaires du projet du TDC ont vu leur chiffre de vente progresser de 32 % et ont pu profiter d'une hausse de 98 % de leurs revenus entre 2014 et 2016. En 2017, la Sopacdi a remporté le *SPP Coffee Award*.



32%



98%

« L'exportation de café a généré des emplois et des revenus, a contribué à redonner l'espoir. La meilleure preuve ? Des ex-soldats et des rebelles qui troquent leurs armes contre des caféiers. »

Joachim Mungana, Président de la Sopacdi

## Reportage

En 2014, le TDC a réalisé un reportage sur le café équitable dans la région du Kivu pour TV5 Monde. Nous y avons visité trois coopératives de café, dont une au Rwanda et deux en RDC, qui bénéficiaient de notre appui.

[Regardez le reportage](#)





Au Burundi, la caféiculture constitue la principale source de revenus pour quelque 750.000 familles. La privatisation du secteur du café a contraint les agriculteurs à s'organiser et à construire leurs propres unités de transformation, pour préserver davantage de valeur ajoutée dans leur propre pays. C'est ce que s'efforce de faire **COCOCA**, le consortium des coopératives de caféiculteurs, avec l'aide du TDC notamment. COCOCA compte 33 coopératives, soit un total de 29.491 producteurs. L'organisation est certifiée équitable, comme 17 de ses membres. Il y a trois ans, ceux-ci n'étaient encore qu'au nombre de 3. En 2014, COCOCA a vendu 4 conteneurs de café équitable ; trois ans plus tard : 21.

Une des organisations certifiées est la coopérative **Dusangrijambo**. Grâce à l'appui du TDC, ses 400 agriculteurs ont renforcé leurs capacités techniques et ont été formés à l'agriculture biologique, si bien qu'ils produisent à présent du café de meilleure qualité, à un meilleur prix. Qui plus est, entre 2014 et 2017, leur production a augmenté de 722 % !

**Les coopératives de café rwandaises et ougandaises qui ont bénéficié de l'appui du TDC sont à présent en mesure de présenter leur produit comme « specialty coffee », ce qui leur permet de le vendre à un prix nettement plus élevé.**

**Au Rwanda, le prix moyen de vente a progressé de 27,4 %, tandis qu'en Ouganda, la hausse a même atteint 39,45 %.**

La **CECOFA** est une coopérative de café de 3.182 membres située en bordure du lac Victoria en Ouganda. L'organisation était toutefois confrontée à un grand problème : une dépendance excessive envers deux exportateurs et une connaissance trop limitée du marché. La CECOFA a donc été sélectionnée pour bénéficier d'un trajet complet de coaching en marketing du TDC. Le budget octroyé par ailleurs a été investi dans un nouveau logo, des cartes de visite, des dépliants, un site web... afin de lui permettre de mieux se présenter à des clients potentiels. La CECOFA a pris part à deux foires commerciales. Et la réussite a été au rendez-vous : entre 2014 et 2017, les ventes ont connu une hausse de 353 %, ce qui représente quasiment 70 % de revenus supplémentaires pour les 3.664 caféiculteurs.



99 %\*



11%\*

\* Chiffres pour COCOCA



353 %



69.5 %

## Le TDC et la Sopacdi ensemble contre les violences sexuelles

Dans l'est du Congo, de nombreuses femmes ont été victimes de violences sexuelles ces dernières décennies. Bien souvent, elles ne demandaient pas d'aide, de peur d'être bannies par la communauté. A leur échelle, le TDC et la **Sopacdi** ont décidé d'unir leurs forces et de prévoir les moyens nécessaires pour apporter une assistance à 30 femmes membres de la coopérative. Très rapidement, leur nombre a grimpé à 132. Pour quel motif ? La proximité de la coopérative a permis aux femmes de se sentir suffisamment en confiance pour accepter une aide psychologique, médicale et, pour certaines, juridique. La sensibilisation et les formations ont induit un changement de mentalité des membres tant féminins que masculins de la coopérative. Les victimes auparavant ostracisées ont été réintégrées dans la communauté et ont pu reprendre leurs activités économiques.

- [Lisez l'article](#)
- Du 16 au 20 octobre 2017, Enabel a été invitée à présenter les résultats de ce projet lors du *10th European Congress on Tropical Medicine and International Health* qui s'est tenu à Anvers.



## Cafés de spécialité d'Amérique latine

L'Amérique latine est renommée pour son café de qualité, notamment le café APU, une variété d'arabica certifiée équitable et bio cultivée dans la région de Cajamarca au Pérou. Cenfrocafé, une coopérative péruvienne représentant 2.550 caféiculteurs, exporte son café vers l'Europe et les États-Unis. Le TDC a soutenu l'organisation en 2017, dans le cadre d'un projet misant sur les jeunes. Quelque 168 caféiculteurs, tous de moins de 30 ans, ont reçu une formation en développement de marchés. Ils ont également été formés sur les critères à remplir pour que leur café réponde aux exigences élevées du marché des « cafés de spécialité », et ont appris à déguster le café. Les meilleurs d'entre eux ont pu suivre un stage en laboratoire. Depuis, deux membres de Cenfrocafé ont décroché le diplôme de *Q grader*. Ils font à présent partie d'un groupe d'experts internationaux à même d'évaluer de manière uniforme la qualité du café et de comparer les cafés des quatre coins du monde.

## Publications du TDC sur le café

### Études de marché

Le TDC a financé deux études destinées à se faire une meilleure idée des opportunités commerciales :

- [du café africain certifié durable sur le marché belge](#), qui offre deux opportunités : l'une pour le café éthique de qualité et l'autre dans le segment des capsules de café.
- des [boissons chaudes certifiées Fairtrade au Kenya et en Afrique de l'Est](#) : bien que la part de marché des boissons chaudes certifiées Fairtrade soit en ce moment marginale (moins de 1 %), elle présente toutefois un fort potentiel de croissance, attendu qu'une grande partie des consommateurs partage les valeurs du commerce équitable.

### Articles

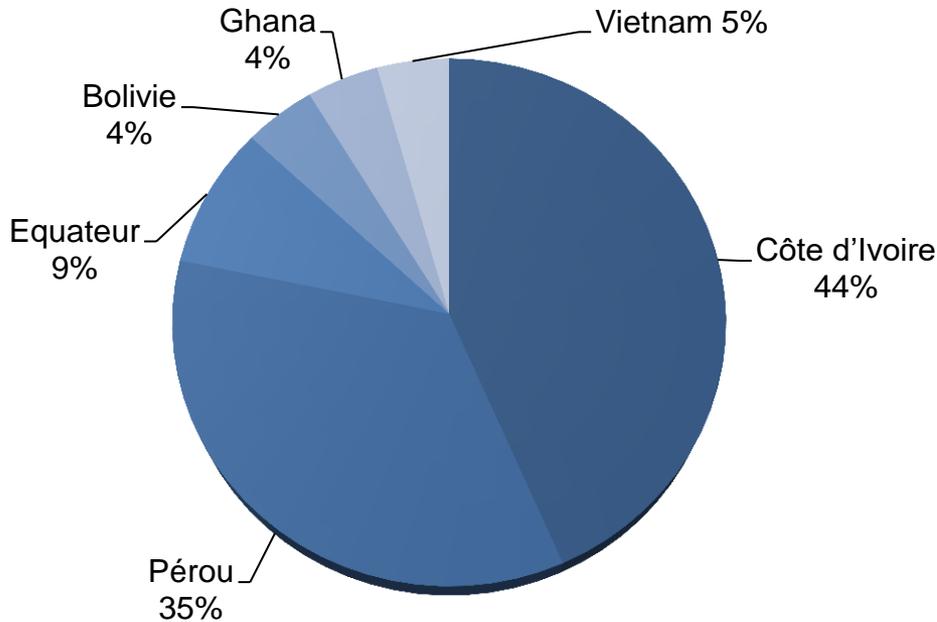
- [Au Burundi, le TDC soutient les coopératives de producteurs de café](#)
- [Café des Grands Lacs](#)
- [Le café du Kivu : un moteur de développement](#)

### Interviews

- [Java](#), [Beyers](#), [Puro](#) et [Café Chorti](#)



# Cacao : les chiffres



Les pourcentages renvoient au nombre d'organisations de producteurs et MPME appuyées.

-  23 MPME
-  16.759 bénéficiaires
-  6 pays
-  1.373.738

## Quelles organisations ont bénéficié d'un appui?

- **Bolivie** : Arcasy
- **Equateur** : Cepicafe, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC)
- **Ghana** : Kookoo Pa Farmers Association
- **Côte d'Ivoire** : Coopara, COOPCA ECAMOM, Union des Sociétés Coopératives Kimbê (Ecookim), SCINPA - Société coopérative ivoirienne de Négocier des Produits Agricoles COOP CA, SCKA - SOCIETE COOPERATIVE KETIN D'AFFERY COOP CA, COOPAC COOP CA - Société Coopérative Agricole de la Comoé, COAFAN (Société Coopérative Agricole Fayo Mingoumin de Noé) > COOP CA, SCOOP YEYASSO DE MAN, ECAM - Entreprise Coopérative des Agriculteurs de Méagui COOP CA, NECAAYO - Nouvelle Entreprise Coopérative Agricole Anouanzè d'Oupoyo
- **Pérou** : Apracam, Bagua, Cuencas del Huallaga, Curimana, Pangoa, CAICAH, CAPEMA, CLAC
- **Vietnam** : NAPP

# Le TDC dans le secteur du cacao

Ces dernières années, le TDC n'a pas ménagé ses efforts dans le secteur du chocolat, une filière où se rencontrent les intérêts des producteurs, de l'industrie et des professionnels de la coopération au développement. Différents acteurs de l'industrie chocolatière se sont en effet engagés à produire, d'ici 2020 ou 2025, 100 % de cacao durable, dans l'optique de s'attaquer au travail des enfants et d'assurer une disponibilité suffisante en fèves de qualité. Par ailleurs, cela fait plusieurs années déjà que la demande de chocolat pur (contenant au minimum 70 % de cacao) a le vent en poupe en Europe. Le TDC a vu dans ces évolutions l'opportunité de soutenir des producteurs de cacao pour améliorer la durabilité et la qualité de leurs produits, et ainsi augmenter leurs revenus.

## Le cacao de la Côte d'Ivoire

**La Côte d'Ivoire est le pays producteur de cacao par excellence. Depuis 2016, le TDC y soutient des organisations de producteurs de cacao.**

La coopérative **COOPARA** a vu le jour en 2000, à 80 km au nord d'Abidjan. Cette organisation apporte son appui à 639 cacaoculteurs au niveau de la production, de la transformation et de la commercialisation de leur cacao. La COOPARA veut assurer l'avenir de la production en mettant fortement l'accent sur sa durabilité, car les problèmes rencontrés par les agriculteurs ne sont pas minces : des plants vieillissants, une qualité médiocre et des cacaoculteurs de moins en moins nombreux. Aussi, en collaboration avec le TDC, cette organisation a mis en place un projet pour améliorer la qualité du cacao et standardiser la production. Les agriculteurs ont bénéficié non seulement d'une formation aux processus de fermentation, de séchage et de stockage des fèves de cacao, mais les différentes étapes sont à présent aussi centralisées. Un grand changement en somme. Trois projets pilotes y ont été lancés avec, pour résultat l'obtention de 70 % de cacao de Grade 1\*. La COOPARA répond ainsi aux exigences posées par Nestlé pour pouvoir bénéficier de son programme de durabilité Cocoa Plan. En Belgique aussi, l'intérêt est bien présent. Le chocolatier belge Belvas, qui produit du chocolat équitable et bio, ne s'approvisionnait jusqu'à présent pas en Côte d'Ivoire, mais les efforts de la COOPARA pourraient bien changer la donne.

\* Le cacao est classé en trois types commerciaux. Le cacao de grades 1 et 2 est exporté sous l'appellation commerciale « Good fermented : GF ». Le classement par grade est basé sur le pourcentage de fèves défectueuses – Source : Conseil Café-Cacao de Côte d'Ivoire.



*“ Les infrastructures mises en place avec le TDC chez COOPARA conviennent pour faire de la qualité. Le système de traitement des fèves pourrait permettre de développer un partenariat à long terme et - pourquoi pas - envisager une première transformation sur place.”*

*Thierry Noesen, directeur de Belvas*



## Du cacao de qualité originaire du Pérou, d'Equateur et de Bolivie

**Au Pérou, de petits agriculteurs cultivent de façon traditionnelle la « criollo porcelana », une variété de cacao prisée par des chocolatiers renommés pour son goût raffiné et délicat. Ce cacao blanco a déjà remporté plusieurs prix pour sa qualité.**

**CEPICAFE** est l'une des organisations paysannes qui cultivent cette variété et bénéficient d'un appui du TDC. Les efforts ont en premier lieu porté sur l'amélioration de la qualité et l'obtention d'une certification bio et équitable permettant de jouer dans la cour des grands. En 2014, le TDC a décidé de poursuivre ce projet en impliquant 850 nouvelles familles, dont 200 originaires d'une région plus pauvre encore, aux infrastructures dans un état déplorable. L'accent a été mis sur le renforcement de l'organisation en termes de gestion d'entreprise, d'industrialisation et d'accès au marché. Une approche qui a porté ses fruits, car entre 2013 et 2015, les agriculteurs ont produit 1.105 tonnes de cacao (par rapport à 815 au début du projet), dont 70 % étaient certifiés bios. Les chiffres de vente ont progressé de 39 %, ce qui s'est soldé par 40 % de revenus supplémentaires pour les agriculteurs. CEPICAFE est aussi parvenue à renforcer ses relations commerciales avec 5 importateurs majeurs d'Europe et des États-Unis qui optent résolument pour du cacao de qualité et paient une prime additionnelle. Depuis, l'organisation œuvre à la construction de sa propre chocolaterie à même de transformer les fèves en chocolat. En 2015, CEPICAFE a créé une joint venture avec l'entreprise néerlandaise Chocolatemakers.



39%



40%

**Le cacao sauvage, un produit bien connu des chocolatiers pour son goût succulent, est notamment récolté dans la partie bolivienne du bassin amazonien.**

Quelque 167 cueilleurs de cacao sauvage se sont réunis sous l'appellation **ARCASY**, dans le but de lutter ensemble contre la déforestation et de trouver de meilleurs canaux de vente. En 2015, le TDC a appuyé la construction de 11 centres de collecte. Les agriculteurs y apportent leur café sauvage et bénéficient d'une formation sur le séchage, la fermentation et l'enregistrement du cacao en vue d'en améliorer encore la qualité et la traçabilité. Ce faisant, ARCASY est mieux préparée pour répondre aux exigences des certifications bio ou équitable, au cas où les clients en formuleraient la demande. Entre 2014 et 2017, ARCASY a vu son chiffre de vente progresser de 76 %, soit une hausse de 15 % des revenus des 167 agriculteurs.

[Lisez la présentation du projet](#)



76%



15%

### Belgica contigo

Divers fabricants péruviens de chocolat ayant reçu un soutien du TDC ont pris part au Salon du chocolat, qui s'est tenu du 6 au 9 juillet 2017 à Lima, à l'initiative de l'Ambassade de Belgique au Pérou dans le cadre de la campagne Belgica Contigo.

## Cacao équitable au Vietnam

La Région des Hauts Plateaux vietnamiens se prête particulièrement bien à la cacaoculture. Et pourtant, la qualité du cacao y est souvent médiocre : les agriculteurs ne sont que peu, voire pas du tout organisés et leurs connaissances à propos de la culture et de la transformation des fèves de cacao sont souvent limitées. Le TDC a dès lors collaboré avec la **NAPP** (l'organisation faîtière Fairtrade Asia-Pacific), notamment dans le cadre du projet intitulé « Sustainable development of cocoa producers starting from cooperative model ». Afin de garantir une meilleure organisation des agriculteurs, une nouvelle coopérative a vu le jour et deux entreprises existantes ont été consolidées. Quelque 387 familles d'agriculteurs ont bénéficié d'une formation aux principes du commerce équitable. À l'heure actuelle, ces coopératives produisent ensemble 500 tonnes de fèves de cacao équitable séchées et fermentées. Cette certification a ouvert la voie vers de nouvelles et meilleures opportunités de marché. Les coopératives appuyées par le TDC sont actuellement en contact avec l'entreprise belge Puratos.

> [Regardez le reportage vietnamien sur ce projet](#)

## TDC – Publications sur le cacao

### Articles

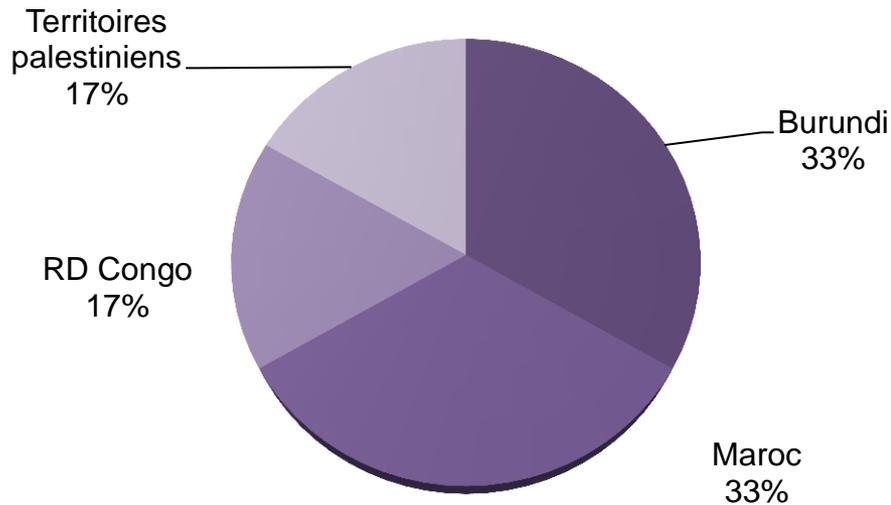
- [Quand cacao durable rime avec durabilité... État des lieux](#)
- [Le cacao : l'or blanc du Pérou](#)
- [À la recherche d'une norme mondiale pour le cacao durable](#)
- [Plus d'éthique dans la filière du cacao d'ici 2020 : rien qu'une promesse ?](#)

### Interviews

- [Cavalier](#), [NewTree](#), [Klinge](#) et [Belvas](#)



# Huile, plantes aromatiques et médicinales (PAM) : les chiffres



*Les pourcentages renvoient au nombre d'organisations de producteurs et MPME appuyées.*



6 MPME



3790 bénéficiaires



4 pays



262.316

## Quelles organisations ont bénéficié d'un appui ?

- **Burundi** : IDEP, Rugofarm
- **RDCongo** : Avituri
- **Maroc** : Tighamine, Akkaine
- **Territoires palestiniens** : Fair Trade Development Center (FTDC)

## Publications du TDC sur les PAM et l'huile

Le TDC a commandité **deux études de marché** en vue d'inventorier le potentiel sur le marché européen des plantes sauvages et aromatiques originaires des pays partenaires de la Coopération belge au développement.

## Huile d'argan du Maroc

Les femmes de la coopérative **Tighanimine** produisent, dans le sud du Maroc, de l'huile d'argan équitable, un ingrédient très prisé dans les produits cosmétiques et la cuisine. Cette huile est produite par pressage des amandons provenant de l'arganier, un arbre qui fait office de rempart contre la désertification dans la région. Le TDC a déjà soutenu Tighanimine en 2011 et a permis à la coopérative de devenir le premier producteur d'huile d'argan à décrocher la certification Fairtrade. En 2014, Tighanimine a une nouvelle fois pu compter sur l'appui du TDC : pour améliorer ses capacités de management, développer des systèmes de contrôle de la qualité et produire du matériel de communication lui permettant de mieux se présenter sur les marchés marocain et européen. Entre 2013 et 2015, Tighanimine a élargi son portefeuille en ajoutant 14 nouveaux clients. Les productrices ont alors vu leurs revenus plus que quadrupler ! La majorité des femmes ont entretemps appris à lire et à écrire. Tout cela leur a permis d'assumer un rôle social toujours plus important.

- Lors de la Semaine du commerce équitable 2015, un reportage du TDC sur Tighanimine a été publié dans le journal De Morgen. [Regardez ici le reportage photo.](#)
- Les femmes de Tighanimine ont été primées pour leur travail : en 2016, elles ont décroché le Prix des Femmes Marjolaine, un prix français pour la solidarité internationale.



200%



476%

*« Les femmes de Tighanimine ont pleinement démontré l'impact du commerce équitable sur le renforcement de l'indépendance économique et de l'autonomie des femmes. »*

*Jury du Prix des Femmes Marjolaine*



## Huiles aromatiques de la RD Congo

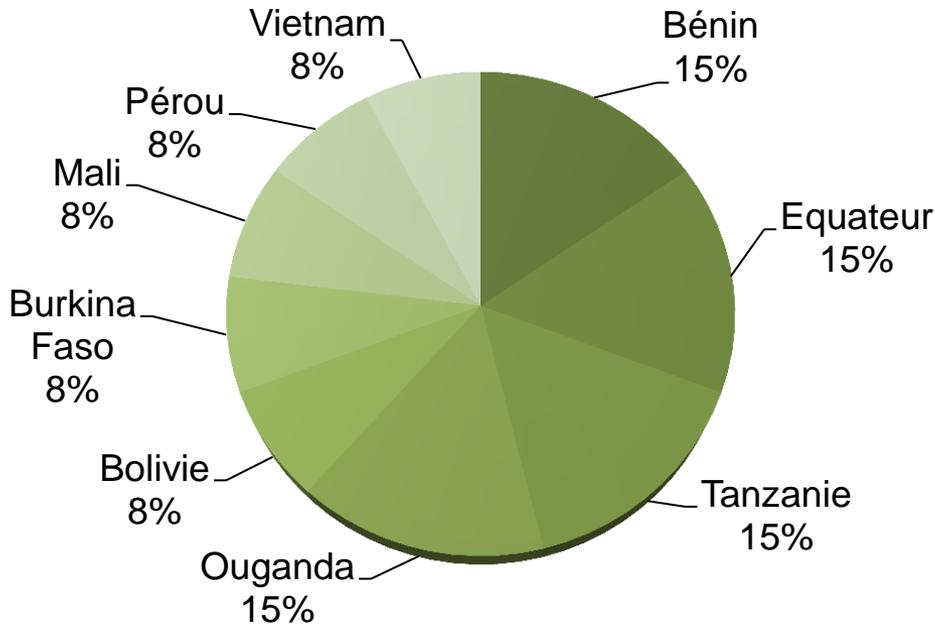
Le nord-est de la République Démocratique du Congo abrite l'un des plus gros producteurs d'huiles essentielles : **Avituri**. Cette exploitation et distillerie équitable et bio d'essence de géranium a été créée par Charles Ndabazaki en 2009 à son retour d'Ouganda. Cinq ans auparavant, il avait en effet dû traverser la frontière pour fuir la guerre civile et travailler comme ouvrier dans une exploitation de plantes aromatiques. À l'heure actuelle, Avituri offre elle-même du travail aux réfugiés rentrés au pays, dont de nombreuses mères célibataires. 80 % des travailleurs dans les plantations sont des femmes. Avituri a bénéficié de l'appui financier du TDC en 2014 pour doubler sa production de géraniums et la diversifier en cultivant d'autres plantes, telles que le thym et le *tagète*.

En 2015, la production équitable et bio d'Avituri avait déjà progressé de 42 %. Leurs huiles essentielles de géranium, de thym et d'eucalyptus citronné sont depuis lors disponibles auprès d'une vingtaine de clients européens, dont deux en Belgique. La prime Fair for Life de 12,5 dollars par kilo a généré quelque 15.000 dollars en 2015. Un tiers est directement versé aux travailleurs et travailleuses, un tiers est utilisé pour continuer à répondre aux conditions du certificateur, et un dernier tiers va à des projets socioéconomiques au profit de l'ensemble de la communauté.

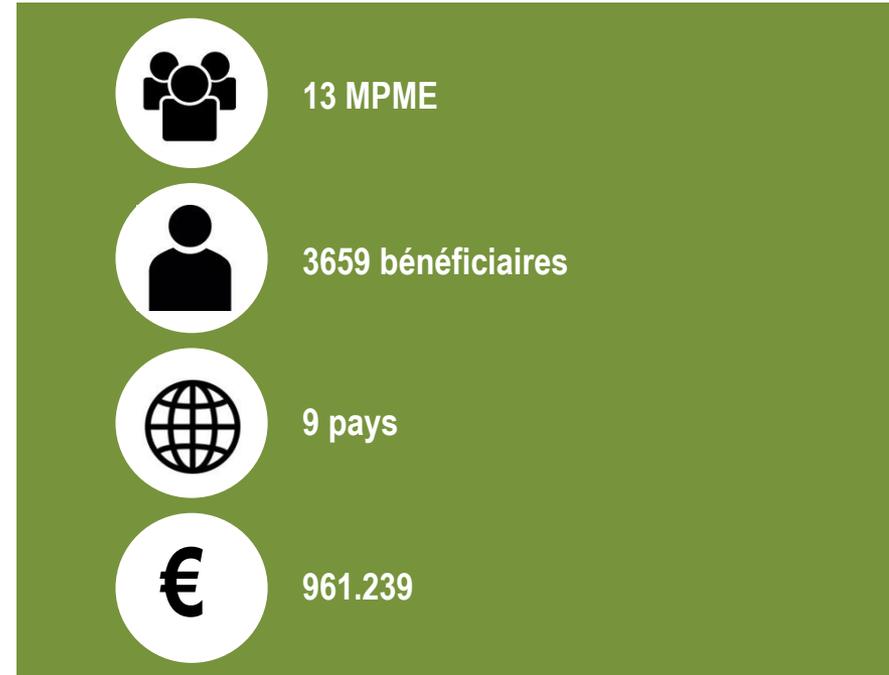
[Lisez l'article](#)



# Fruit et légumes : les chiffres



*Les pourcentages renvoient au nombre d'organisations de producteurs et MPME appuyées.*



## Quelles organisations ont bénéficié d'un appui ?

- **Bénin:** Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP) en Réseau des Producteurs d'Ananas du Bénin (RÉPAB)
- **Bolivie:** Aopeb
- **Burkina Faso:** Coopérative Agricole du Kéné Dougou (COOPA.KE)
- **Equateur:** Asoguabo en Maquita
- **Mali:** Union des Sociétés coopératives des planteurs de Yanfolila (USCPY)
- **Pérou:** Agroandino
- **Tanzanie:** Frank Horticultural and Timber Crops Company Limited (FHTC) en Kiwata
- **Ouganda:** BioUganda en Nogamu
- **Vietnam:** VIRI

# Le TDC dans le secteur des fruits et légumes

## Mangues au Mali

Le Mali est l'un des principaux producteurs de mangues. L'USCPY (Union des Sociétés Coopératives de Producteurs de mangues de Yanfolila) rassemble 19 coopératives de producteurs afin de les aider à améliorer leur production équitable et bio, et à la commercialiser. Car c'est justement à ce niveau-là que le bât blesse : en 2015, l'USCPY a dû jeter 20.000 tonnes de mangues (sur les 30.000 tonnes) faute de pouvoir les vendre ! Vu leur portefeuille de seulement trois clients réguliers, la commercialisation s'avérait un aspect sur lequel il fallait impérativement travailler. Durant les sessions de coaching en marketing du TDC, l'organisation a appris à tenir à jour et à interpréter les données relatives à la production. Des enquêtes ont aidé à cartographier les variétés de mangues les plus populaires et à adapter la production. Grâce à une stratégie marketing et du matériel de communication spécifique, l'organisation est parvenue à mieux se présenter et à prospecter de nouveaux clients. Et le succès a été quasi instantané : entre 2015 et 2017, l'USCPY a multiplié par quatre son chiffre de vente, tout en réduisant de 60 % environ son pourcentage de mangues invendues. Les producteurs ont alors vu leurs revenus progresser de 635 %.



« Le coaching nous a insufflé la confiance nécessaire pour rechercher nous-même des clients. »

*Membre de l'USCPY*



431 %



635 %





## Physalis ou baie des Incas au Pérou

Cette baie orange vif enveloppée d'un calice semblable à du papier, qui porte le nom de physalis ou de baie des Incas, est non seulement jolie à regarder, mais elle renferme des vitamines et antioxydants en grandes quantités. Surtout consommé localement, ce fruit a également suscité l'intérêt de l'Occident. Sur les hauts plateaux du Pérou est cultivée une variété au goût aigre-doux exceptionnel. Les agriculteurs y sont cependant confrontés à un manque criant de connaissances techniques, et ce, au détriment de la productivité et la qualité. De plus, cette région est tellement reculée que l'accès au marché n'y était pas évident. Raison pour laquelle l'entreprise **AgroAndino** et le TDC ont démarré fin 2013 un projet qui prévoyait 30 hectares de nouvelles plantations, des semences de bonne qualité, une assistance technique fournie par des agronomes à 180 agriculteurs, ainsi que des systèmes de contrôle de la qualité. Tout cela a permis de décrocher une certification bio. Alors qu'AgroAndino ne produisait en première instance que des baies séchées, elle se lance à présent aussi dans les baies fraîches. La ligne de séchage, sur laquelle travaillent majoritairement des femmes, est installée dans la région, afin que la valeur ajoutée demeure au sein de la communauté locale. Au niveau du marché local, l'entreprise a misé sur des produits dérivés, tels que des sauces et confitures, censés générer de nouveaux emplois. Tout cela a inévitablement eu des répercussions positives : la production a ainsi progressé de 100 % entre 2013 et 2015. Quant aux 180 familles, elles ont vu leurs revenus s'accroître de 350 % au cours de cette même période.

- [Lisez l'article](#)

## Gingembre et haricots bios en Tanzanie

En Tanzanie, la coopérative **KIWATA** réunit 500 cultivateurs de gingembre et de haricots. Grâce à l'appui du TDC, 258 de ses membres ont été formés à l'agriculture biologique. Le projet du TDC a de même prévu la création de trois centres de collecte. Après deux ans, les agriculteurs de KIWATA ont été en mesure de vendre leurs gingembre et haricots à un prix plus élevé de 62 %. Quant aux chiffres de vente, ils ont même progressé de 300 % entre 2013 et 2015. Tout cela s'est soldé par une hausse de 10 % des revenus.



300 %



10 %



350 %



2 MPME



1169 bénéficiaires



Vietnam



83.304

## Le TDC dans le secteur du thé

### Thé bio indigène au Vietnam

Les hauts plateaux vietnamiens sont peuplés de très nombreuses ethnies vivant dans la pauvreté. De 2011 à 2015, le TDC a financé différents projets d'**Ecolink** (Vietnam Ecological Linkage Company), une entreprise qui rassemble des producteurs de thé en vue de les aider à décrocher une certification bio et équitable. Les ressources financières allouées par le TDC ont été utilisées pour la production d'engrais bio, des voyages d'étude, de la communication et des formations. Concrètement, ce sont quelque 57 communautés paysannes qui ont bénéficié d'une formation technique en agriculture bio. En 2015, le TDC a décidé de financer une seconde entreprise, BHT (**Bac Ha Tea** Development Company Limited), qui réunit pour sa part 419 agriculteurs et les accompagne sur la voie de la culture biologique. Un évaluateur externe, qui a interrogé des théiculteurs originaires de la région de Ban Lien, a confirmé que leurs revenus avaient progressé de 86,5 % entre 2013 et 2015. Les agriculteurs de la région de Tam Duong ont même parlé d'une hausse de 140,5 %. Et le fait que des autorités locales aient entretemps démarré des projets similaires dans d'autres régions atteste de la réussite de ce projet.



86.5 % et 140 %

*« Ce que j'apprécie le plus dans la mise en œuvre de ces projets, c'est la confiance dont le TDC témoigne envers cette organisation. Il respecte nos idées et nous sommes nous-mêmes aux commandes. Atteindre de bons résultats relève dès lors aussi de notre propre responsabilité. »*

# Le TDC dans le secteur des noix



2 MPME



634 bénéficiaires



Rwanda et Vietnam



145.242

## Noix de macadamia au Rwanda

Le Rwanda possède un climat idéal pour la culture de noix de macadamia de grande qualité. Toutefois, cette culture étant aux mains de petits producteurs aux connaissances techniques limitées, ce potentiel n'a pas été suffisamment mis à profit. **Ten Senses Africa (TSA)** est une entreprise rwandaise de commerce équitable qui a voulu changer les choses en faisant certifier tant bio qu'équitable l'ensemble de la production. L'entreprise a en effet vu dans cette démarche une grande opportunité commerciale pour conquérir ces marchés de niche aux États-Unis et en Europe. En 2015, TSA et le TDC ont décidé d'unir leurs efforts. L'entreprise a essentiellement mis son expertise technique à disposition en impliquant des agronomes et en formant les producteurs. TSA a également fourni des semences de qualité pouvant être testées et multipliées dans diverses pépinières, et a construit sa propre unité de traitement. Le TDC a, pour sa part, appuyé les membres dans l'obtention des certifications et a fourni une assistance en marketing. 838 agriculteurs se sont affiliés à TSA. L'objectif visé était d'accompagner 500 d'entre eux vers la certification bio ; ils ont finalement été au nombre de 569. Leur rendement est passé de 20 à 30 puis à 50 kg de noix par arbre. Depuis lors, TSA a noué des contacts avec trois importants acheteurs de noix bio et deux d'entre eux ont effectivement passé commande. Selon les attentes, la double certification devrait permettre aux agriculteurs d'augmenter leur prix de 15 à 30 %.



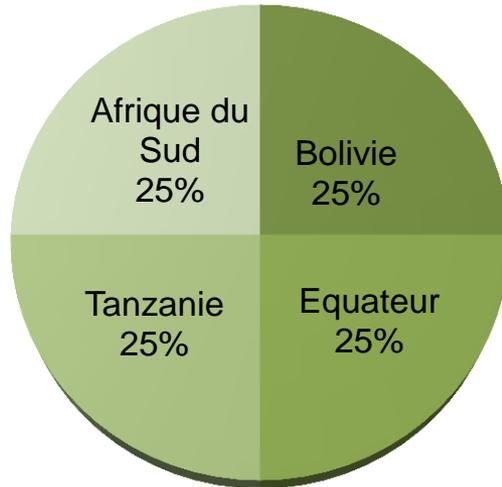
## Etude de marché

- Comment [les noix de cajou vietnamiennes Fairtrade](#) peuvent conquérir une position solide sur le marché mondial ?

**«L'appui du TDC à l'entreprise sociale Ten Sense Africa est un projet qui peut servir de modèle au développement du secteur privé...»**

*Tiré de l'évaluation de l'appui de la Coopération belge au secteur privé réalisée par ADE*

# Tourisme : les chiffres



*Les pourcentages renvoient au nombre d'organisations de producteurs et MPME appuyées.*



4 MPMEs



17.725 bénéficiaires



4 pays



574.187

## Quelles organisations ont bénéficié d'un appui?

- **Bolivie** : Red Tusoco
- **Equateur** : Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (Cordutch)
- **Tanzanie** : Honeyguide Foundation
- **Afrique du Sud** : Fair Trade Tourism

# Le TDC dans le secteur du tourisme durable

Le TDC mise sur de nouveaux secteurs dans lesquels la durabilité fait son entrée, comme le tourisme. À travers quatre projets mis en œuvre dans autant de pays, une aide a été apportée à la population locale pour accueillir les touristes de façon durable, dans le respect de son cadre de vie, de sa culture et dans l'optique de tirer des revenus décents des activités touristiques.

## Tourisme responsable en Tanzanie

Dans le nord de la Tanzanie, les Massaïs vivent dans l'Aire de gestion de la faune (AGF) « Enduimet », un vaste territoire qui constitue l'habitat de bon nombre d'espèces animales, dont les éléphants. Une AGF désigne une zone dans laquelle les populations locales assument la responsabilité de la préservation de la nature, dont elles peuvent aussi en retirer les bénéfices. La communauté locale y a développé le tourisme durable avec l'appui du TDC et de l'ONG **Honeyguide Foundation** qui ont créé 7 camps d'hébergement gérés par les Massaïs eux-mêmes. Les populations locales y ont mis en place des activités touristiques comme des balades en VTT et des safaris, mais aussi des activités traditionnelles. 400 de ces habitants sont directement impliqués dans les activités touristiques : il s'agit à 60 % de femmes massaïes qui vendent des produits touristiques ou de la nourriture, approvisionnent les camps en eau ou mettent à disposition des ânes pour des balades. Les hommes, de leur côté, sont employés comme agents de sécurité ou guides locaux. Entre 2014 et 2017, le chiffre d'affaires a progressé de 63 %. 10 % des revenus sont versés par l'AGF dans un fonds éducatif destiné aux jeunes filles massaïes, 50 % servent à la mise en place d'équipements sociaux pour la communauté et 15 % vont à la protection de la faune.

- Fin 2016, le TDC a réalisé un court-métrage sur l'offre touristique durable dans l'AGF Enduimet. [A visionner ici.](#)



## Tourisme équitable en Afrique australe

Aux alentours de l'an 2000, l'ONG **Fair Trade Tourism** (FTT) nourrissait, en Afrique du Sud, l'ambitieux projet de développer une certification équitable pour le secteur touristique, basée sur des normes comme un salaire décent, des conditions de travail dignes, une répartition correcte des revenus ainsi que le respect des spécificités culturelles et des écosystèmes. Depuis, le pays compte 90 « produits » certifiés, à savoir : des hôtels, des lodges, mais également des activités d'aventure. Grâce à l'appui du TDC, FTT lorgnait depuis 2013 au-delà des frontières et voulait élargir à l'ensemble de l'Afrique australe son offre de produits touristiques équitables. Depuis 2016, FTT a signé des accords de reconnaissance mutuelle avec cinq programmes de certification en Afrique, ce qui a fait passer le nombre d'entreprises certifiées à 8 à Madagascar, 7 au Mozambique, 19 en Namibie, 8 aux Seychelles, 23 au Botswana et 8 en Tanzanie.

Des efforts ont de même été déployés pour convaincre les tour-opérateurs de proposer des circuits équitables dans leur offre de voyages. Une étude de faisabilité financée en partie par le TDC a révélé que la certification des tour-opérateurs était trop complexe. Aussi, un système a été élaboré pour permettre à ceux-ci de décrocher le titre « FTT-approved » pour autant qu'ils signent un code de conduite et proposent des vacances équitables (dont la moitié au moins des produits proposés est certifiée FTT). En 2017, le TDC a mis l'organisation en contact avec le tour-opérateur belge [Zuid-Afrika Reizen](#), devenu depuis le premier tour-opérateur belge à compter des produits certifiés FTT dans son offre.

## Publications du TDC sur le tourisme

### Etudes

- Étude de marché [Sustainable tourism in Ecuador and Peru](#)
- Sondage d'opinion sur le [tourisme responsable](#)

### Articles

- [Tourisme équitable et communautaire avec l'appui du TDC](#)
- [L'Équateur : pionnier du tourisme communautaire](#)

### Interviews

- [Altervoyages](#), [KrisKras](#), [Les Rencontres d'Aït Aïssa](#), [Tamadi](#), [Joker](#), [Tierra](#), [Emotion Planet](#), [Heber Solidarité Ethiopie](#), [Identité Américaine Indienne](#), [Tourisme Autrement](#)



# Artisanat : les chiffres



2 MPME



484 bénéficiaires



Pérou, Ouganda



172.520

## Quelles organisations ont bénéficié d'un appui ?

- **Pérou** : Royal Knit
- **Ouganda** : Easy Afric Design Ltd (EAD)



# Le TDC dans le secteur artisanal

## Articles traditionnels faits main à base de laine d'alpaga péruvienne

Les régions de Puno et Cuzco au Pérou sont réputées pour leur tradition ancestrale, remontant au temps des Incas, de tissage et de tricot de laine d'alpaga. Si traditionnellement, ce travail était l'apanage des hommes, ceux-ci partant de plus en plus à la recherche d'emplois dans les mines, ce sont les femmes qui ont repris cette tradition. **Royal Knit**, une entreprise familiale péruvienne membre de la WFTO, entend former les indigènes de la région et leur offrir des opportunités économiques. En 2012, le TDC a financé une série de formations aux techniques de tissage traditionnelles. En 2014, des formations ont permis aux travailleuses de travailler à la collection *ética de lujo* (luxe éthique) de Royal Knit, collection présentée à deux salons internationaux. Royal Knit a ainsi donné un emploi à 200 femmes. L'entreprise a vu son chiffre de ventes progresser de 25 %, ce qui s'est traduit par une hausse de 17,5 % des revenus. Autre point positif : les femmes se sont émancipées et se sont associées afin de mieux organiser leur travail, ce qui leur a permis de mieux combiner travail et ménage.



## Articles de mode branchés en barkcloth en Ouganda

L'entreprise ougandaise **Easy Afric Designs Ltd. (EAD)** conçoit des articles de mode et des cadeaux en barkcloth, un tissu fabriqué à partir de l'écorce intérieure d'une espèce de figuier. Le barkcloth souffrait d'une image démodée, mais grâce au programme de coaching en marketing du TDC, EAD a réussi à mettre en place de nouvelles lignes de produits : des sacs contemporains, des cadeaux et des emballages destinés au marché domestique, ainsi que des sacs et accessoires design pour le marché extérieur. L'entreprise s'est de même attelée à améliorer sa visibilité et sa communication : avec les slogans 'simply authentic' et 'simply ethnic', EAD se profile aujourd'hui comme producteur d'articles uniques, authentiques et durables. Forte de cette nouvelle approche, EAD est parvenue à percer sur le marché australien.

«Développer les indicateurs KPI (Key Performance Indicators) s'est avéré une fabuleuse expérience. Les sessions de marketing étaient extrêmement participatives. Nous étions tous particulièrement impliqués»

Sarah Nakisanze, Director Operations Easy Afric Design, Ouganda

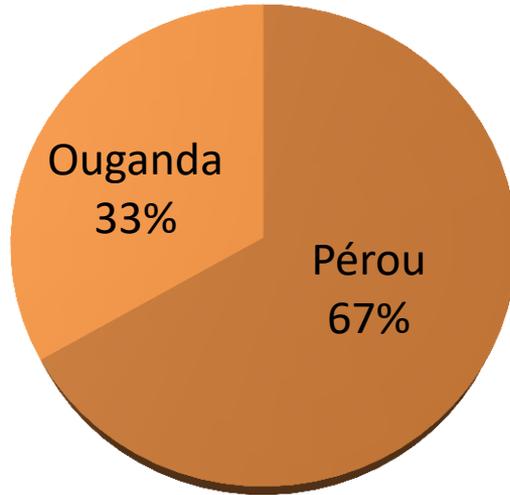


25 %



17.5 %

## Or : les chiffres



*Les pourcentages renvoient au nombre d'organisations de producteurs et MPME appuyées.*



3 MPME



670 bénéficiaires



141.701



Pérou et Ouganda

### Quelles organisations ont bénéficié d'un appui?

- **Pérou** : Red Social et Fidami
- **Ouganda** : Environmental Women in Action for Development (EWAD)

# Le TDC dans le secteur aurifère

La production d'une seule bague en or génère 20 tonnes de déchets chimiques. L'industrie aurifère est majoritairement aux mains de grandes entreprises minières qui exploitent des concessions et se soucient peu de l'environnement ou du cadre de vie. Mais il existe parallèlement une autre réalité : à l'échelon mondial, quelque 15 millions de petits mineurs artisanaux travaillent bien souvent de manière illégale et cherchent de l'or au péril de leur vie. Afin de les aider à s'enregistrer officiellement et à travailler dans de meilleures conditions, le TDC s'est lancé dans l'aventure de l'or équitable.

## En quête de clients pour l'or équitable d'Ouganda

En 2016, **SAMA** a été la première mine du continent africain à parvenir à décrocher la certification Fairtrade pour son or. Si cela était certes un beau début, il fallait encore trouver les bons acheteurs. Jusque-là, son or était acheté par une seule personne de Kampala qui en fixait le prix à sa guise. Fin 2016, le TDC a aidé SAMA à mieux gérer l'organisation de mineurs par le biais de formations en gestion financière et en business management. Le projet a de même prévu la mise en œuvre de techniques de production plus durables, en utilisant la « Gold Katcha », une nouvelle machine qui rend superflue l'utilisation de mercure. Un autre volet de l'accompagnement a misé sur un meilleur accès de SAMA au marché équitable international. Grâce à des formations, l'élaboration d'une stratégie marketing et l'achat du matériel adéquat, les membres de SAMA peuvent à présent faire du marketing numérique. Et la réussite est au rendez-vous : un an à peine après avoir décroché la certification, SAMA a vendu son premier kilo d'or équitable à Cred Jewellery au Royaume-Uni. Entre 2016 et 2017, la production d'or des 400 membres a par ailleurs plus que triplé.





**« J'ai clairement reçu plus de demandes après avoir eu l'occasion de plaider la cause de l'or Fairtrade devant un large public lors de la Fair Fashion Fest à Gand. À l'instar de la hausse de clients que j'ai connue l'an dernier, après l'émission 'Koppen' sur le sujet. Je suis convaincue que l'or Fairtrade est voué à un bel avenir si nous parvenons à en accroître la notoriété. »**

*Nele Braet, joaillière belge travaillant avec de l'or équitable*

## L'or équitable connu des Belges

En 2007, le TDC avait déjà financé une étude de faisabilité qui a contribué à la mise en place de standards internationaux pour l'or équitable. Un deuxième projet du TDC a, lui, abouti à la toute première mine d'or certifiée au monde, en l'occurrence Cotapata en Bolivie.

Si vous prêtez l'oreille aux organisations belges actives dans l'exploitation minière ou aux orfèvres utilisant de l'or équitable, vous entendrez toujours le même son de cloche : une plus grande notoriété est nécessaire en Belgique, et ce, tant au niveau du grand public que des importateurs et des joailliers. De cette manière, les mineurs pourront vendre leur or à des conditions équitables et ainsi se créer de meilleures conditions de vie et de travail.

C'est la raison pour laquelle, en 2015, le TDC a réalisé [un reportage pour Kanaal Z/Canal Z](#). Il a rendu visite aux mineurs d'Aurelsa qui avaient bénéficié dans le passé de son appui, avant de suivre le parcours de l'or équitable jusqu'en Europe. Intriguées par cette thématique, Télévision du monde (RTBF) et Koppen (VRT) ont chacune diffusé leur propre reportage en reprenant les images et interviews du TDC.

Durant la Semaine du commerce équitable, le TDC a communiqué à plusieurs reprises sur l'or équitable dans les magazines Le Vif et Knack, et il a financé des projets de sensibilisation mettant l'or équitable en lumière.

## Publications du TDC

- Article : [L'or équitable : une quête difficile](#)
- Publi-reportage Le Vif et Knack [2017](#)

# Le TDC dans le secteur du bois



1 MPME



2737 bénéficiaires



Pérou



61.316

## Bois durable au Pérou

Au cœur de la forêt amazonienne du Pérou, la communauté de Shipibo-Conibo vit essentiellement de l'abattage d'arbres. La coupe illégale de bois constitue un grand problème dans cette région et dans l'ensemble du pays. Grâce à l'appui de l'ONG péruvienne **Aider**, cette communauté a décroché, en 2005, la certification FSC pour son bois durable. Elle nourrissait l'espoir d'en retirer des avantages économiques, mais cela n'a malheureusement pas été le cas. Le TDC a ensuite soutenu, en partenariat avec BOS+, un premier projet visant à améliorer la productivité et la qualité. Un centre de stockage a ainsi été construit ; il a permis de conserver, sécher et scier le bois dans de meilleures conditions. Si cela s'est traduit par une hausse des opportunités d'emplois, les débouchés commerciaux ne suivaient pas. D'une part, les acheteurs péruviens ne semblaient pas (encore) prêts à payer plus pour du bois durable et, d'autre part, le bois répondait insuffisamment aux besoins du marché d'exportation. Aussi, le TDC a financé, en 2014, un parcours de suivi axé sur la recherche de clients potentiels tant nationaux qu'internationaux.

Le 29 mars 2016 a été une journée historique pour la communauté Shipibo-Conibo, grâce à l'envoi de son premier conteneur de bois certifié à destination des États-Unis. En 2015, elle a vendu 1.532 mètres cubes de bois certifié contre 570 en 2014, soit une hausse de 169 %, qui a permis aux producteurs de voir leurs revenus progresser de 130 %.



169 %



130 %



# Etudes de marché

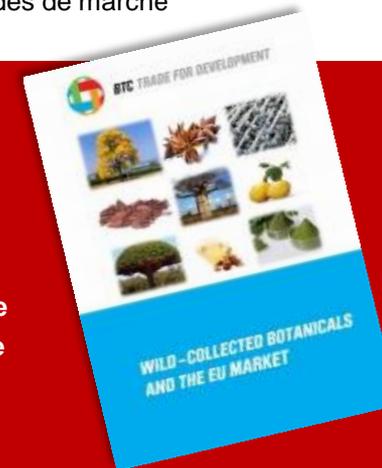
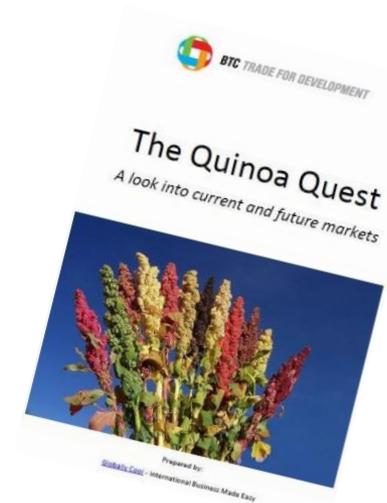
Le TDC appuie les producteurs, non seulement via un appui financier et technique, mais également en inventoriant les opportunités de marché pour certaines filières afin de permettre aux groupes de producteurs et aux MPME de mieux rencontrer la demande.

12 études de marché ont été réalisées entre 2014 et 2017

Certaines d'entre-elles ont été mentionnées dans les pages qui précèdent. Voici les autres :

- Consumer insights to support Fairtrade actors in optimizing marketing operations in Kenya
- Potential of Coffee, Cocoa, Sugar and Bananas from small SPP producers on EU market
- Global market opportunities for quinoa, tara gum and tara powder – Peru
- Organic agriculture in Tanzania
- Customers' awareness, opinion and understanding of ethical labels in South Africa
- Présence de produits durables dans les supermarchés belges
- Attractivité des produits équitables non alimentaires en Belgique

Toutes les études de marché sont disponibles sur [www.befair.be](http://www.befair.be) > publications > études de marché



*Les informations relatives au marché sont vitales pour tout projet commercial.*

**Un très grand nombre d'entreprises disposent de ressources et/ou d'expérience insuffisantes pour procéder à des études de marché. Le TDC est convaincu que son appui en la matière est fondamental.**



## 2 Sensibilisation du TDC au commerce équitable et durable

L'action du TDC vise aussi les consommateurs. Au moyen de campagnes de sensibilisation portant sur le commerce équitable et le commerce durable, le TDC entend inciter les Belges à opter pour les produits issus de ces formes de commerce. Le TDC veut attirer leur attention sur leur pouvoir en tant que consommateur et leur faire comprendre qu'à travers leurs achats, ils peuvent faire toute la différence.

### Semaine du commerce équitable

La campagne la plus connue du TDC est la Semaine du commerce équitable. Dix jours durant, début octobre, les projecteurs sont braqués sur le commerce équitable dans toute la Belgique. Nous en sommes déjà à la seizième édition. La Semaine du commerce équitable poursuit trois objectifs :



**Ménager un moment de communication commun aux acteurs du commerce équitable**

Initiateur de la campagne, le TDC collabore avec les principaux acteurs du commerce équitable en Belgique. Le TDC offre une plateforme qui permet à chacun d'y mettre ses propres accents, ses propres activités. Entre 2014 et 2017, le TDC a approfondi son rôle central en élaborant un site web où chaque organisation peut y annoncer son/ses activité(s) équitable(s) ; en mettant à disposition du matériel promotionnel au logo de la campagne ; ainsi qu'en lançant le défi « Faites de la Belgique le pays du commerce équitable » (voir infra).



**Accroître la visibilité du commerce équitable dans les médias**

À l'aide de spots radio, d'un publiportage dans Le Vif et Knack, de voyages de presse (un sur le tourisme durable chez EcoBenin en 2014 et un sur l'huile d'argan équitable chez Tighanimine au Maroc en 2016) ainsi que de lancements presse, le TDC s'efforce de susciter le plus d'attention possible pour le commerce équitable durant la campagne. Il publie de nouvelles infos et données chiffrées concernant différents secteurs, comme ceux de l'or, du textile et du tourisme, où sont chaque fois mises en avant les dernières évolutions et nouveautés.



**Encourager la société civile à mettre le commerce équitable en lumière**

Chaque année, le TDC lance un concours de projets invitant les ASBL, les communes, les associations de jeunesse, les écoles... à organiser une activité originale sur le thème du commerce équitable durant la Semaine du commerce équitable.

# Faites de la Belgique le pays du commerce équitable

En 2016, le TDC a lancé le défi de faire de la Belgique le « pays du commerce équitable ». Cette transformation de la Semaine du commerce équitable a découlé de la nécessité de définir des objectifs clairs derrière lesquels peuvent se ranger tous les acteurs du secteur.

L'idée est simple : si nous options tous : les consommateurs, mais aussi les associations, les décideurs politiques, l'horeca, les écoles... pour des produits équitables, nous pourrions vraiment faire la différence pour les producteurs dans le Sud ! Devenir le pays du commerce équitable, ça se mérite ! C'est pourquoi le TDC a défini sept objectifs à atteindre d'ici à 2020. Chaque année, nous en dressons le bilan.

## D'ici à 2020

95%

**95 % des Belges ont déjà entendu parler du commerce équitable**

Un sondage d'opinion réalisé en 2016 a révélé que c'est déjà le cas actuellement pour 92 %. Et pourtant, environ 1 personne sur 3 ne peut citer spontanément aucun produit équitable.

€ 15

**chaque Belge achète pour environ 15 euros de produits équitables par an**

En 2016, le Belge a consacré en moyenne 13,57 euros en produits équitables,

5

**toutes les grandes chaînes de supermarchés belges offrent des produits équitables**

Un critère que nous pouvons d'ores et déjà cocher ! Les cinq principales chaînes de supermarchés, Delhaize, Carrefour, Colruyt, Lidl et Aldi, proposent déjà des produits équitables dans leurs rayons.

51%

**51 % des communes belges sont des communes équitables**

Pour l'heure, 36 % des communes belges sont des communes équitables

5

**plus de la moitié des provinces belges sont des provinces équitables**

Le titre est décerné au niveau provincial aussi. La Flandre occidentale, la Flandre orientale, Anvers et le Brabant flamand en sont déjà les fiers détenteurs.

80%

**80 % des parlements/ministères fédéraux, régionaux et communautaires achètent au moins 2 produits équitables**

Nous voulons exhorter nos politiciens à prêter une plus grande attention au commerce équitable dans leurs politiques. Quoi de mieux, en effet, que chacun opte pour le commerce équitable sur son lieu de travail ?

600

**le commerce équitable est cité dans la presse à 600 reprises chaque année**

En 2016, le commerce équitable a été mentionné 718 fois dans la presse belge.

## Appui politique

Le 20 juillet 2017, le Parlement fédéral a approuvé une résolution relative à la promotion du commerce équitable et appuyant la campagne « Faites de la Belgique le pays du commerce équitable » !



# La Semaine du commerce équitable au fil des années



© Steven Colin

## Lancement de la campagne par le Ministre

Le 4 octobre 2016, le Ministre de la Coopération au développement Alexander De Croo donnait le coup d'envoi de la campagne « Faites de la Belgique le pays du commerce équitable ». Des journalistes ont été invités pour l'occasion à venir déguster des produits équitables dans un magasin Delhaize, parce que le premier critère, en l'occurrence la vente de produits équitables dans les principaux supermarchés belges, avait déjà été atteint.

## Test : Quel est votre profil d'acheteur équitable ?

Durant la Semaine du commerce équitable 2017, le TDC a créé un test visant à faire davantage vivre la campagne sur les médias sociaux. En répondant au test, les participants étaient en mesure de découvrir leur profil d'acheteur équitable.

Les profils se basaient sur les résultats d'une enquête d'opinion, préalablement réalisée auprès de 1.000 Belges, qui sondait leurs connaissances, attitude et comportement face au commerce équitable : quelque 10.694 personnes ont pris part à ce test !



## Petit déjeuner équitable au Parlement

La Semaine du commerce équitable et ses différentes activités organisées sur le territoire belge ont suscité l'intérêt des hommes et femmes politiques... Depuis 2015, le TDC organise chaque année un petit déjeuner équitable au Parlement fédéral. L'occasion idéale de mettre certaines thématiques à l'agenda politique et de permettre à des organisations de commerce équitable d'entrer en contact avec les décideurs.



© Steven Colin

## De 2014 à 2017 : les chiffres

- 740 différentes activités équitables organisées par la société civile dans l'ensemble de la Belgique
- 142 d'entre elles financées par le TDC
- 1922 mentions dans la presse durant la campagne (à chaque fois en sept,-oct.)



FAIR  
TRADE  
IN THE  
POCKET

FAIR  
TRADE  
ON MY  
MIND

FAIR  
TRADE  
FAN

FAIR  
TRADE  
IN  
ACTION

FAIR  
TRADE  
AAN  
TA-AFEL!

FAIR  
TRADE  
IN MIJN  
GEMEENTE

## D'un festival à une « battle » : tout le monde vit au rythme du commerce équitable !

Différentes activités organisées durant la Semaine du commerce équitable et appuyées par le TDC, sont devenues des valeurs sûres. Citons par exemple le M-Fair, un festival de mode équitable et durable organisé par la ville de Malines. Il propose un défilé, un vaste marché et des ateliers, qui, pour la troisième année consécutive en 2017, ont attiré des milliers de visiteurs. Au Parlement européen, un petit déjeuner équitable organisé chaque année réunit des Parlementaires européens et des organisations de commerce équitable issues des différents États membres, et leur permet d'échanger des informations.

D'autre part, chaque année, toutes sortes de projets originaux voient le jour. En 2017, Gand a lancé deux balades urbaines proposant la découverte de plusieurs adresses équitables au centre-ville ; quant à Molenbeek, elle a mis ses échevins au défi de s'affronter lors d'un « Concours de cuisine équitable ». Pour sa part, Halle a lancé un livre de cuisine comprenant des recettes exotiques concoctées par ses habitants ; quant au club de foot de Herent, il a organisé une Coupe équitable en 2015.

Que ce soit un quizz, une soirée-débat, un atelier « barista », un petit déjeuner équitable, un record du monde de dégustation de chocolat..., tout le monde trouve son bonheur durant la Semaine du commerce équitable. Pour consulter l'ensemble du programme, surfez sur [www.semaineducommerceequitable.be](http://www.semaineducommerceequitable.be).

© Steven Collin en TDC



# Le TDC informe sur le commerce équitable et durable

Le TDC a aussi pour but d'informer les consommateurs, les autorités, les entreprises, les (organisations de) producteurs... sur les évolutions en matière de commerce équitable et durable. Un objectif atteint à travers des publications et/ou reportages propres, ainsi que grâce à la collecte et au partage d'informations existantes via [www.befair.be](http://www.befair.be), des newsletters et les médias sociaux. Un nombre important de reportages, d'articles et d'études portant sur différents secteurs ont déjà été mentionnés dans les pages précédentes. Petite synthèse...

Entre 2014 et 2017, le TDC a réalisé **trois reportages vidéo** (sur le café du Kivu en RDC et au Rwanda, sur l'or équitable au Pérou et sur le tourisme durable en Tanzanie) ainsi qu'un **reportage photo** sur l'huile d'argan équitable.

Le TDC a publié **28 articles** concernant les évolutions du commerce équitable et durable. Outre les articles cités précédemment dans ce rapport d'activité, les thématiques suivantes ont été abordées : le commerce durable et les communautés autochtones, les crédits carbone Fairtrade, l'huile de palme durable, les cosmétiques équitables, le genre dans les projets du TDC, les bananes bio du Sénégal, la vanille...

Ces dernières années, le TDC a également mis en avant différents opérateurs, petits et grands, du commerce équitable ou durable. Avec au total **52 interviews**. Une première série a mis l'accent sur les petits acteurs qui ont opté à 100 % pour le commerce équitable, tels que : Femimain, ACP, GingerLove... Elle a été suivie d'une série d'initiatives consacrées au tourisme durable (Altervoyage, Joker, Tamadi...) et à de plus grands acteurs proposant une offre équitable dans leur gamme, comme Delhaize, Colruyt, Java...

De nouvelles thématiques ou données chiffrées peuvent aussi faire l'objet de **communiqués** ou **fiches à destination de la presse**, le plus souvent dans le cadre de la Semaine du commerce équitable. Des communiqués, relatant les résultats d'études du TDC, ont ainsi notamment été envoyés sur « Les Belges et le tourisme responsable » (2014), les « Produits durables sur le lieu de travail » (2016) et le « Café durable d'Afrique de l'Est dans la grande distribution belge » (2017).

Régulièrement, le TDC commande des **enquêtes d'opinion**. Il y en a eu **cinq** entre 2014 et 2017. Tous les deux ans (2014 et 2016), le TDC sonde l'opinion, le comportement et l'attitude des Belges en matière de commerce équitable (2014, 2016 et une mini-enquête en 2017), pour identifier les évolutions et adapter la stratégie de sensibilisation lors de la Semaine du commerce équitable. Le TDC a en outre analysé la consommation de produits équitables et durables sur le lieu de travail (2015), dans les ministères et autres autorités publiques (2017).



Photo issue du reportage photos sur l'huile d'argan équitable du Maroc © E. De Mildt

# 3 Le TDC dans les programmes gouvernementaux

Le TDC entend contribuer à l'intégration de l'appui en marketing et des aspects liés au commerce durable dans les programmes de la coopération au développement. Nous aimerions voir plus de spécialistes en marketing et en gestion d'entreprises s'impliquer, et faciliter l'accès à des services et conseils professionnels sur le plan du marketing, des études de marché, de la communication, de la gestion d'entreprises et du commerce durable. Entre 2014 et 2017, le TDC a été à plusieurs reprises actif dans des programmes gouvernementaux, et ce, à différentes étapes. Petit aperçu...

## Lors de l'identification des programmes

Le TDC estime que le résultat des études de marché et/ou des études des filières doit conditionner le choix des secteurs et devrait influencer directement le positionnement stratégique-commercial d'un secteur/d'une région.

Réaliser des études professionnelles requiert des profils expérimentés et spécialisés, mis à disposition par le TDC. Il peut en outre donner un input utile sur les termes de référence, le contenu des études et le profil des consultants.

## Lors de visites sur le terrain préliminaires à la formulation de nouveaux programmes

Une rencontre avec les bénéficiaires et les acteurs privés auxquels s'adresse un programme de coopération permet au TDC d'évaluer leur niveau en termes de gestion (commerciale) ainsi que leurs besoins en appui en marketing. Cela a une incidence directe sur la stratégie d'intervention du programme.

Le TDC a été impliqué dans la phase préparatoire à la formulation de 10 programmes de coopération : au Bénin, en Tanzanie, au Mali, en Ouganda, en Guinée, au Burkina Faso, dans les Territoires palestiniens, au Sénégal et deux au Maroc.

## Lors de la formulation des programmes

Grâce à l'étude préliminaire, le TDC est en mesure de proposer une stratégie et des activités adaptées qui maximisent les opportunités de marché des petits producteurs et autres bénéficiaires. Lors de la formulation des programmes, le TDC attire l'attention sur la nécessité de consacrer suffisamment de moyens humains et financiers au marketing, et sur d'autres aspects comme le commerce durable, le travail décent et le genre.

## Lors de la mise en oeuvre des programmes (si le TDC a été impliqué dans la formulation)

Sur simple demande, le TDC peut offrir un appui technique opérationnel en vue de répondre à des besoins spécifiques. Cela prend fréquemment la forme d'ateliers participatifs qui créent une véritable dynamique, valorisent le travail des bénéficiaires et renforcent la confiance réciproque.

Le TDC a été impliqué dans la formulation de 4 programmes, dont 2 au Maroc : sur les dattes et le safran (voir infra) et l'« Entrepreneuriat des jeunes », 1 en Tanzanie (SAKIRP, voir infra) et 1 au Niger concernant la filière élevage. Un appui technique sur place a de même été demandé à 10 reprises au TDC : au Maroc (5), au Bénin (1), en Tanzanie (2) et au Rwanda (2).

# Le TDC en quête de nouveaux clients dans les filières safran et les dattes

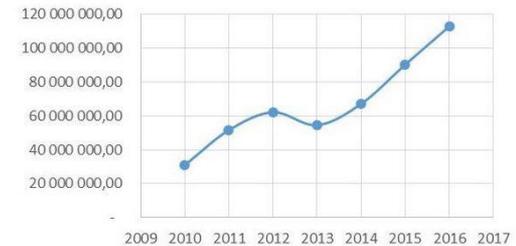
Dans le sud du Maroc, Enabel mène un programme (2013-2019) dans les filières du safran et du palmier dattier. Il s'agit du premier programme auquel le TDC a été associé dès le stade de la formulation, en raison de son expertise en marketing. En 2013, des spécialistes en marketing ont été engagés pour la première fois dans un programme de coopération gouvernementale. Avec le partenaire local, Claire de Foucaud y a jeté les bases d'un solide positionnement stratégique et commercial pour les dattes et le safran marocains : « En discutant avec les agriculteurs eux-mêmes, on se rend compte qu'ils savent parfaitement quel est leur principal problème : le manque de débouchés formels, garantissant des prix rémunérateurs. Nous avons donc tout particulièrement travaillé sur ce point durant ces trois dernières années... en avançant pas à pas. »



## Belles perspectives

Les premiers retours pour le safran sont en tout cas très prometteurs ! En l'espace de deux ans, le chiffre d'affaires a triplé.

The turnover of the value chain has gone threefold in six years (in Dirhams)



Pour ce qui est des dattes, le projet est toujours en phase de prospection ; néanmoins, lors des premiers contacts, de nouveaux acheteurs ont marqué un intérêt pour quelque 236.000 kilos de dattes.

- Regardez la vidéo : ['A la conquête de nouveaux clients'](#)

## En route vers l'agriculture durable en Tanzanie

L'agriculture représente l'activité principale dans la région de Kigoma : 70 % de la population locale, et essentiellement des femmes, travaillent aux champs. Mais le secteur connaît de très nombreux problèmes, comme une faible productivité, l'absence d'organisations agricoles, un accès limité au marché...

Raison pour laquelle en 2015, Enabel – à l'époque encore la CTB – a entamé le programme SAKIRP (*Sustainable Agriculture Kigoma Regional Project*) pour améliorer le développement économique et le bien-être des petits agriculteurs de cette région, en misant sur l'agriculture durable. Ce programme veut améliorer la sécurité alimentaire, les revenus, principalement pour les jeunes et les femmes, et ce, en identifiant des filières porteuses, en diversifiant les sources de revenus et en gérant de manière durable les ressources naturelles.

En 2014, le TDC avait déjà contribué à une étude de marché préalable à la formulation du programme et censée définir les filières dans lesquelles travailler. Deux ans plus tard, le TDC était impliqué dans le recrutement de l'équipe marketing et commerciale avec laquelle il a développé sur place, en 2017, une stratégie commerciale pour le manioc et les haricots.



Il est important que le TDC soit d'entrée de jeu impliqué dans les programmes gouvernementaux.

L'expérience passée a en effet enseigné que les interventions du TDC dans les programmes où il n'était pas impliqué dès le stade de la formulation avaient peu d'impact et affichaient peu de résultats

# Sensibilisation de la Direction générale Coopération au Développement (DGD)



## Le marketing dans les programmes gouvernementaux

Le TDC a organisé un atelier intitulé « Capitalisation de l'appui marketing au sein de la coopération gouvernementale ». Préalablement au débat sur la manière dont le marketing peut être davantage mis en œuvre dans les programmes gouvernementaux, le TDC a présenté les lessons learned de l'appui marketing dans le programme consacré au safran et aux dattes au Maroc (voir résultat 3). Il a par ailleurs formulé quelques recommandations découlant d'un atelier international organisé par le TDC en 2015 pour les spécialistes en marketing et en communication au sein d'Enabel.

## Note du TDC sur la stratégie commerciale et d'investissement de l'UE

Le 14 octobre 2015, la Commission européenne a publié sa nouvelle proposition de stratégie commerciale et d'investissement pour l'Union européenne. À la demande de la DGD D 2.2 (croissance inclusive), qui devait préparer une réunion avec la D5 (multi), le TDC a donné son input sur la note.

Il a identifié plusieurs points positifs - comme « la nécessité d'une gestion plus responsable des chaînes d'approvisionnement » et « la possibilité d'appuyer des partenaires commerciaux qui éprouvent des difficultés à respecter leurs engagements en matière de droits des travailleurs et de législation environnementale » -, tout en mettant le doigt sur plusieurs points d'amélioration. Selon le TDC, la stratégie adoptée aurait dû ainsi « se focaliser sur la correction des déséquilibres de pouvoir dans les chaînes d'approvisionnement à l'échelon mondial. » De même, la proposition ne faisait nullement mention de la manière dont la Commission « voyait la libéralisation toujours croissante des services à travers le monde aller de pair avec les ODD » ni du « rôle joué par les femmes dans le commerce ». Plusieurs remarques ont été intégrées à la note de la D5.



## 5 Le TDC partage son expérience et collabore

### EU Cities for Fair & Ethical Trade Award

Le 7 décembre 2017, la Commission européenne a lancé l'**EU Cities for Fair & Ethical Trade Award 2018**. Plusieurs organisations spécialisées en durabilité, des réseaux urbains et des plateformes en ont composé le comité technique pluridisciplinaire. Le TDC en faisait partie.

### Groupe de travail du « Practicioners' Network » sur l'implication du secteur privé dans la coopération développement

Le TDC a pris part à un groupe de travail du « Practicioners' Network » qui réunit différentes agences de développement au niveau européen. Le but était de partager des expériences sur la manière dont les entreprises européennes sont impliquées dans la coopération au développement.

### Présentation du FSC

En mai 2014, le TDC et le WWF ont présenté les résultats **d'une étude du CIFOR sur l'impact social de la certification FSC** dans le bassin du Congo.

### TRIC

Le réseau **Trade Related Instruments Connected** ou TRIC, auquel participe le TDC, rassemble des organisations multilatérales actives dans l'Aide au commerce en se focalisant sur le renforcement des capacités d'exportation. Chaque année, ses membres se réunissent afin d'échanger des informations et d'examiner les possibilités de collaboration (plus étroite), en termes de coaching, par exemple, ou encore de pays d'intervention. En novembre 2016, le TDC a organisé une réunion de deux jours pour les membres du TRIC.



### Groupe de travail interparlementaire

Le TDC participe à un groupe de travail interparlementaire sur le commerce équitable et a déjà mis à l'ordre du jour différentes thématiques comme l'huile de palme durable, le chocolat équitable ou l'éthique dans la filière textile. C'est au sein de ce groupe de travail qu'a été préparée la résolution relative à la promotion du commerce équitable et de la campagne « Faites de la Belgique le pays du commerce équitable ».

### Colloque sur le tourisme alternatif

En 2014, le TDC a collaboré avec la plateforme Altervoyages et la Cellule « Appui pour la Solidarité Internationale Wallonne » (CASIW) de Wallonie-Bruxelles International (WBI) pour organiser, au salon Vert Bleu Soleil à Liège, un **colloque sur « le tourisme alternatif**, outil de développement local durable et de lutte contre la pauvreté, au Nord comme au Sud ».

## National Voluntary Review sur les ODD

Le 18 juillet 2017, le Premier Ministre Charles Michel a présenté le National Voluntary Review aux Nations Unies. Il s'agit d'un document relayant les initiatives belges qui contribuent à l'atteinte des ODD. Le TDC y est mentionné pour son coaching en marketing des groupes de producteurs du Sud (ODD 8 : Travail décent et croissance économique), pour les nombreux projets concrets qu'il a soutenus, p. ex., l'huile d'argan équitable au Maroc (ODD 5 : Égalité entre les sexes) et le thé équitable au Vietnam (ODD 1 : Pas de pauvreté) et pour contribuer à « Faire de la Belgique le pays du commerce équitable » (ODD 12 : Consommation et production durables).

## Marketing lunch de STIMA

En janvier 2017, le TDC a participé à un Social Marketing Lunch organisé par le groupe Marketing & Society de STIMA (marketing de stimulation). Le TDC y a présenté son trajet d'appui en marketing à un groupe de 30 à 40 marketeurs professionnels en Belgique.

## Cellule de réflexion sur les Communes du commerce équitable

En mars 2017, le TDC a pris part à une cellule de réflexion qui s'est penchée sur l'élaboration d'un nouveau programme pour la campagne « FairTradeGemeente », l'équivalent des Communes du commerce équitable en Flandres. Le TDC est intervenu dans l'un des trois scénarios d'avenir potentiels, en l'occurrence celui dans lequel les Communes du commerce équitable nouent un lien fort avec la campagne « Faites de la Belgique le pays du commerce équitable ». C'est ce scénario qui a finalement été choisi par le comité de pilotage.



## Mission économique belge en côte d'Ivoire

Lors de la mission économique belge à Abidjan fin octobre 2017, sous la direction de SAR la Princesse Astrid, l'Ambassade belge a, conjointement avec le Cabinet de la Première dame de Côte d'Ivoire, organisé un séminaire intitulé « Droits de l'homme et secteur privé : prévention et abolition du travail des enfants dans la chaîne d'approvisionnement du cacao ».

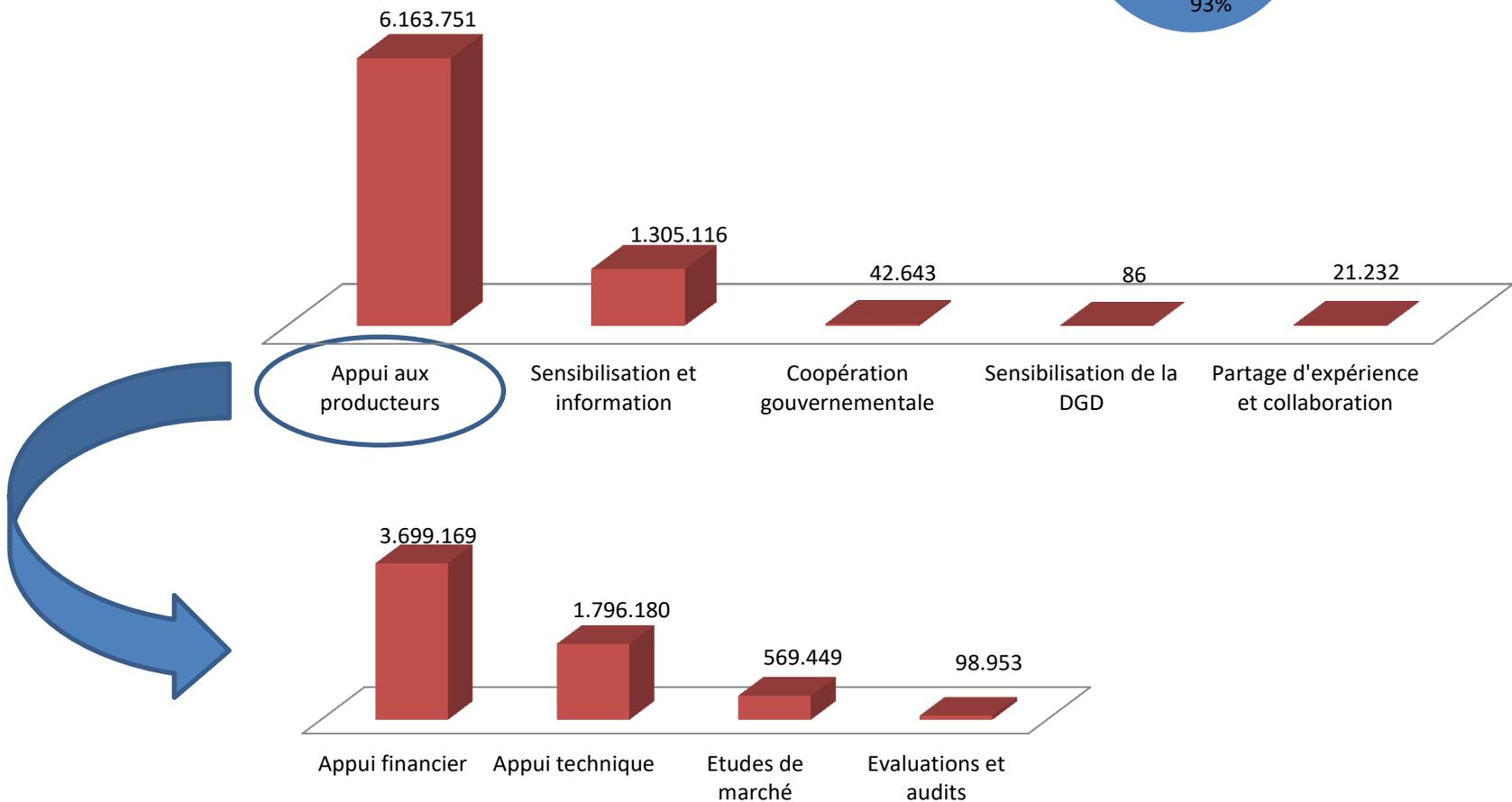
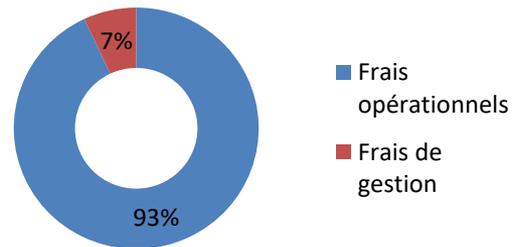
Outre les multinationales et les délégations officielles, l'Ambassade de Belgique voulait aussi mettre en avant les producteurs, raison pour laquelle elle a invité les coopératives de cacao soutenues par le TDC, qui ont répondu présentes à l'invitation et participé au séminaire. Trois organisations y ont pris la parole pour présenter leurs initiatives dans la lutte contre le travail des enfants. Les autorités nationales et les organisations internationales y ont communiqué leurs plans d'action et discuté des priorités des principaux acheteurs de cacao.

Le séminaire a accueilli au total 250 participants des délégations officielles de Côte d'Ivoire, de Belgique et des Ambassades européennes, de l'Union européenne, de l'Union africaine, du Conseil du Café-Cacao, de la *World Cocoa Foundation*, de l'Organisation Internationale du Travail, de l'UNICEF et de l'industrie (Mondelez, Mars, Nestlé, Ferrero, Barry-Callebaut, Cargill, Olam...).

# Répartition des dépenses par domaine d'activité

Durant la période 2014 - avril 2018 le Trade for Development Centre a dépensé **10.596.633** euros, dont 93 % de frais opérationnels et 7 % de frais de gestion.

Voici la répartition par **domaine d'activité** :



# Lessons learned et perspectives pour le nouveau programme du TDC

Fin 2016, le bureau de consultants Dris Consult a évalué le travail du TDC. Il a passé les résultats au crible et a interviewé différentes parties prenantes. Le bureau a indiqué que « le fonctionnement du TDC **répond de façon significative à l'objectif spécifique** qui lui est confié, à savoir la promotion du commerce équitable et durable, et l'amélioration de l'accès au marché pour les (organisations de) producteurs dans les pays partenaires de la Coopération belge, et ce, dans le cadre du travail décent ». La plupart des parties prenantes semblaient en outre apprécier **la qualité du travail fourni** et le professionnalisme. Le rapport indiquait également que les **moyens investis semblaient proportionnels aux résultats atteints**.

Le rapport, mais aussi les expériences engrangées par l'équipe et les coaches ont débouché sur un nombre important de lessons learned intégrées au nouveau programme qui couvre la période 2018 - 2023. Les pages suivantes reprennent, par domaine de résultat, la liste des principales recommandations formulées.



## Résultat 1: l'appui aux producteurs

Entre 2014 et fin 2016, les différents types d'appui aux producteurs ont coexisté (appui financier et coaching en marketing et en gestion d'entreprise). Depuis 2018, le TDC met en œuvre un nouveau trajet intégré (coaching + appui financier).

### Enseignements tirés

- L'**intégration des différents types d'appui** permet encore plus d'efficacité et d'efficacité.
- Une **formation préliminaire à la collecte des données relatives à l'entreprise** (data capturing) s'avère nécessaire en vue de sélectionner les entreprises dynamiques et prometteuses. Ces « High Potentials » entrent alors en ligne de compte pour l'ensemble du trajet d'appui. Celles-ci peuvent à leur tour avoir un effet de levier et générer un plus grand impact.
- « (Il est utile d') examiner l'opportunité de développer **des appuis à un niveau intermédiaire** (fédérations d'organisations de producteurs, réseaux de producteurs...) » - *Dris*

### Un nouveau trajet de coaching intégré

Le TDC organise une formation préliminaire en **data capturing** pour aider les organisations à mieux comprendre leur business ainsi que leurs finances et leur positionnement sur le marché.

Les organisations de type HIPO qui réussissent cette formation préliminaire se voient offrir un trajet unique, participatif et personnalisé **combinant un coaching sur place, dispensé par des experts, et un subsidie**. Le point de départ est toujours ce qui présente le plus grand intérêt pour l'organisation bénéficiaire, puisque l'objectif est de les armer pour mieux conquérir le marché. Le trajet est ouvert **aux MPME actives dans le commerce durable et aux structures de soutien aux entreprises (BSO - business support organisations)**. Ces BSO pourront ainsi, à leur tour, encadrer des bénéficiaires et, partant, renforcer l'impact du trajet.

Le trajet comprend plusieurs étapes :

- un coaching en gestion financière et d'entreprise aborde tous les aspects organisationnels et financiers (p. ex. business plan, prévisions budgétaires, monitoring, trésorerie...).
- le coaching en marketing traite des différentes phases de marketing telles que l'analyse marketing interne et externe, le marketing mix, la prospection, les outils de communication...
- Enfin, le TDC octroie un subsidie afin de permettre à l'organisation de financer des activités en phase avec la stratégie, comme le développement de produits ou de matériel de communication, des formations, la participation à des foires commerciales...



## Résultat 2 : information et sensibilisation

### Enseignements tirés

La campagne « **Semaine du commerce équitable** » avait besoin d'un renouveau et d'objectifs auxquels pouvaient souscrire tous les acteurs du secteur. Voilà pourquoi le TDC a lancé la campagne/le défi « Faites de la Belgique le pays du commerce équitable d'ici 2020 ».



### Recommandations

« Au niveau des activités de sensibilisation au Nord : poursuivre et renforcer la diffusion des différentes productions ; mobiliser des moyens supplémentaires de communication autour de la Semaine du commerce équitable ; développer une stratégie de sensibilisation autour du concept de 'Belgique, pays Fair Trade'. » « Renforcer la sensibilisation auprès de deux publics cibles (...) : les pouvoirs publics (par exemple, favoriser la diffusion des activités réalisées au niveau du parlement fédéral vers les entités fédérées) et les acteurs économiques ». – *Dris*

## Résultat 3 : coopération gouvernementale

### Enseignements tirés

« **La cohésion interne et la synergie** doivent être améliorées. La complémentarité semble parfois mieux établie avec des acteurs externes qu'avec les acteurs proches de la Coopération belge, notamment gouvernementale. » *Dris*



### Recommandations

« Prendre en compte, dans les pays partenaires, des possibilités de complémentarité et de cohérence... avec les stratégies des programmes bilatéraux directs et avec les orientations stratégiques nationales ». – *Dris*

« Stimuler une plus grande cohérence avec les membres de la Représentation CTB dans les pays partenaires lors des missions (contact préalable, objectif des missions, analyse des complémentarités possibles avec les différents programmes en cours ou passés de la CTB). » - *Dris*

## Résultat 4 : Sensibilisation de la Direction générale Coopération au développement

### Enseignement tirés

« Tenant compte du **faible niveau d'atteinte du résultat 4** et dans la mesure où la transformation de la CTB en Enabel se concrétise, induisant une intervention très limitée de la DGD dans les phases du cycle de projet, même pour les projets bilatéraux directs, (...) ne plus reprendre le résultat 4 (sensibilisation de la DGD) comme tel. » – *Dris*

## Résultat 5 : Capitalisation

### Enseignements tirés

Dans le cadre du résultat 1), les interactions avec les **organisations locales d'appui** (organisations faitières, sectorielles, y compris les réseaux de producteurs comme Fairtrade Africa...) les certificateurs (comme UTZ...), les coupoles nationales (TAOM...) sont essentielles pour identifier des entreprises bénéficiaires potentielles.

Les outils de capitalisation du TDC **restent trop peu diffusés et utilisés**, parce qu'ils ne sont pas suffisamment intégrés dans une stratégie participative de gestion et de partage des connaissances.

**Les échanges entre coaches** en marketing et en gestion financière sur le contenu de leurs prestations doivent être facilités. Ils sont appréciés par les coaches et leur permettent d'enrichir leurs connaissances mutuelles, ainsi que celles des gestionnaires du TDC. Ces échanges portent tant sur les méthodologies et outils utilisés, que sur des informations concernant les filières, régions, acteurs locaux, etc.

### Recommandations



Dans le cadre du résultat 1) « Prendre en compte, dans les pays partenaires, des possibilités de complémentarité et de cohérence avec les appuis accordés par les ONG belges, avec les acteurs financés par Entreprendre pour le développement. » – *Dris*



« Développer un processus de capitalisation plus systématisé et structuré, et utiliser cette capitalisation comme outil de sensibilisation d'autres acteurs. » - *Dris*



Développer un système pour faciliter les échanges entre les coaches (entre autres, des ateliers, une plateforme en ligne...)

## Le TDC et le secteur privé

La Coopération belge au développement ayant accordé la priorité au secteur privé, nous avons également examiné la manière dont le TDC peut y contribuer (davantage). Le bureau externe ADE a réalisé en 2017 une étude sur l'appui de la Coopération belge au développement au secteur privé.

La coopération au développement n'est, en règle générale, pas associée au secteur privé et une fragmentation importante règne entre les différents acteurs du PSD (BIO, CTB, TDC, OSCE, universités...).

Il n'y a guère eu beaucoup d'approches stratégiques mettant en valeur les points forts des différents acteurs et produisant ainsi une réelle plus-value dans certains domaines/pays et partant, des résultats importants. – ADE

« Au sein de la CTB, et compte tenu de l'évolution des priorités en matière d'appui au secteur privé, le TDC apparaît pour beaucoup comme un outil pertinent pour développer des ponts entre les projets de coopération classique et les nouvelles formes qui devraient établir des collaborations plus significatives avec le secteur privé. » - Dris



Le DTF (dossier technique et financier) du nouveau programme du TDC prévoit des synergies et des partenariats avec BIO (interventions au sein des mêmes filières), la Coopération belge au développement (les personnes qui seront recrutées par le TDC en vue de fournir un appui technique à des MPME auront aussi pour tâche de mettre au point des services à l'intention des entreprises dans le cadre de programmes gouvernementaux), les ONG (assistance à leurs partenaires en vue de l'élaboration d'une stratégie, d'un plan de marketing et d'un business plan) et le secteur privé belge (avec des sociétés d'importation de produits durables en provenance de pays en développement dans les secteurs du café, du cacao, des fruits et légumes. Egalement via la promotion du programme d'appui aux producteurs du TDC auprès des entreprises belges afin d'accroître les chances que les entreprises soutenues dans le Sud nouent des contacts avec des importateurs belges).



Le « momentum » qui peut être actuellement décelé au niveau de la Belgique, notamment dans la perspective de la transformation de la CTB en agence de développement Enabel, peut également être souligné dans certains pays partenaires, comme par exemple au Bénin, où le gouvernement envisage de redéfinir une nouvelle stratégie de développement économique. » Dris

### Jobs, jobs, jobs

« En matière de création d'emplois, les interventions s'inscrivant dans l'économie sociale (Enabel, TDC, OSC) se sont avérées plus efficaces que celles mises en œuvre par des entreprises plus commerciales (comme celles de BIO, Exchange) », constate l'Évaluatrice spéciale de la coopération au développement qui a soumis son rapport le 5 juin 2018 au Parlement fédéral.

Cette assertion se fonde sur le rapport d'ADE qui démontre, sur la base de sources secondaires et de sa propre analyse de terrain, que les interventions d'acteurs de l'économie sociale étaient plus efficaces en termes de création d'emplois, d'accroissement de la production et de la productivité, et de génération de revenus que celles mises en œuvre par les entreprises commerciales. Cette situation découle principalement de l'introduction de nouvelles méthodes de travail, de l'acquisition de nouvelles compétences ainsi que de l'accès à de nouveaux marchés.



**Dans son ensemble, le programme du TDC est très pertinent, efficace et durable. Nous recommandons dès lors de sa poursuite.**

*Tiré de l'évaluation externe du programme du Trade for Development Centre, réalisée par Dris Consult*

Trade for Development Centre  
Rue haute 147  
1000 Bruxelles  
02 505 19 03  
[tdc@enabel.be](mailto:tdc@enabel.be)

[www.befair.be](http://www.befair.be)  
[www.weekvandefairtrade.be](http://www.weekvandefairtrade.be)



**Belgique**  
partenaire du développement