

# Bouwen aan een betere toekomst via duurzame handel

De impact van het **Trade for Development Centre**-programma tussen 2014 en 2017



© EcoLink

Het Trade for Development Centre (TDC) wil eerlijke en duurzame handel promoten en de markttoegang van kleine producenten in het Zuiden verbeteren.

Om deze doelen te bereiken, werken we rond verschillende pijlers: informeren, sensibiliseren en steun verlenen aan producentgroepen en micro-, kleine en middelgrote ondernemingen.

Met dit activiteitenverslag willen we aantonen wat TDC op deze verschillende vlakken heeft gerealiseerd in de periode 2014-2017.



*TDC is een programma van Enabel, het Belgisch Ontwikkelingsagentschap*

**Het unieke statuut van TDC – de enige publieke, gouvernementele structuur die zich richt op de promotie van van duurzame handel en een verbeterde markttoegang voor producenten in het Zuiden – maakt dat het centrum een specifieke positie heeft verworven binnen de verschillende netwerken, groeperingen, platformen en initiatieven van andere actoren . Dankzij zijn strategie van ondersteuning en samenwerking krijgt TDC erkenning als expert, facilitator en katalysator.**

# Inhoudstafel

<b>TDC steunt producenten in het Zuiden</b>	<b>pg 3</b>
Enkele cijfers onder de loep	pg 4
De steun aan MKMO's in kaart	pg 5
De interventieketens	pg 6
Koffie	pg 6
Cacao	pg 11
Olie, aromatische en medicinale planten	pg 15
Groenten en fruit	pg 18
Thee	pg 21
Noten	pg 22
Toerisme	pg 23
Artisanaat	pg 26
Goud	pg 28
Hout	pg 31
Marktstudies	pg 32
<b>TDC sensibiliseert rond eerlijke en duurzame handel</b>	<b>pg 33</b>
Maak van België het Land van de Fair Trade	pg 34
De Week van de Fair Trade door de jaren heen	pg 35
<b>TDC informeert rond eerlijke en duurzame handel</b>	<b>pg 37</b>
<b>TDC in de gouvernementele programma's</b>	<b>pg 38</b>
<b>TDC sensibiliseert Directie-Generaal Ontwikkelingssamenwerking (DGD)</b>	<b>pg 41</b>
<b>TDC deelt zijn ervaring en werkt samen</b>	<b>pg 42</b>
Verdeling van de uitgaven per domein	pg 44
Lessons learned en vooruitblik op het nieuwe TDC-programma	pg 45

# 1 TDC steunt producenten in het Zuiden

Een van de pijlers waarop TDC inzet, is steun verlenen aan producenten in het Zuiden die actief zijn in duurzame handel. Tussen 2014 en 2017 ondersteunde TDC **122 producentenorganisaties en MKMO's (micro-, kleine, middelgrote ondernemingen) ofwel 110.994 begunstigden.**

De producentengroepen zijn werkzaam in verschillende landen en regio's en in verschillende ketens en sectoren: koffie, cacao, olie en aromatische – medicinale planten, toerisme, artisanaat, goud, fruit en groenten, thee, noten en hout. Want hoewel de context verschilt, kampen de producenten vaak met dezelfde problemen: ze hebben geen of beperkte toegang tot de markt waardoor ze onvoldoende inkomsten halen uit hun productie en activiteiten.

De steun die TDC biedt aan producenten is erop gericht hen **de tools in handen te geven om voor zichzelf en hun gemeenschap waardige werken leefomstandigheden uit te bouwen.** Dit doet TDC door hen financieel te ondersteunen, maar evengoed door hen te coachen op vlak van marketing en financial business management. Zo geven we hen zowel de financiële middelen als de kennis, know-how en skills in handen om zelf tot oplossingen te komen, strategieën uit te werken, te innoveren en te ondernemen. Alleen zo kunnen producenten hun onderneming op een duurzame manier laten groeien.

De organisaties die in aanmerking komen om producentensteun te ontvangen zijn HIPO, high potential. Dat wil zeggen dat ze veel potentieel hebben op vlak van sociale impact, economische groei en financiële duurzaamheid. Het succes van zulke organisaties maakt van hen inspirerende voorbeelden voor anderen actoren in de sector. Ze kunnen een hefboom zijn die ook de impact in de gemeenschappen vergroot.

Om een beeld te schetsen van de producentensteun die TDC de afgelopen vier jaar heeft geleverd, presenteren we projecten uit verschillende ketens en sectoren vanuit verschillende hoeken in de wereld.



122 MKMO's



110.994 begunstigden



17 landen



10 ketens

# Enkele cijfers onder de loep



**122**  
ondersteunde organisaties\*



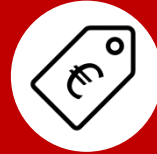
**+ 8152**  
nieuw gecertificeerde producenten



**+ 135,71 %**  
Gemiddelde evolutie van de verkoop\*\*



**+ 116,95 %**  
Gemiddelde evolutie van de productie\*\*



**+ 60,07 %**  
Gemiddelde evolutie van de verkoopprijs\*\*



**+ 84,11 %**  
Gemiddelde evolutie van de producenteninkomens



**169**  
Deelnames aan commerciële beurzen



Voor deze cijfers baseren we ons op de resultaten die tussen 34 tot 37 organisaties ons hebben gecommuniceerd. Het gaat hierbij om diegene waarbij het volledige traject werd afgerond. Op het moment van publicatie (juni 2018) was de coaching bij verschillende organisaties immers nog lopende of net afgerond waardoor er nog geen resultaten konden worden voorgelegd.

\*Het aantal heeft betrekking op 75 organisaties die financiële steun kregen of gecoacht werden (let op: de organisaties waarvan de financiering en/of coaching in de loop van het project werden stopgezet, werden niet meegeteld)  
+ 5 Beninese organisaties uit het gouvernementele programma PROFIL die gecoacht werden in business management  
+ 42 organisaties die een opleiding data capturing volgden maar niet werden geselecteerd voor het coachingprogramma.

\*\*Dit cijfer is gebaseerd op gegevens die door de organisaties zelf werden gecommuniceerd. Ze gaan over de periode waarin steun werd verleend door TDC, maar zijn daarom niet uitsluitend toe te schrijven aan onze activiteiten. Het coachingtraject werd trouwens vroegtijdig stopgezet bij 8 organisaties: zij werden niet mee opgenomen in de statistieken.

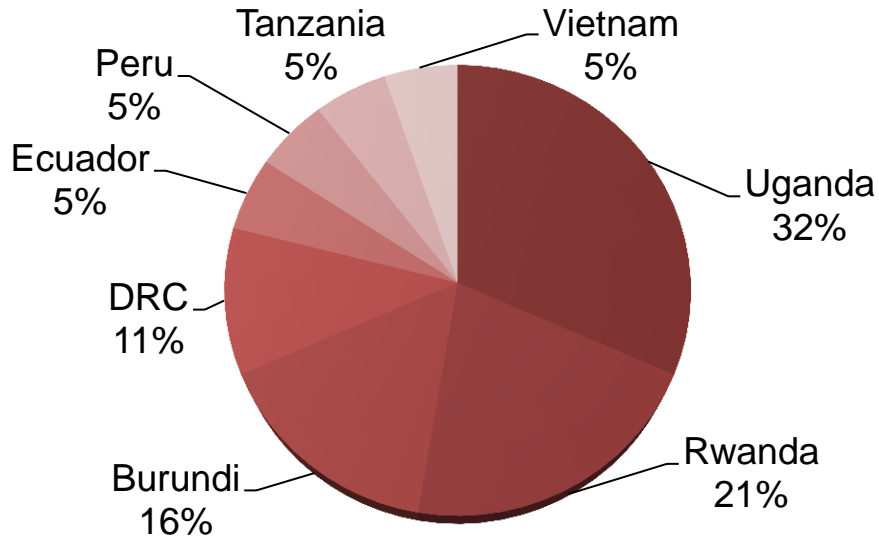


# De steun van TDC aan producentengroepen en MKMO's in kaart



Op deze kaart staan de 75 producentenorganisaties vermeld die financiële steun ontvingen of gecoacht werden.

# Koffie: de cijfers



*De percentages verwijzen naar het aantal producentenorganisaties en MKMO's die worden ondersteund*



19 MKMO's



61.602 begunstigen



8 landen



1.400.410

## Welke organisaties kregen steun?

- **Burundi:** COCOCA, Dusangirijambo, Nkamwa Yacu
- **Democratische Republiek Congo:** Sopacdi en Muungano CA
- **Ecuador:** APEOSAE
- **Peru:** Cenfrocafe
- **Rwanda:** Coopérative des caféiculteurs de Gishoma (COCAGI), Dukundekawa, Koakaka cooperative en ABATERANINKUNGA BA SHOLI
- **Tanzania:** Wild Tracks International/Kahawa,
- **Uganda:** 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, United organic coffee growers
- **Vietnam:** CSCC - Cooperative for Producing Safe Coffee for Community's Health

# TDC in de koffiesector

## Koffie uit de regio van de Grote Meren

De regio van de Grote Meren beschikt met veel zon en vruchtbare grond over de ideale omstandigheden voor koffiebonen van uitstekende kwaliteit. Zowel in Oeganda, Rwanda, Burundi, Tanzania en DR Congo ondersteunt TDC verschillende koffiecoöperaties om ervoor te zorgen dat de boeren dit potentieel zo goed mogelijk kunnen benutten en er de vruchten van kunnen plukken. De koffiecoöperaties die TDC in deze regio ondersteunt, exporteren vandaag naar zeven Belgische ondernemingen, waaronder enkele van de belangrijkste importeurs: Efico, Supremo, Coffee team, 32aCup, RIVS, Briz en Oxfam-Wereldwinkels.

Zuid-Kivu werd de afgelopen 20 jaar geteisterd door extreem geweld. Koffieboeren moesten vaak in allerijl hun velden verlaten en waagden hun leven in een poging om het Kivumeer over te steken om in Rwanda hun koffie te verkopen. De gronden en koffieplanten zijn uitgeput en verouderd. Toch is net hier een uitzonderlijk succesverhaal geschreven. TDC financierde de coöperatie **Sopacdi**, die in 2013 het levenslicht zag, via twee projecten om hen te helpen de koffie te verduurzamen. Met vormingsessies rond schaduwteelt, natuurlijke pesticiden en zelf gemaakte compost werd geprobeerd de erosie een halt toe te roepen en de koffieteelt een nieuw leven in te blazen. Dit leidde tot een fairtrade- en biocertificering van hun koffie. In 2015 is de organisatie sterk gegroeid tot een 7000-tal leden, waarvan 2050 vrouwen. De 4000 begunstigden van het TDC-project zagen hun verkoopcijfer met 32% stijgen en konden profiteren van een inkomensstojname van 98% tussen 2014 en 2016. In 2017 won Sopacdi de SPP coffee award.

## Reportage

In 2014 maakte TDC een reportage over fairtradekoffie uit de Kivustreek voor TV5 Monde. We bezochten drie koffiecoöperaties, één in Rwanda en twee in DR Congo die onze steun ontvingen

[Bekijk de reportage](#)



32%



98%

“De export van koffie heeft voor werk en inkomen gezorgd en dus voor hoop. Het beste bewijs? Ex-soldaten en rebellen die de wapens neerleggen voor koffiestruiken.”

*Joachim Mungana, voorzitter van Sopacdi*





In Burundi is de koffieteelt de voornaamste bron van inkomsten voor bijna 750.000 families. De privatisering van de koffiesector dwong de boeren zich te organiseren en hun eigen verwerkingseenheden te bouwen om zo meer van de toegevoegde waarde van de koffieketen in eigen land te kunnen houden. Dat probeert **COCOCA**, het consortium des coopératives de caféiculteurs, met de hulp van onder andere TDC te doen. COCOCA telt 33 koffiecoöperaties in zijn ledenbestand, goed voor 29.491 koffieproducenten. De organisatie is fairtradegecertificeerd, net als 17 van zijn leden. Drie jaar eerder waren dit er nog maar 3. In 2014 verkocht COCOCA 4 containers eerlijke koffie, drie jaar later waren dit er al 21. Een van die gecertificeerde organisaties is **Dusangirijambo**. Met de steun van TDC werden de 400 boeren van deze coöperatie opgeleid in voornamelijk technische capaciteiten en de principes van de biolandbouw, waardoor ze nu biokoffie van hogere kwaliteit produceren tegen een betere prijs. Bovendien steeg hun productie tussen 2014 en 2017 met 722%!

**De Rwandese en Oegandese koffiecoöperaties die de steun van TDC ontvingen kunnen hun product nu als specialty coffee presenteren waardoor ze het tegen een veel hogere prijs kunnen verkopen.**

**In Rwanda steeg de gemiddelde verkoopprijs met 27,4%, in Oeganda zelfs met 39.45%.**

**CECOFA** is een koffiecoöperatie gelegen aan de rand van het Victoriameer in Oeganda. De coöperatie telt 3182 leden en is heel goed georganiseerd. Toch kampte de organisatie met een groot probleem: een te grote afhankelijkheid van twee exporteurs en een te beperkte kennis van de markt. CECOFA werd daarop geselecteerd voor het volledige marketing coachingtraject van TDC. Het bijhorende budget werd geïnvesteerd in een nieuw logo, businesskaartjes, folders, een website... om zich beter te kunnen presenteren aan potentiële klanten. CECOFA nam deel aan twee commerciële beurzen. Met succes: het verkoopcijfer van CECOFA nam tussen 2014 en 2017 toe met 353%. Dat betekent bijna 70% meer inkomen voor de 3664 koffieboeren.



99 %\*



11%\* \* Cijfers voor COCOCA



353 %



69.5 %

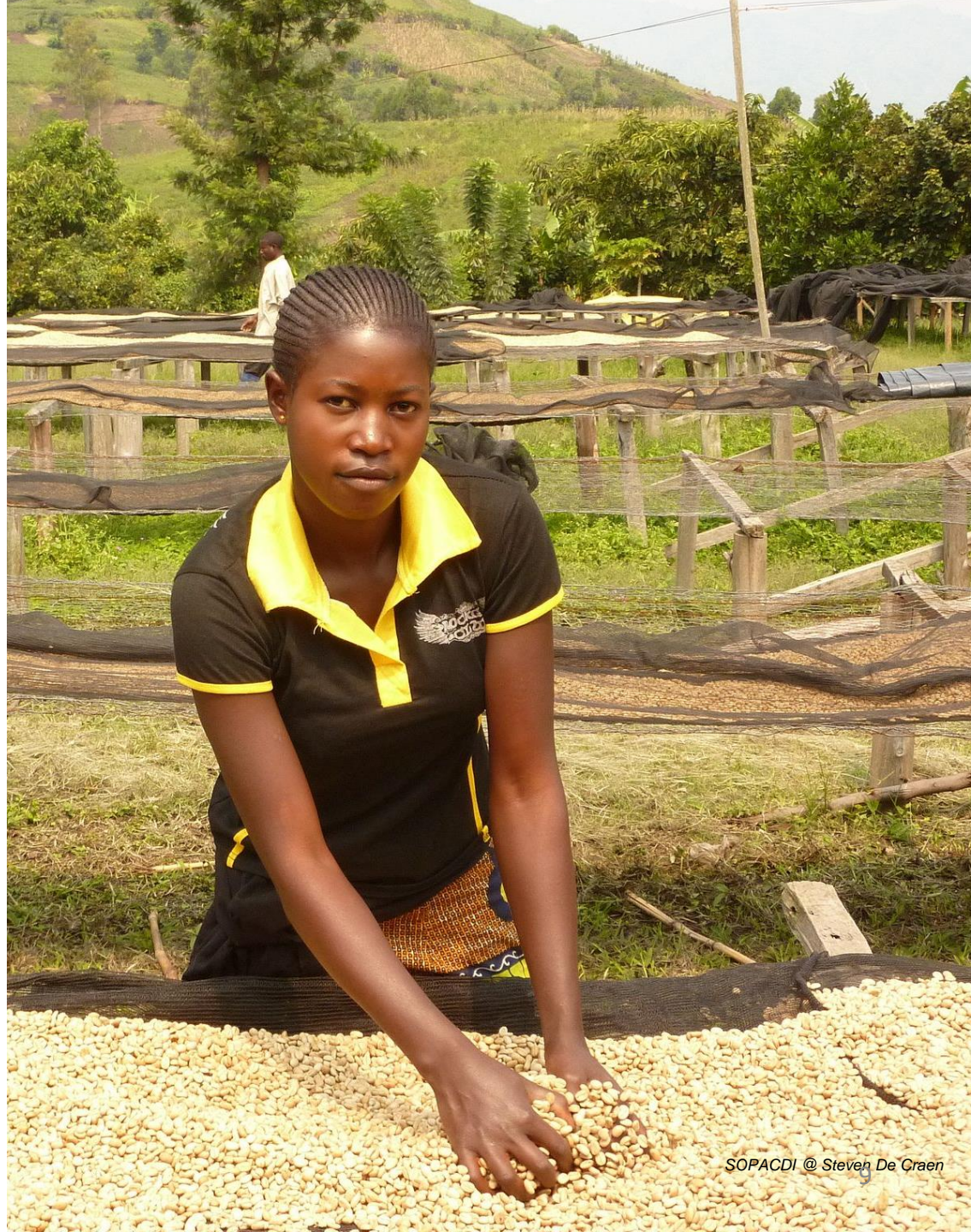


## TDC en coöperaties samen in de bres tegen seksueel geweld

In Oost-Congo werden heel wat vrouwen de afgelopen decennia slachtoffer van seksueel geweld. Hulp zoeken deden ze vaak niet, uit angst verstoet te worden door de gemeenschap.

TDC en **Sopacdi** sloegen daarom de handen in mekaar: er werden middelen voorzien voor bijstand van 30 vrouwelijke leden. Al snel moest dit aantal bijgesteld worden naar 132. De reden? De nabijheid van de coöperatie maakte dat er voldoende vertrouwen was voor de vrouwen om naar buiten te treden en hulp te aanvaarden. Sensibilisering en vorming zorgden ervoor dat er een mentaliteitswijziging werd ingezet bij vrouwelijke én mannelijke leden van de coöperatie, Slachtoffers werden opnieuw opgenomen in de gemeenschap en kunnen hun economische activiteiten weer hervatten. Een boost voor het zelfvertrouwen van de vrouwen, maar evengoed voor de hele coöperatie en gemeenschap.

- [Lees het artikel](#)
- Van 16 tot 20 oktober 2017 werd Enabel uitgenodigd om de resultaten van dit project voor te stellen op het 10th European Congress on Tropical Medicine and International Health in Antwerpen





## Specialty coffee uit Latijns-Amerika

Latijns-Amerika staat bekend omwille van zijn kwaliteitskoffie. In de Cajamarca Region in Peru wordt APU-koffie gekweekt, een Arabica-variëteit die fairtrade- en biogecertificeerd is. Cenfrocafé, een Peruviaanse coöperatie die 2550 koffieboeren vertegenwoordigt, exporteert de koffie van zijn leden naar Europa en de VS. TDC steunde Cenfrocafé in 2017 in een project dat wilde inzetten op jonge koffieboeren: 168 geïnteresseerde producenten, allemaal jonger dan 30 jaar, werden geselecteerd en kregen de nodige technische vorming om hun koffie nog beter te laten beantwoorden aan de hoge eisen van de markt van de specialty koffies of een opleiding in marktontwikkeling. Een deel van de technische opleiding was cup tasting coffee: de jongeren leerden aan welke criteria de koffie moest voldoen en legden hierover examen af. Wie het best scoorde, kreeg een stageplaats aangeboden in het labo. Op die manier wilde Cenfrocafé de toekomst van hun kwaliteitskoffie verzekeren. Twee jonge Cenfrocafé-leden behaalden intussen het certificaat *Q grader*. Hierdoor behoren ze tot een groep internationale experts die op uniforme wijze de kwaliteit van koffie kunnen beoordelen waardoor koffies uit de hele wereld kunnen worden vergeleken.

## TDC-publicaties over koffie

### Marktstudies

TDC financierde twee studies rond koffie om een beter zicht te krijgen op de marktopportunities van

- [Afrikaanse duurzame koffie op de Belgische markt](#): er zijn mogelijkheden weggelegd voor ethische kwaliteitskoffie en in het segment van de koffiepod
- [Warme Fairtradegecertificeerde dranken in Kenia en Oost-Afrika](#): hoewel de markt van de Fairtradegecertificeerde warme dranken er momenteel maar 1% uitmaakt, is er toch heel wat potentieel aangezien de waarden van fair trade door een groot deel van de consumenten worden gedeeld.

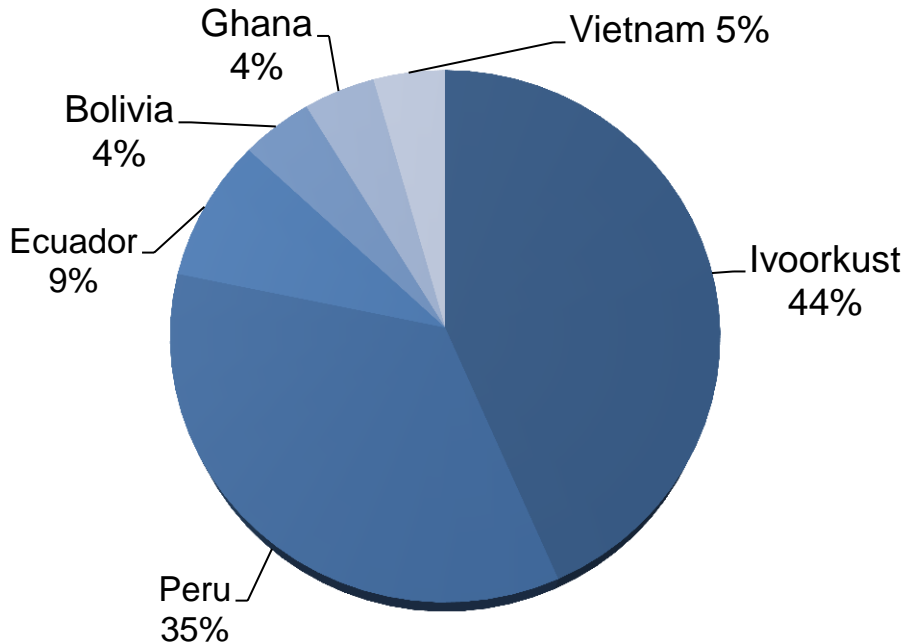
### Artikels

- [TDC ondersteunt coöperaties van koffieproducenten in Burundi](#)
- [Koffie van de Grote Meren](#)
- [Koffie uit Kivu: een hefboom voor ontwikkeling](#)

### Interviews

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

# Cacao: de cijfers



*De percentages verwijzen naar het aantal producentenorganisaties en MKMO's die worden ondersteund*

## Welke organisaties kregen steun?

- **Bolivia:** Arcasy
- **Ecuador:** Cepicafe, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC)
- **Ghana:** Kookoo Pa Farmers Association
- **Ivoorkust:** Coopara, COOPCA ECAMOM, Union des Sociétés Coopératives Kimbê (Ecookim), SCINPA - Société coopérative ivoirienne de Négoce 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
- **Peru:** Aprocam, Bagua, Cuenas del Huallaga, Curimana, Pangoa, CAICAH, CAPEMA, CLAC
- **Vietnam:** NAPP

# TDC in de cacaosector

TDC zette de afgelopen jaren sterk in op de chocoladesector, een keten waar de belangen van producenten, de industrie en de professionelen uit de ontwikkelingssamenwerking samenkomen. Verschillende spelers uit de chocolade-industrie engageerden zich immers om 100% duurzame cacao te produceren tegen 2020 om zo de kinderarbeid aan te pakken en erover te waken dat er voldoende kwaliteitsbonen beschikbaar zouden blijven. De vraag naar pure chocolade (met minimum 70% cacao) zit in Europa al jaren in de lift. TDC zag in deze evoluties een opportuniteit om cacao producenten te ondersteunen richting kwalitatieve en duurzame cacao die hen een beter inkomen bezorgt.

## Cacao uit Ivoorkust

**Het cacao producerende land bij uitstek is Ivoorkust. Sinds 2016 ondersteunt TDC cacao-producentenorganisaties uit de regio.**

Op 80 km ten noorden van Abidjan werd in 2000 **COOPARA** opgericht. Deze organisatie ondersteunt 639 cacao boeren uit de regio in de productie, de verwerking en vermarkting van hun cacao. COOPARA wil de toekomst van de cacao productie verzekeren door sterk in te zetten op duurzaamheid. De problemen waarmee de boeren geconfronteerd worden, zijn immers niet min: verouderde planten, een ondermaatse kwaliteit van hun cacao en een uitgedunde boerenpopulatie. Samen met TDC zette de organisatie daarom een project op om de kwaliteit van de cacao te verbeteren en de productie te standaardiseren. De boeren worden niet alleen opgeleid in de processen van fermentatie, het drogen en bewaren van de cacaobonen, maar de verschillende stappen worden nu ook gecentraliseerd. Een grote verandering aangezien dit tot dan onbestaande was in de regio! Er werden drie pilootprojecten opgestart: over de drie heen behaalde 70% van de cacao intussen kwaliteitsgraad 1\*. COOPARA beantwoordt hiermee aan de vereisten van Nestlé om te kunnen genieten van hun duurzaamheidsprogramma Cocoa plan. Ook dichterbij huis is er interesse. De Belgische chocolademaker Belvas, dat eerlijke en biologische chocolade produceert, bevoorraadde zich tot hertoe niet in Ivoorkust maar de geleverde inspanningen van COOPARA kunnen hierin verandering brengen.

\* Cacao wordt geklasseerd in drie commerciële types. Cacao van graad 1 en 2 worden geëxporteerd onder de naam « Good fermented: GF ». Het klasseren per graad is gebaseerd op het percentage slechte bonen – Bron: Conseil Café-Cacao de Côte d'Ivoire.



**“De infrastructuur die door TDC werd opgezet bij COOPARA is geschikt om cacao van kwaliteit te produceren. De manier waarop de bonen worden behandeld kan een partnerschap op lange termijn opleveren en – waarom niet – ook leiden tot het verwerken van de bonen ter plaatse.”**

*Thierry Noesen, directeur Belvas*





## Kwaliteitscacao uit Peru, Ecuador en Bolivia

In Peru telen kleine boeren op traditionele wijze de 'criollo porcelana', een cacaovariëteit die wereldwijd door bekende chocolademakers werd opgepikt dankzij zijn fijne en delicate smaak. Deze cacao blanco wist zelfs al meerdere kwaliteitsprijzen in de wacht te slepen.

**Cepicafé** is een van de boerenorganisaties die deze variant kweekt en hierbij op steun kan rekenen van TDC. In eerste instantie werd ingezet op kwaliteitsverbetering en op het behalen van een bio- en fairtradecertificering om zo in het hoogwaardige marktsegment te kunnen meespelen. In 2014 breid TDC nog een vervolg aan dit project door 850 nieuwe families te betrekken, waarvan 200 uit een armere regio met een zeer zwakke infrastructuur. De focus lag op het versterken van de producentenorganisatie op vlak van bedrijfsbeheer, industrialisering en markttoegang. Een aanpak die zijn vruchten afwierp, want tussen 2013 en 2015 produceerden de boeren 1105 ton cacao (tov 815 bij het begin van het project) waarvan 70% biogecertificeerd. De boeren verkochten 39% meer wat hen ook 40% meer inkomen opleverde. Cepicafé wist zijn commerciële relaties te versterken met 5 belangrijke importeurs in Europa en de VS die volop voor kwaliteitscacao kiezen en hiervoor een extra premie betalen. De organisatie werkt intussen aan een eigen chocoladefabriek die de bonen verwerkt tot chocolade om zo nog meer toegevoegde waarde te kunnen behouden voor zijn leden. In 2015 ging Cepicafé hiervoor een joint venture aan met Dutch Chocolatemakers.



39%



40%

In het Boliviaanse deel van het Amazonebekken wordt wilde cacao geplukt, eveneens door chocolademakers genoemd omwille van zijn uitmuntende smaak.

167 boscacaoplukkers verenigden er zich onder de naam **Arcasy** om samen de strijd aan te gaan tegen ontbossing en tegelijkertijd betere verkoopkanalen te vinden voor hun wilde cacao. In 2015 steunde TDC de uitbouw van 11 verzamelpunten. De boeren brengen er hun wilde cacao naartoe en krijgen er vorming rond het drogen, fermenteren en registreren van de cacao om de kwaliteit nog te verbeteren en de traceerbaarheid te vergroten. Dit alles om beter te kunnen inspelen op de veeleisende nichemarkten in het Noorden. Arcasy is zo ook beter voorbereid om te voldoen aan de vereiste criteria voor een bio- of fairtradecertificering, mochten klanten ernaar vragen. Tussen 2014 en 2017 zag Arcasy zijn verkoopcijfer stijgen met 76%. Voor de 167 boeren betekende dit 15% meer inkomen. [Lees ook de projectfiche](#)



76%



15%

## Belgica contigo

Verschillende Peruviaanse chocoladebedrijven die steun ontvingen van TDC namen deel aan het Chocolesalon in Lima, van 6 tot 9 juli 2017, op initiatief van de Belgische ambassade in Peru in het kader van de campagne *Bélgica Contigo*.

## Fairtradecacao uit Vietnam

In de Vietnamese Hooglanden zijn de omstandigheden heel geschikt om cacao te produceren. Desondanks is de kwaliteit van de cacao er vaak ondermaats: de boeren zijn slecht of niet georganiseerd en hun kennis over het verbouwen en de verwerking van de cacaobonen is vaak beperkt. TDC werkte daarom samen met onder andere **NAPP** (de Fairtrade koepelorganisatie Asia-Pacific) aan het project 'Sustainable development of cocoa producers starting from cooperative model'. Om ervoor te zorgen dat de boeren zich beter konden organiseren, werd één nieuwe coöperatie opgericht en twee bestaande versterkt. 387 boerenfamilies kregen een opleiding in de principes van fair trade. Vandaag produceren deze coöperaties samen 500 ton droge gefermenteerde fairtradecacaobonen. De certificering opende de weg naar meer en betere marktopportunities. Vandaag zijn de door TDC ondersteunde coöperaties in contact met de Belgische onderneming Puratos.

> [Bekijk de Vietnamese reportage over dit project](#)

## TDC-publicaties over cacao

### Artikels

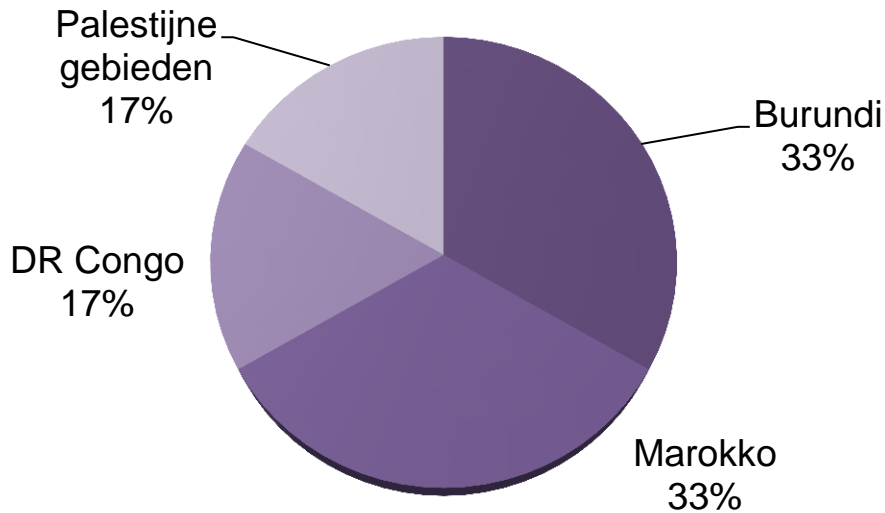
- Hoe duurzaam is duurzame cacao vandaag?
- [TDC steunt kwaliteitscacao in Peru](#)
- [Gezocht: een wereldwijde standaard voor duurzame cacao](#)
- [Meer ethiek in de cacaoketen tegen 2020?](#)

### Interviews

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



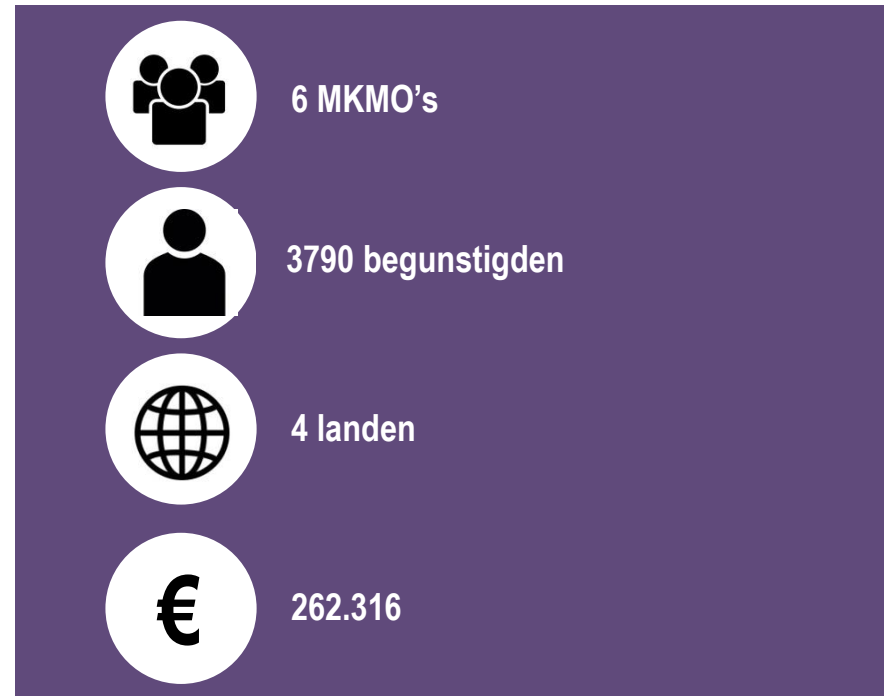
# Olie, aromatische en medicinale planten (AMP): de cijfers



*De percentages verwijzen naar het aantal producentenorganisaties en MKMO's die worden ondersteund*

## Welke organisaties kregen steun?

- **Burundi:** IDEP, Rugofarm
- **DR Congo:** Avituri
- **Marokko:** Tighamine, Akkaine
- **Palestijnse gebieden:** Fair Trade Development Center (FTDC)



## TDC-publicaties over AMP en olie

TDC bestelde **een marktstudie** om het potentieel voor wilde en aromatische planten afkomstig uit de partnerlanden van de Belgische ontwikkelingssamenwerking op de Europese markt in kaart te brengen.



# TDC in de sector van olie, aromatische en medicinale planten

## Arganolie uit Marokko

**Tighanimine** is een vrouwencoöperatie in het zuiden van Marokko die eerlijke arganolie produceert. Deze olie is een felbegeerd ingrediënt in cosmeticaproducten en in de keuken. Arganolie wordt geperst uit de noten van de arganboom die een buffer vormt tegen de oprukkende verwoestijning in de regio. TDC steunde Tighanimine reeds in 2011 waardoor de coöperatie de eerste arganolieproducent wereldwijd werd die de Fairtradecertificering behaalde. In 2014 kon Tighanimine nogmaals rekenen op de steun van TDC voor het verbeteren van hun managementcapaciteiten, het ontwikkelen van systemen voor kwaliteitscontrole en het aanmaken van communicatiemateriaal om zich beter te kunnen presenteren op de Marokkaanse en Europese markt. Tussen 2013 en 2015 breidde Tighanimine zijn klantenportefeuille uit met 14 nieuwe klanten. De producentes zagen hun inkomen meer dan verviervoudigd! De meerderheid van de vrouwen leerden ondertussen ook lezen en schrijven. Dit alles maakt dat ze een steeds belangrijkere maatschappelijke rol opnemen.

- In de Morgen werd tijdens de Week van de Fair Trade 2015 een TDC-fotoreportage gepubliceerd over Tighanimine. [Bekijk hier de volledige fotoreportage.](#)
- De vrouwen van Tighanimine vielen in de prijzen: in 2016 kregen zij de Prix des Femmes Marjolaine, een Franse prijs voor de internationale solidariteit.



200%



476%

« De vrouwen van Tighanimine hebben ruimschoots de impact van fair trade op de versterking van de financiële onafhankelijkheid en autonomie aangetoond. »

*Jury Prix des Femmes Marjolaine*





## Aromatische oliën uit DR Congo

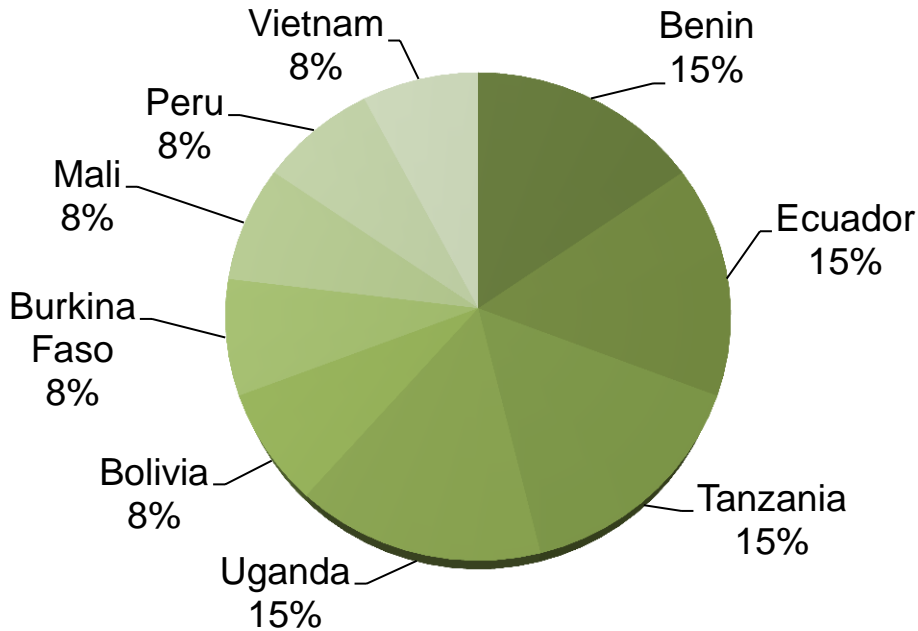
Het noordoosten van DR Congo huist één van de grootste producenten van etherische oliën: **Avituri**. Deze eerlijke en biologische kwekerij en distilleerderij van geraniumextract werd opgericht door Charles Ndabazaki in 2009 na zijn terugkeer uit Oeganda. Vijf jaar eerder was hij de grens over gevlucht omwille van de burgeroorlog en kwam hij als arbeider terecht op een kwekerij van aromatische planten. Vandaag biedt Avituri zelf werk aan terugkerende vluchtelingen, waaronder veel alleenstaande moeders. 80% van de werknemers op de plantages zijn vrouwen. Avituri kreeg financiële steun van TDC in 2014 om de geraniumolieproductie te verdubbelen en zijn aanbod uit te breiden naar andere planten, zoals tijm en *Tagetes* (Afrikaantje).

In 2015 was de eerlijke en biologische productie van Avituri al met 42% gestegen. Hun essentiële oliën van geraniums, tijm en citroengeurende eucalyptus zijn ondertussen te vinden bij een twintigtal Europese klanten, waaronder twee in België. De Fair for Life-premie van 12.5 dollar per kg was in 2015 goed voor 15.000 dollar. Een derde ervan gaat rechtstreeks naar de arbeid(st)ers, een derde is nodig om aan de voorwaarden van de certificering te blijven voldoen en nog een derde gaat naar socio-economische projecten ten voordele van de hele gemeenschap.

[Lees het artikel](#)



# Groenten en fruit: de cijfers



*De percentages verwijzen naar het aantal producentenorganisaties en MKMO's die worden ondersteund*



## Welke organisaties kregen steun?

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



# TDC in de sector van groenten en fruit

## Mango's uit Mali

Mali is een van de grootste producenten van mango's. **USCPY** (Union des Sociétés Coopératives de Producteurs de mangues de Yanfolila) is een organisatie die 19 mangocoöperaties verenigt om hen te helpen bij het verbeteren van hun bio- en fairtradeproductie en met de commercialisering ervan. Want net daar wrong het schoentje: in 2015 moest USPCY 20.000 ton mango's (van de 30.000 ton) weggooien omdat ze niet verkocht geraakten! Met maar drie vaste klanten in hun portefeuille was commercialisering een absoluut werkpunt. Gedurende de marketing coaching sessies van TDC leerde de organisatie de productiegegevens beter bijhouden en interpreteren. Enquêtes hielpen hen in kaart te brengen welke mangovariëteiten het populairst waren waardoor ze hun productie hieraan konden aanpassen. Een marketingstrategie en bijhorend communicatiemateriaal maakte het mogelijk zich beter te presenteren en op zoek te gaan naar nieuwe klanten. Met bijna instant succes: tussen 2015 en 2017 verviervoudigde USCPY zijn verkoopcijfer en schroefde het zijn aandeel onverkochte mango's terug met bijna 60%. De producenten zagen hun inkomen stijgen met 635%.



“De coaching heeft ons het vertrouwen gegeven om zelf op zoek te gaan naar klanten.”

*Lid van USCPY*



431 %



635 %





## Physalis of incabes uit Peru

De feloranje bes met de papieren kelk, die physalis of incabes heet, ziet er niet alleen mooi uit maar zit ook nog eens vol antioxidanten en vitamines. De vrucht wordt vooral lokaal geconsumeerd, maar heeft ook in het Westen de interesse gewekt. In de hooglanden van Peru wordt een variant gekweekt met een uitzonderlijke zoetzure smaak. De boeren kampten er echter met een enorm gebrek aan technische kennis wat ten koste ging van de productiviteit en kwaliteit. Bovendien is de regio zo afgelegen dat toegang tot de markt niet evident was. Het bedrijf **AgroAndino** en TDC startten daarom eind 2013 een project op dat voorzag in 30 hectare nieuwe aanplanting, in kwalitatief zaaigoed, in technische assistentie van 180 boeren door agronomen en in systemen voor kwaliteitscontrole. Zo kon een bio-certificatie verzekerd worden. Hoewel AgroAndino in eerste instantie alleen gedroogde bessen produceerde, wordt nu ook ingezet op verse bessen. De drooglijn, waar vooral vrouwen werken, is lokaal opgezet zodat de toegevoegde waarde in de lokale gemeenschap blijft. Voor de lokale markt zette het bedrijf in op afgeleide producten zoals sauzen en confituren die bijkomende arbeidsplaatsen moeten genereren. En dit bleef niet zonder gevolgen: de productie steeg tussen 2013 en 2015 met 100%. 180 families zagen hun inkomen in diezelfde periode stijgen met 350%.

- [Lees het artikel](#)

## Biogember en bonen uit Tanzania

**KIWATA** in Tanzania verenigt 500 boeren die gember en bonen kweken om hen te begeleiden richting biologische teelt. Met de steun van de TDC konden 258 leden opgeleid worden in de praktijken van biolandbouw. Het TDC-project voorzag eveneens de oprichting van drie verzamelcentra. De boeren van KIWATA konden hun gember en bonen na twee jaar verkopen aan een prijs die 62% hoger lag dan voordien. Het verkoopprijs steeg tussen 2013 en 2015 zelfs met 300%. Dit alles resulteerde in een stijging van hun inkomen met 10%.



300 %



10 %



350 %





2 MKMO's



1169 begunstigden



Vietnam



83.304

## TDC in de theesector

### Inheemse biothee uit Vietnam

In de hooglanden van Vietnam leven een heel aantal inheemse groepen in armoede. Van 2011 tot 2015 financierde TDC reeds verschillende projecten van **Ecolink** (Vietnam Ecological Linkage Company), een bedrijf dat theeboeren groepeerd rond bioteelt, om hen te helpen een bio- en fairtradecertificering te behalen en zo hun kansen op de interne en externe markt te vergroten. De financiële middelen van TDC werden gebruikt voor de productie van bio-bemesting, studiereizen, communicatie en training. Concreet werden 57 boerengemeenschappen technisch opgeleid in biolandbouw. In 2015 besliste TDC om een tweede onderneming te financieren, BHT (**Bac Ha Tea** Development Company Limited), die eveneens 419 boeren samenbrengt en begeleidt richting biologische teelt. Een externe evaluator die theeboeren bevroeg uit de regio Ban Lien bevestigde dat hun inkomen vermeerderd was met 86,5% tussen 2013 en 2015. De boeren uit de regio Tam Duong spraken zelfs over een toename van 140,5%. Het succes van dit project blijkt eveneens uit het feit dat lokale overheden intussen gelijkaardige projecten zijn gestart in andere regio's.



86.5 % en 140 %

“Wat ik het meest apprecieer bij de implementatie van deze projecten is het vertrouwen dat TDC in deze organisatie heeft. Onze ideeën worden gerespecteerd en we zitten ten allen tijden zelf achter het stuur. We blijven dan ook zelf verantwoordelijk voor het behalen van goede resultaten.”

# TDC in de sector van de noten



2 MKMO's



634 begunstigden



Rwanda en Vietnam



145.242

## Macademia noten uit Rwanda

Rwanda heeft een ideaal klimaat voor de teelt van macademia noten van een hoge kwaliteit. Maar gezien die vooral in handen was van kleine producenten met een beperkte technische kennis werd dit potentieel onvoldoende benut. **Ten Senses Africa (TSA)** is een Rwandees fairtradebedrijf dat hierin verandering wilde brengen door de volledige productie zowel bio als fair trade te certificeren. Het bedrijf zag hierin immers een sterk commerciële opportuniteit om de nichemarkt in de VS en Europa te veroveren. In 2015 sloegen TSA en TDC de handen in mekaar. Het bedrijf stelde vooral zijn technische kennis ter beschikking door agronomen in te schakelen en producenten op te leiden. TSA voorzag ook in kwalitatief zaaigoed dat kon worden getest en vermenigvuldigd in verschillende kwekerijen en richtte een eigen verwerkingseenheid op. TDC ondersteunde de leden bij het behalen van de certificeringen en TSA op vlak van marketing. 838 boeren sloten zich aan bij TSA. Het doel was om 500 onder hen te begeleiden richting biocertificering, het werden er 569. Zij zagen hun rendement stijgen van 20 kg naar 30 tot 50 kg noten per boom. TSA is intussen in contact met drie grote afnemers van bionoten. Twee ervan plaatsten effectief een bestelling. Verwacht wordt dat de dubbele certificering de boeren een prijsstijging zou moeten bezorgen van 15 tot 30%.



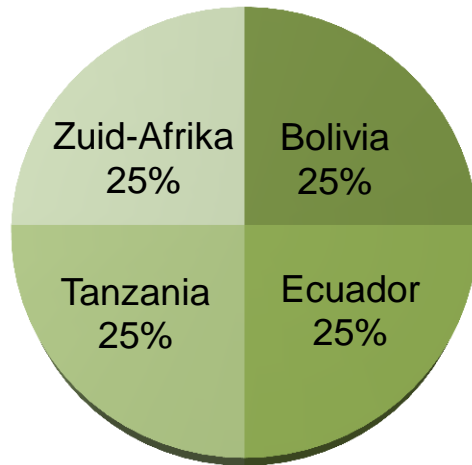
## Marktstudie

- How Fairtrade Vietnamese cashew nuts can conquer a solid position in the world market

**“Een project dat model kan staan voor de ontwikkeling van de privé-sector is de steun van TDC aan de social business Ten Senses Africa ... Het is een regionale, sociale onderneming die de leiding heeft genomen.”**

*Uit de evaluatie van de steun aan de privé-sector door de Belgische Ontwikkelingssamenwerking door ADE*

# Toerisme: de cijfers



*De percentages verwijzen naar het aantal producentenorganisaties en MKMO's die worden ondersteund*

## Welke organisaties kregen steun?

- **Bolivia:** Red Tusoco
- **Ecuador:** Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (Cordutch)
- **Tanzania:** Honeyguide Foundation
- **Zuid-Afrika:** Fair Trade Tourism



4 MKMO's



17.725 begunstigden



4 landen



574.187



# TDC in de sector van het duurzaam toerisme

TDC zet eveneens in op nieuwere sectoren waarbinnen duurzaamheid zijn intrede doet, zoals toerisme. Via vier projecten in evenveel landen werd de lokale bevolking ondersteund om toeristen op een duurzame manier te kunnen ontvangen, met respect voor hun leefomgeving, hun lokale cultuur en met als doel dat ze uit hun toeristische activiteiten een goed inkomen kunnen halen.

## Verantwoord toerisme in Tanzania

In het Noorden van Tanzania wonen de Masai in de Enduimet Wildlife Management Area, een uitgestrekt gebied dat de habitat vormt van heel wat diersoorten, waaronder olifanten. Een Wildlife Management Area is een gebied waarin de lokale bevolking instaat voor het behoud van de natuur terwijl ze er tegelijkertijd de voordelen uit halen. Met steun van TDC en van de ngo **Honeyguide Foundation** ontwikkelde de lokale gemeenschap er duurzaam toerisme. Er werden 7 kampeersites opgericht die door de Masai zelf worden beheerd. De locals bouwden toeristische activiteiten uit zoals mountainbiketochten, game drives; maar ook traditionele activiteiten. 400 inwoners worden rechtstreeks betrokken bij het toerisme: 60 % zijn Masaivrouwen die toeristische producten en eten verkopen, de kampen van water te voorzien of ezels ter beschikking te stellen voor wandelingen. De mannen worden ingezet als veiligheidsagent en als lokale gids. Het omzetcijfer steeg tussen 2014 en 2017 met 63%. 10% van de inkomsten van de WMA gaat naar een onderwijsfonds dat dient voor de opleiding van jonge Masai-meisjes, 50% gaat naar sociale voorzieningen voor de gemeenschap en 15% naar wildlifebescherming.

- TDC maakte eind 2016 een korte film over het duurzaam toeristische aanbod in Enduimet WMA. [Bekijk de film hier.](#)



63 %





## Eerlijk gecertificeerd toerisme in zuidelijk Afrika

Rond 2000 had de ngo **Fair Trade Tourism** (FTT) in Zuid-Afrika het ambitieuze plan om een eerlijk certificeringssysteem uit te werken voor toerisme, gebaseerd op normen als een eerlijk loon, waardige werkomstandigheden, een correcte verdeling van de inkomsten en eerbied voor de culturele eigenheid en het milieu. Ondertussen telt het land 90 gecertificeerde 'producten': hotels, lodges, maar evengoed avontuurlijke activiteiten. Met de steun van TDC kijkt FTT sinds 2013 ook over de grenzen heen, door het aanbod eerlijke toeristische producten uit te breiden naar heel zuidelijk Afrika. Sinds 2016 heeft FTT overeenkomsten van wederzijdse erkenning ondertekend met vijf certificeringsprogramma's in Afrika wat het aantal gecertificeerde bedrijven deed toenemen: 8 in Madagascar, 7 in Mozambique, 19 in Namibia, 8 in de Seychellen, 23 in Botswana en 8 in Tanzania.

Er werd ook ingezet om reisoperatoren te overtuigen eerlijke reizen aan te bieden. Uit een haalbaarheidsstudie die mede door TDC werd gefinancierd bleek dat het te complex was om operatoren te certificeren. Er werd een systeem uitgewerkt waarbij ze de titel 'FTT-approved' kunnen behalen als ze een gedragscode ondertekenen en fairtradevakanties aanbieden (waarbij minstens de helft van de aangeboden producten FTT-gecertificeerd is). In 2017 bracht TDC de organisatie in contact met de Belgische touroperator [Zuid-Afrika Reizen](#) waardoor die nu als eerste Belgische touroperator FTT-gecertificeerde producten in zijn aanbod heeft opgenomen.

## TDC-publicaties over toerisme

### Studies

- Marktstudie [Sustainable tourism in Ecuador and Peru](#)

### Artikels

- [Eerlijk en communautair toerisme met steun van TDC](#)
- [Pionier in communautair toerisme: Ecuador](#)

### Interviews

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



# Artisanaat: de cijfers



2 MKMO's



484 begunstigen



172.520



Peru, Uganda



## Welke organisaties kregen steun?

- **Peru:** Royal Knit
- **Oeganda:** Easy Afric Design Ltd (EAD)



# TDC in de artisanale sector

## Traditioneel handwerk uit Peruviaanse alpacawol

De regio's Puno en Cuzco in Peru zijn gekend omwille van hun eeuwenoude traditie van weven en breien van alpacawol die teruggaat tot de Incacultuur. Traditioneel was dat mannenwerk, maar aangezien de mannen steeds vaker de mijn intrekken, hebben vrouwen deze traditie overgenomen. **Royal Knit**, een Peruviaans familiebedrijf dat lid is van WFTO, wil indigenas uit de regio opleiden en economische kansen bieden. In 2012 financierde TDC een reeks opleidingen in traditionele weeftechnieken. In 2014 kwam er een vervolgtraject om de opgeleide arbeidsters de kans te geven mee te werken aan Royal Knit's collectie *ética de lujo* (ethische luxe) die op twee internationale beurzen werd voorgesteld. Royal Knit kon 200 vrouwen tewerkstellen. Het bedrijf zag zijn verkoopcijfer met 25% stijgen, wat resulteerde in een toename van het inkomen met 17.5%. Positief is ook dat de vrouwen mondiger geworden zijn en zich verenigen om het werk beter te organiseren, waardoor ze hun werk en het huishouden beter kunnen combineren.



## Hippe Oegandese modeartikelen uit Barkcloth

Het Oegandese **Easy Afric Designs Ltd.** (EAD) ontwerpt modeartikelen en geschenken uit Barkcloth, materiaal gemaakt uit een specifiek type boomschors. Barkcloth kampte met een oubollig imago maar dankzij het marketing coachingprogramma van TDC kwam EAD op de proppen met nieuwe productlijnen: hedendaagse tassen, geschenken en inpakpapier voor de interne markt, designtassen en – accessoires voor de externe markt. Aan de zichtbaarheid en communicatie werd eveneens gewerkt: onder het mom 'simply authentic' en 'simply ethnic' zet EAD nu de eigenheid, authenticiteit en duurzaamheid van hun product meer in de verf. Met zijn nieuwe aanpak wist EAD de Australische markt aan te boren.

« Het was geweldig om de key performance indicators te ontwikkelen. De marketingessies waren heel participatief. We waren allemaal erg betrokken. »

*Sarah Nakisanze, Director Operations Easy Afric Design, Uganda*



25 %



17.5 %



# Goud: de cijfers



*De percentages verwijzen naar het aantal producentenorganisaties en MKMO's die worden ondersteund*



3 MKMO's



670 begunstigden



Peru en Oeganda



141.701

## Welke organisaties kregen steun?

- **Peru:** Red Social en Fidami
- **Oeganda:** Environmental Women in Action for Development (EWAD)

# TDC in de goudsector

Een gouden ring is goed voor 20 ton chemisch afval. Het merendeel van de goudindustrie is in handen van grote mijnbedrijven die concessies uitbaten en daarbij weinig aandacht hebben voor het milieu en de leefomgeving. Maar daarnaast is er een tweede realiteit: wereldwijd zijn er 15 miljoen artisanale mijnwerkers die vaak illegaal werken en lijf en leden riskeren op zoek naar goud. Om hen te helpen op een legale, gezondere en betere manier te werken, stapte TDC al van bij het begin mee in het verhaal van eerlijk goud.

## Op zoek naar klanten voor Fairtradegoud uit Oeganda

In 2016 slaagde **SAMA** er als eerste mijn op Afrikaanse bodem in om de Fairtradecertificering te behalen voor zijn goud. Een mooi begin, maar nog belangrijker was om de juiste kopers te vinden. Tot dan werd hun goud immers opgekocht door één persoon in Kampala die vrij spel had om zelf zijn prijs te bepalen. Eind 2016 steunde TDC SAMA om tot een beter beheer te komen binnen de mijnwerkersorganisatie via vormingen rond financiën en management. Het project voorzag ook de implementatie van duurzamere productietechnieken zoals 'the gold katcha', een nieuwe machine die het gebruik van kwik overbodig maakt. Een derde luik zette in op een betere toegang tot de internationale fairtrademarkt voor SAMA. Via opleidingen, het uitwerken van een marketingstrategie en de aankoop van het geschikte materiaal kunnen de leden van SAMA nu aan digitale marketing doen. Met succes: amper een jaar na het behalen van de certificering verkocht SAMA zijn eerste kilo eerlijk goud aan Cred Jewellery in het Verenigd Koninkrijk. Tussen 2016 en 2017 is de goudproductie van de 400 leden bovendien meer dan verdrievoudigd.

- [Lees meer over dit project](#)





© Aurelsa

**“Ik kreeg duidelijk meer vragen nadat ik op het Fair Fashion Fest in Gent de kans had om de zaak van Fairtradegoud voor een ruimer publiek te bepleiten. Net zoals ik vorig jaar klanten over de vloer kreeg die uitdrukkelijk verwezen naar de Koppenuitzending. Ik ben ervan overtuigd dat Fairtradegoud een mooie toekomst heeft als we de bekendheid kunnen vergroten.”**

*Nele Braet, Belgische juwelier die met eerlijk goud werkt*

## Eerlijk goud bekend bij de Belgen

In 2007 financierde TDC een haalbaarheidsstudie die mee aan de basis lag voor een certificeringssysteem voor eerlijk goud. Een tweede TDC-project leidde tot de allereerste gecertificeerde goudmijn ter wereld, Cotapata in Bolivia.

Leg je oor te luisteren bij Belgische organisaties die rond mijnbouw werken of juweliers die met eerlijk goud aan de slag gaan en je hoort steeds hetzelfde: er is nood aan een grotere bekendheid in België, zowel bij het grote publiek als bij importeurs en juweliers. Alleen zo kunnen de mijnwerkers hun goud onder fairtradevoorwaarden verkopen en ook effectief betere levens- en werkomstandigheden creëren.

Daarom maakte TDC in 2015 [een reportage voor Kanaal Z/ Canal Z](#): we bezochten de mijnwerkers van Aurelsa, die in het verleden door TDC gesteund werden, en volgden de weg van het eerlijke goud naar Europa. Geïntregeerd door het thema maakten Koppem (VRT) en Télévision du monde (RTBF) elk een eigen reportage met onze beelden en interviews.

Tijdens de Week van de Fair Trade communiceerde TDC meermaals over eerlijk goud in de tijdschriften Knack en Le Vif en financierden we projecten die eerlijk goud in the picture plaatsten.

## TDC-publicaties

- Artikel: [De moeizame zoektocht naar eerlijk goud](#)
- Publiereportage Knack en Le Vif [2017](#)
- Marktstudie: sustainable tourism in Peru and Ecuador: betere toegang tot de Europese markt



# TDC in de houtsector



1 MKMO



2737 begunstigen



Peru



61.316

## Duurzaam hout uit Peru

In het Amazonewoud van Peru woont de Shipibo Conibogemeenschap die hoofdzakelijk leeft van de houtkap. In deze regio en bij uitbreiding in het hele land is illegale houtkap een groot probleem. Met de steun van de Peruviaanse ngo **Aider** behaalde deze gemeenschap in 2005 de FSC-certificering voor duurzaam hout. Hun hoop was er economisch beter van te worden, maar helaas gebeurde dit niet. TDC ondersteunde daarop samen met BOS+ een eerste project om de productiviteit en kwaliteit te verbeteren. Zo werd een opslagcentrum gebouwd waardoor het hout beter kon worden bewaard, gedroogd en gezaagd.

Dit resulteerde in meer werkgelegenheid, maar toch bleef het schoentje knellen op commercieel vlak. Enerzijds bleken Peruviaanse kopers (nog) niet bereid om meer te betalen voor duurzaam hout, anderzijds speelden hun houtproducten onvoldoende in op de noden van de exportmarkt. TDC financierde daarom een vervolgtraject in 2014 waarin op zoek werd gegaan naar potentiële klanten, zowel nationaal als internationaal. 29 maart 2016 was een historische dag voor de Shipibo-Conibogemeenschap dankzij het vertrek van hun eerste container gecertificeerd goud richting VS. In 2015 verkochten ze 1532 kubieke meter gecertificeerd hout tegenover 570 in 2014, wat een toename van 169% betekent. De producenten zagen hun inkomen stijgen met 130%.



# Marktstudies

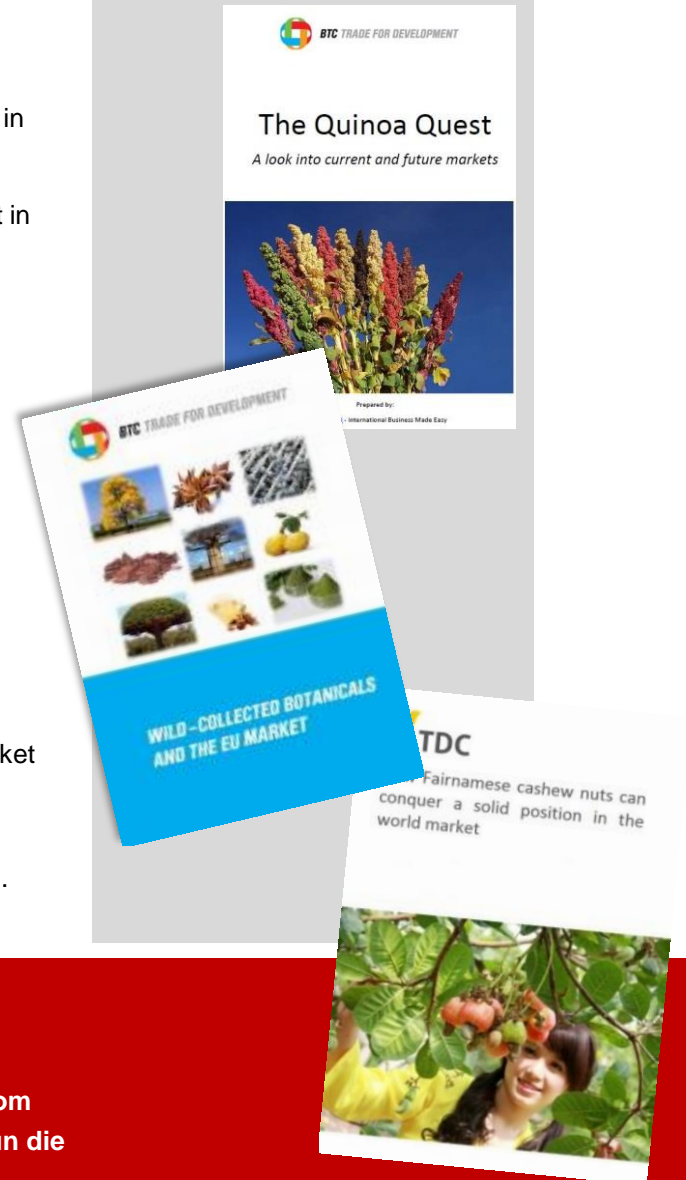
Het Trade for Development Centre ondersteunt producenten niet alleen financieel of op vlak van coaching, maar we brengen ook de marktopportunities van bepaalde ketens in kaart waardoor producentengroepen en MKMO's hier beter op kunnen inspelen.

Dit doen we door marktstudies te bestellen. In de periode tussen 2014 en 2017 ging het in totaal over **12 marktstudies**.

Op de voorgaande pagina's werden er per interventieketen al een aantal vernoemd. Daarnaast werden volgende studies uitgevoerd:

- Consumer insights to support Fairtrade actors in optimizing marketing operations in Kenya
- Aantrekkelijkheid van non food eerlijke producten in België
- Aanwezigheid duurzame producten in Belgische supermarkten
- Organic agriculture in Tanzania
- Costumers' awareness, opinion and understanding of ethical labels in South Africa
- Potential of Coffee, Cocoa, Sugar and Bananas for small SPP producers on EU market
- Global market opportunities for quinoa, tara gum and tara powder - Peru

Alle marktstudies zijn terug te vinden op [www.befair.be](http://www.befair.be) > publicaties > marktstudies.



**Marktinformatie is van vitaal belang voor elk commercieel project.**

**Heel wat ondernemingen hebben onvoldoende middelen en/of ervaring om marktstudies te laten uitvoeren. TDC is er daarom van overtuigd dat de steun die we hierin verlenen van fundamenteel belang is.**

## 2 TDC sensibiliseert rond eerlijke en duurzame handel

TDC werkt eveneens op consumentenzijde. Met bewustmakingscampagnes willen we Belgen aanmoedigen om voor fair trade en duurzame handel te kiezen. We willen hen wijzen op hun macht als consument om met hun keuze in de winkel een verschil kunnen maken.

### Week van de Fair Trade

TDC's meest bekende campagne is de Week van de Fair Trade. Tien dagen lang – telkens begin oktober - wordt fair trade in the picture geplaatst in heel België. De teller staat ondertussen al op zeventien edities. De Week van de Fair Trade heeft drie doelstellingen.



**Een moment creëren waarop alle fairtradespelers samen communiceren**

TDC is initiatiefnemer van de campagne maar werkt samen met de belangrijkste Belgische fairtradespelers. TDC biedt een platform aan waarbinnen elke speler zijn eigen accenten kan leggen, maar waardoor er eveneens met een sterke gezamenlijke boodschap naar buiten kan worden getreden. Tussen 2014 en 2017 bouwde TDC die ondersteunende rol nog verder uit door de website waarop iedereen zijn fairtradeactiviteit(en) kan aankondigen uit te breiden, door promomateriaal met het campagnelogo ter beschikking te stellen en door de uitdaging 'Maak van België het Land van de Fair Trade' te lanceren (zie verder)



**Visibiliteit creëren voor fair trade in de media**

Met radiospots, een publireportage in Knack en Le Vif , persreizen (een rond duurzaam toerisme naar onze partner EcoBenin in 2014 en een rond eerlijke arganolie in 2016 naar onze partner Tighanimine) en perslanceringen tracht TDC zoveel mogelijk aandacht te genereren voor fair trade tijdens de campagne. We stellen ook nieuwe info en cijfermateriaal te beschikking over de evoluties in de sector waarbij we telkens aandacht hebben voor nieuwigheden of evoluties binnen de sector, zoals goud, textiel en toerisme.



**Het maatschappelijk middenveld stimuleren om fair trade in de kijker te zetten**

TDC lanceert jaarlijks een projectwedstrijd om vzw's, gemeenten, jeugdverenigingen, scholen... uit te nodigen om een originele fairtradeactiviteit uit te denken die tijdens de Week van de Fair Trade wordt georganiseerd.



# Maak van België het Land van de Fair Trade

In 2016 lanceerde TDC de uitdaging om van België het 'Land van de Fair Trade' te maken. Deze vernieuwingsoperatie van de Week van de Fair Trade vloeide voort uit de nood om duidelijke doelstellingen te definiëren waarachter alle spelers uit de sector zich kunnen scharen en die iedereen rond eenzelfde initiatief verenigen.

Het idee is eenvoudig: als we met z'n allen, individueel maar ook verenigingen, beleidsmakers, horeca, scholen kiezen voor fair trade kunnen wij hier in België echt een verschil maken voor de producenten in het Zuiden. Land van de Fair Trade worden moet je verdienen. Daarom definieerde TDC zeven doelstellingen die we willen realiseren tegen 2020. Elk jaar maken we de balans op.

## Tegen 2020

95%

**heeft 95% van de Belgen al over fair trade gehoord**

Uit een opiniepeiling in 2016 bleek dat we momenteel al aan 92% zitten. Toch kan bijna 1 op 3 spontaan geen enkel fairtradeproduct noemen.

€ 15

**koopt elke Belg jaarlijks gemiddeld voor 15 euro aan fairtradeproducten**

In 2017 spendeerde een Belg gemiddeld voor 13,57 euro aan eerlijke producten.

5

**bieden alle grote Belgische supermarkten fair trade aan**

Dit criterium mogen we al afvinken! De vijf grootste supermarkketens Delhaize, Carrefour, Colruyt, Lidl en Aldi hebben ondertussen al fairtradeproducten in de rekken.

51%

**is 51% van de Belgische gemeenten FairTradeGemeente**

Momenteel is 36% van de Belgische gemeenten een FairTradeGemeente

5

**zijn meer dan de helft van de Belgische provincies fairtradeprovincies**

Ook op provinciaal niveau wordt de titel uitgereikt. West-Vlaanderen, Oost-Vlaanderen, Antwerpen en Vlaams-Brabant dragen deze titel al met trots.

80%

**consumeert 80% van de parlementen/ministeries op federaal, regionaal en gemeenschapsniveau minstens 2 eerlijke producten**

We willen onze politici oproepen om aandacht te hebben voor fair trade in hun beleid. En hoe beter beginnen dan er zelf voor te kiezen op de werkvloer?

600

**wordt fair trade jaarlijks 600 keer in de pers vermeld**

In 2016 werd fair trade 718 keer vermeld in de Belgische pers

## Steun uit politieke hoek

Op 20 juli 2017 keurde het federale parlement een resolutie goed die de promotie van fair trade en de campagne 'Maak van België het Land van de Fair Trade' ondersteunt!



# De Week van de Fair Trade door de jaren heen



© Steven Colin

## Minister lanceert campagne

In 2016 gaf minister van Ontwikkelingssamenwerking De Croo het startschot voor Maak van België het Land van de Fair Trade aan de vooravond van de 16<sup>de</sup> editie van de Week van de Fair Trade. In een Delhaize-winkel werden journalisten uitgenodigd voor een proeverij van fairtradeproducten. Dit omdat het eerste criterium, dat alle grote Belgische supermarkten fair trade in de rekken hebben, reeds werd behaald. [Onder andere het jongerenjournaal Karrewiet was erbij.](#)

## Test: Hoe fair trade ben jij?

Tijdens de Week van de Fair Trade 2017 werkte TDC een test uit om de campagne meer te laten leven op sociale media. Deelnemers konden via de test hun fairtradeprofiel ontdekken.

De profielen werden gebaseerd op de resultaten van een opiniepeiling die voorafgaand werd uitgevoerd bij 1000 Belgen en die peilde naar kennis, attitude en gedrag rond fair trade: 10.694 personen deden mee aan de test!



## Eerlijk ontbijt in het parlement

De Week van de Fair Trade en de verschillende fairtrade-activiteiten in heel België wekten de interesse van de Belgische politiek. Sinds 2015 organiseert TDC daarom een jaarlijks fairtradeontbijt in het federaal parlement. Een ideale gelegenheid om bepaalde thema's op de politieke agenda te plaatsen en om fairtradeorganisaties actief in België in contact te brengen met de beleidsmakers.



© Steven Colin

## Van 2014 tot 2017: de cijfers

- 740 verschillende fairtradeactiviteiten georganiseerd door het maatschappelijk middenveld in heel België
- 142 daarvan gefinancierd door TDC
- 1922 persvermeldingen tijdens de campagne (telkens sep-okt)





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

## Van festival tot battle: iedereen fair trade!

Verschillende fairtradeactiviteiten die tijdens de Week van de Fair Trade werden georganiseerd en die steun ontvingen van TDC zijn intussen uitgegroeid tot vaste waarden. Zo is er M-Fair, een festival rond eerlijke en duurzame kleding van stad Mechelen, dat in 2017 al voor het derde jaar op rij duizenden bezoekers trok met een modeshow, een uitgebreide markt en workshops. In het Europees Parlement wordt dan weer jaarlijks een fairtradeontbijt georganiseerd waarop alle Europese parlementsleden en een delegatie van fairtradeorganisaties uit verschillende Europese lidstaten aanwezig zijn en informatie kunnen uitwisselen.

Anderzijds zien er jaarlijks heel wat originele projecten het levenslicht. Gent lanceerde vorig jaar twee stadswandelingen met eerlijke adresjes om te ontdekken in de binnenstad, Molenbeek daagde zijn schepenen uit in een fairtradekookbattle. Halle lanceerde een kookboek met exotische receptjes ge(s)maakt door de lokale inwoners en de plaatselijke voetbalclub in Herent organiseerde in 2015 een fairtradecup.

Een quiz, een debatavond, een baristaworkshop, eerlijk ontbijten, een wereldrecord chocoladeproeven... tijdens de Week van de Fair Trade vindt iedereen zijn gading. De volledige agenda is terug te vinden op [www.weekvandefairtrade.be](http://www.weekvandefairtrade.be).

© Steven Collin en TDC





# TDC informeert rond eerlijke en duurzame handel

TDC heeft als doel om consumenten, overheden, bedrijven, producenten(organisaties)... te informeren over wat leeft en beweegt op vlak van fair trade en duurzame handel. Dit doen we met eigen publicaties en/of reportages en door bestaande info te verzamelen en delen via [www.befair.be](http://www.befair.be), onze nieuwsbrieven en op sociale media. Een heel aantal van onze reportages en artikels kwam hierboven reeds aan bod doorheen de verschillende sectoren. Een overzicht.

Tussen 2014 en 2017 maakte TDC **drie videoreportages** (koffie uit Kivu, eerlijk goud en duurzaam toerisme in Tanzania) en **één fotoreportage** (eerlijke arganolie).

Daarnaast publiceerde TDC **28 artikels** over de evoluties binnen de sector van fair trade en duurzame handel. Bovenop de artikels die reeds werden genoemd behandelden we onder meer volgende thema's: inheemse gemeenschappen, Fairtradekoolstofkredieten, duurzame palmolie, eerlijke cosmetica, gender in de projecten van TDC, de Senegalese banaan, vanille....

TDC zette de afgelopen jaren eveneens kleinere en grotere Belgische spelers in de kijker die actief zijn in eerlijke of duurzame handel. Dit resulteerde in **52 interviews**. Een eerste reeks focuste op de kleinere spelers die 100% kozen voor fair trade. Enkele voorbeelden: Femimain, ACP, GingerLove... Daarna volgde een reeks initiatieven rond duurzaam toerisme (Altervoyage, Joker, Tamadi...) en grotere spelers die een fairtradeaanbod hebben in hun assortiment, zoals Delhaize, Colruyt, Java...

Nieuwe thema's of cijfermateriaal kunnen ook het onderwerp worden van **persberichten of persfiches**. Meestal gebeurt dit in het kader van de Week van de Fair Trade, maar het kan ook daarbuiten. Zo werden onder andere persberichten uitgestuurd over 'Belgen en verantwoord toerisme' (2014), 'Duurzame producten op de werkvloer' (2016) en 'Duurzame koffie uit Oost-Afrika in de Belgische retail' (2017). Allemaal gebaseerd op cijfers uit eigen studies of enquêtes.

TDC laat immers ook regelmatig **opiniepeilingen** uitvoeren. Tussen 2014 en 2017 waren dit er **vijf**. Tweejaarlijks peilen we naar de mening, houding en attitude van Belgen tegenover fair trade (2014, 2016 en een mini-enquête in 2017) om zo de evoluties in kaart te brengen en erop te kunnen inspelen in de campagne Week van de Fair Trade. Daarnaast onderzochten we onder meer de mate waarin wordt gekozen voor eerlijke en duurzame producten op de werkvloer (2015) en bij ministeries en overheden (2017).



Foto uit de fotoreportage over eerlijke arganolie uit Marokko © E. De Mildt

# 3 TDC in de gouvernementele programma's

TDC wil bijdragen aan de integratie van marketingondersteuning en de aspecten van duurzame handel in de programma's van de ontwikkelingssamenwerking. We willen graag meer specialisten in marketing en bedrijfsbeheer betrokken zien en de toegang vergemakkelijken tot professionele diensten en advies op vlak van marketing, marktonderzoek, communicatie, bedrijfsbeheer en duurzame handel. Tussen 2014 en 2017 was TDC meermaals actief in de gouvernementele programma's, in verschillende fases. Een overzicht.

## Tijdens de identificatie van de programma's

Het resultaat van marktstudies en/of studies van waardeketens moet volgens TDC de basis vormen bij de keuze van de sectoren en het zou de commerciële strategische positionering van een sector / regio rechtstreeks moeten beïnvloeden. Het uitvoeren van professionele studies vereist ervaren en gespecialiseerde profielen die TDC ter beschikking heeft. We kunnen eveneens nuttige input geven over de referentietermen, de inhoud van de studies en het profiel van de consultants.

## Tijdens de terreinbezoeken voorafgaand aan de formuleringsmissie

Door de begunstigen en privéspelers te ontmoeten waarop het programma zich richt kan TDC hun niveau inschatten op vlak van (commercieel) beheer evenals hun behoeften in marketingondersteuning. Dit heeft rechtstreeks invloed op de interventiestrategie van het programma en bereidt het werk van de formuleringsmissie voor.

TDC was betrokken in de voorbereidende fase van de formulering van 10 programma's: in Benin, Tanzania, Mali, Oeganda, Guinee, Burkina Faso, de Palestijnse Gebieden, Senegal en twee in Marokko.

## Tijdens de formulering van de programma's

Het voorafgaand onderzoek stelt TDC in staat om een aangepaste strategie en activiteiten voor te stellen die de marktkansen van kleine producenten en andere begunstigen in de sector maximaliseren. Bij het formuleren besteedt TDC extra aandacht aan de beschikbaarheid van voldoende personeel en financiële middelen voor de marketingondersteuning en zijn we waakzaam dat er voldoende rekening wordt gehouden met aspecten als duurzame handel, waardig werk en gender.

## Tijdens de implementatie van de programma's waarbij TDC betrokken was in de formulering

Op vraag kan TDC operationele technische ondersteuning bieden ter plaatse om aan specifieke noden te voldoen. Dit neemt vaak de vorm aan van participatieve workshops die een echte dynamiek creëren, het werk valoriseren van de begunstigen en het wederzijds vertrouwen versterken.

TDC was betrokken bij de formulering van 4 programma's, waarvan 2 in Marokko: over dadels en saffraan (zie verder) en 'Ondernemerschap van jongeren', 1 in Tanzania (Sakirp, zie verder) en 1 in Niger rond veehouderij. TDC werd ook 10 keer gevraagd voor technische ondersteuning ter plaatse: in Marokko (5), in Benin (1), Tanzania (2) en Rwanda (2).



# TDC op zoek naar nieuwe klanten in saffraan- en dadelprogramma

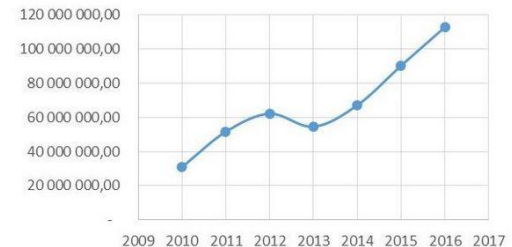
In Zuid-Marokko loopt een Enabel-programma (2013-2019) rond de saffraan- en de dadelketen. Het is het eerste waarbij TDC al betrokken was van bij de formulering omwille van zijn marketingexpertise. Op initiatief van TDC werden in 2013 de eerste marketeers in een gouvernementeel ontwikkelingsprogramma aangeworven. Marketingspecialiste Claire de Foucaud trok aan het begin van het programma naar Zuid-Marokko en legde samen met de lokale partner de fundamenten van een degelijke, strategische en commerciële positionering van de Marokkaanse saffraan en dadels. “Praat je met de boeren zelf”, aldus Claire de Foucaud “dan merk je dat zij heel goed beseffen wat het grootste probleem is: het gebrek aan formele afzetkanalen die een goede prijs opleveren voor hun product. Hierop hebben we als marketingteam de voorbije drie jaar gewerkt. Stap voor stap.”



## Mooie vooruitzichten

De eerste cijfers voor saffraan zien er alvast veelbelovend uit. Op drie jaar tijd verdriedubbelde de omzet.

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



Wat betreft de dadels zit het project nog in de prospectiefase, maar uit de eerste ronde kwam al concrete interesse van nieuwe klanten om 236.000 kilo dadels te kopen.

- Bekijk de Enabel-video '[In search of new clients](#)'



## Op weg naar duurzame landbouw in Tanzania

In de regio van Kigoma is landbouw de hoofdactiviteit: 70% van de locals werkt op het veld, voornamelijk de vrouwen. Maar de sector kent heel wat problemen zoals een lage productie en productiviteit, een gebrek aan landbouworganisaties, een beperkte markttoegang...

Enabel – toen nog BTC – startte er daarom in 2015 het programma SAKIRP (Sustainable Agriculture Kigoma Regional Project) dat de economische ontwikkeling en het welzijn van de kleine boeren in deze regio wil verbeteren door in te zetten op duurzame landbouw. Meer specifiek beoogt het programma meer voedselzekerheid en een hoger inkomen, vooral voor de jongeren en vrouwen, door in te zetten op specifieke waardeketens, een diversifiëring in de bronnen van inkomsten en het duurzaam gebruik van natuurlijke middelen.

In 2014 werkte TDC al mee aan de de marktstudie die voorafging aan de formulering van het programma en die de waardeketens moest definiëren waarop gewerkt zou worden. Twee jaar later waren we betrokken bij de rekrutering van het marketing- en commerciële team. Samen met hen werkten we in 2017 ter plaatse een concurrentiestrategie opgesteld voor cassave en bonen.



**Het is belangrijk dat TDC van bij het begin betrokken wordt bij gouvernementele programma's.**

**Uit het verleden is immers gebleken dat TDC-interventies waarbij we niet betrokken waren van bij de formulering weinig impact en resultaat toonden.**

## 4 TDC sensibiliseert Directie-Generaal Ontwikkelingssamenwerking (DGD)



### Marketing in de gouvernementele programma's

TDC organiseerde een workshop genaamd 'kapitalisatie marketingondersteuning in de gouvernementele samenwerking'. Voorafgaand aan het debat over hoe marketing meer kan geïmplementeerd worden in de gouvernementele programma's presenteerden we de lessons learned uit de marketingondersteuning in het dadel- en saffraanprogramma dat momenteel loopt in Marokko (zie resultaat 3). Daarnaast gaven we enkele aanbevelingen mee die voortkwamen uit een internationale workshop die TDC in 2015 organiseerde voor alle marketing- en communicatieprofielen binnen Enabel.

### Nota TDC over handels- en investeringsstrategie EU

Op 14 oktober 2015 publiceerde de Europese Commissie haar nieuwe voorstel voor een handels- en investeringsstrategie voor de Europese Unie. Op verzoek van DGD D 2.2, dat een vergadering met D5 moest voorbereiden, gaf TDC zijn input over de nota.

TDC identificeerde een aantal positieve punten - zoals 'de behoefte aan een meer verantwoord beheer van de toeleveringsketens' en 'de mogelijkheid om handelspartners te ondersteunen die moeilijkheden ondervinden bij het nakomen van de verbintenissen inzake arbeidsrechten en milieuwetgeving' - maar bracht evengoed een aantal verbeterpunten aan. Zo moet de strategie er volgens TDC 'op gericht zijn de machtsonevenwichtigheden te corrigeren in de wereldwijde toeleveringsketens'. Bovendien kaartten we aan dat geen melding wordt gemaakt van de manier waarop de EC het 'steeds verder liberaliseren van de diensten over de hele wereld ziet samengaan met de SDG's' noch over 'de rol van vrouwen in handel'. Een aantal van onze opmerkingen werden mee opgenomen in de nota van D5.



## 5 TDC deelt zijn ervaring en werkt samen

### EU Cities for Fair & Ethical Trade Award

Op 7 december 2017 lanceerde de Europese Commissie de **EU Cities for Fair & Ethical Trade Award 2018**. Voor de uitwerking ervan werd een multidisciplinair technisch comité samengesteld bestaande uit organisaties met uiteenlopende expertises op vlak van duurzaamheid, stadsnetwerken en platformen. TDC maakte er deel van uit.

### Werkgroep Practitioners' Network

TDC nam deel aan een werkgroep van Practitioners' Network dat verschillende ontwikkelings-agentschappen op Europees niveau samenbrengt. Het doel was hen ervaringen te laten uitwisselen over de manier waarop Europese ondernemingen worden betrokken bij de ontwikkelingssamenwerking.



### Presentatie FSC

In mei 2014 werkte TDC ook samen met WWF om de resultaten te presenteren van **een studie van CIFOR over de sociale impact van de FSC-certificering** in het Congo-bekken

### TRIC

**Trade Related Instruments Connected** is een netwerk, waar TDC ook deel van uitmaakt, van multilaterale organisaties die actief zijn in Aid for Trade met een focus op capacity building voor export. Jaarlijks komen de leden samen om info uit te wisselen en te bepalen waar (meer) samenwerking mogelijk is, bijvoorbeeld op vlak van coaching, landen en thema's waarop wordt gewerkt. In november 2016 organiseerde TDC een tweedaagse meeting voor de TRIC-leden.

### Colloquium alternatief toerisme

In 2014 werkte TDC samen met de Cel « Appui pour à la Solidarité Internationale Wallonne » (CASIW) van Wallonie – Bruxelles International (WBI) en het platform Altervoyages voor **een colloquium rond alternatief toerisme**. Het werd georganiseerd in Luik op het salon Vert Bleu Soleil en kreeg als titel «een middel voor lokale, duurzame ontwikkeling en de strijd tegen armoede, in het Noorden en in het Zuiden».

### Interparlementaire werkgroep

TDC neemt deel aan een interparlementaire werkgroep rond fair trade en zette reeds verschillende thema's op de agenda, zoals duurzame palmolie, eerlijke chocolade en ethiek in de textielketen. De resolutie rond de promotie van fair trade en van de campagne 'Maak van België het Land van de Fair Trade' werd in deze werkgroep voorbereid.



## Nationaal Vrijwillig Rapport SDG's

Op 18 juli stelde premier Michel het Nationaal Vrijwillig Rapport voor aan de VN. Dit is een document waarin Belgische initiatieven worden voorgesteld die bijdragen aan de SDG's. TDC staat erin vermeld met zijn marketingcoaching aan producentengroepen in het Zuiden (SDG 8: eerlijk werk en economische groei), met een aantal concrete projecten die we hebben ondersteund, vb. eerlijke arganolie uit Marokko (SDG 5: gendergelijkheid) en fairtradethee in Vietnam (SDG 1: geen armoede) en met 'België, Land van de Fair Trade te maken (SDG 12: verantwoorde consumptie en productie).



## Marketinglunch STIMA

In januari 2017 nam TDC deel aan een Social Marketing Lunch georganiseerd door de groep Marketing & Society van STIMA (stimulatiemarketing). TDC presenteerde er zijn traject in marketing-ondersteuning aan een groep van een 30- tot 40-tal professionele marketeers in België.

## Denktank FairTradeGemeenten

In maart 2017 nam TDC deel aan een denkdag voor het uitwerken van een nieuw programma van FairTradeGemeenten. TDC leidde de discussie in een van de drie mogelijke toekomstscenario's, namelijk diegene waarin FTG een sterke link heeft met de campagne 'Maak van België het Land van de Fair Trade'. Deze werd uiteindelijk geselecteerd door de stuurgroep.

## Belgische economische missie in Ivoorkust

Tijdens de Belgische handelsmissie in Abidjan eind oktober 2017 onder leiding van HKM Prinses Astrid heeft de Belgische Ambassade samen met het Kabinet van de First Lady van Ivoorkust een seminarie georganiseerd over 'Mensenrechten en de Private Sector: kinderarbeid in de cacao-waardeketen voorkomen en afschaffen'.

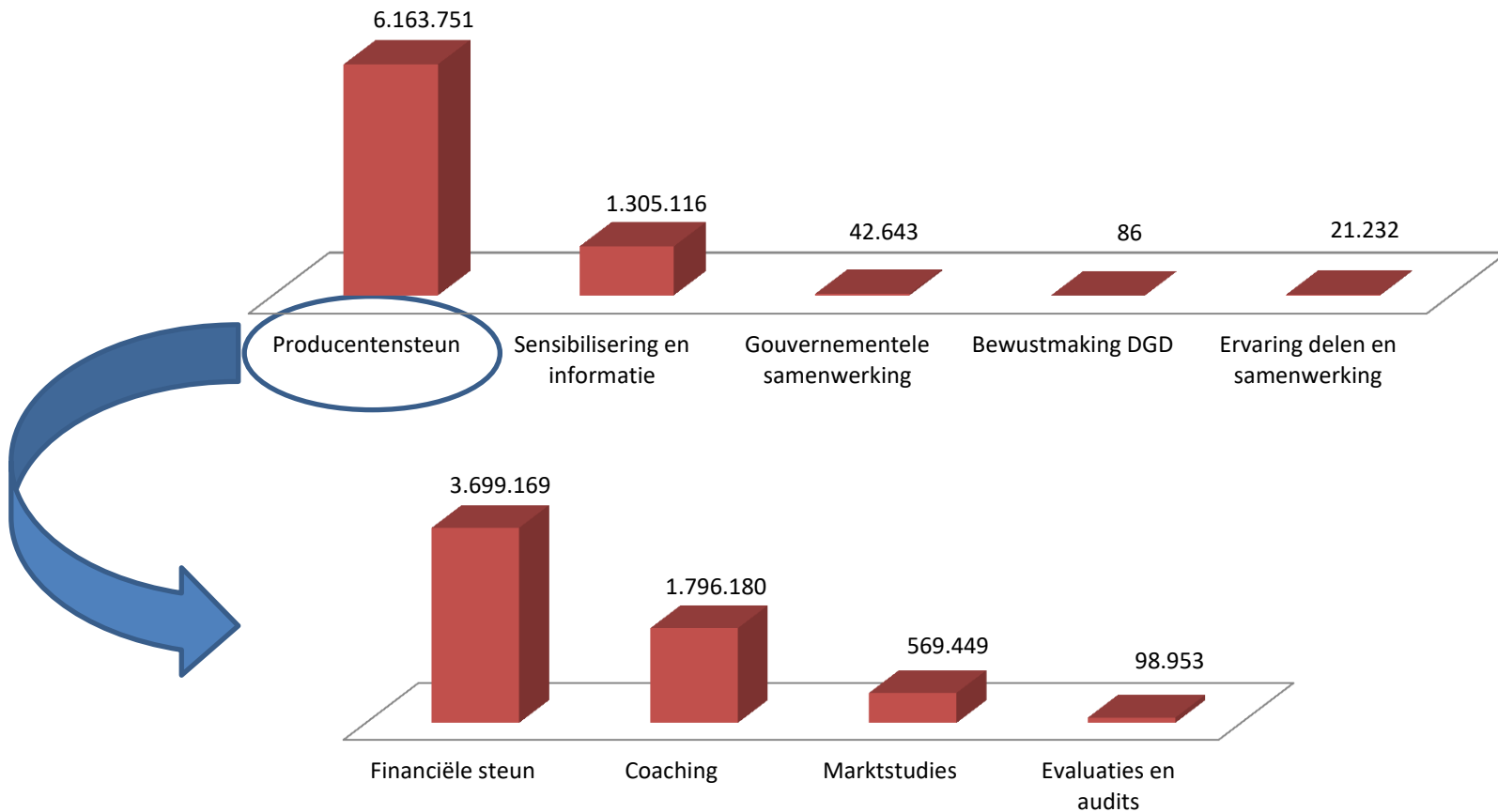
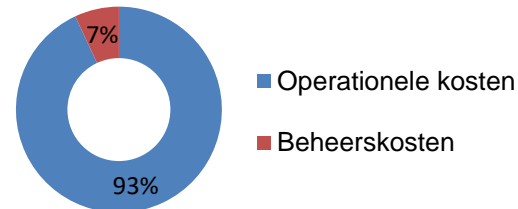
De Belgische Ambassade wilde ook producenten aan bod laten komen – naast de multinationals en officiële delegaties - en nodigde daarom de cacao-coöperaties uit die ondersteund worden door Enabel. Daarvoor deden ze een beroep op TDC. De coöperaties die begeleid worden door TDC gingen in op de uitnodiging en namen deel aan het seminarie. Drie organisaties namen het woord om hun initiatieven in de strijd tegen kinderarbeid voor te stellen. De nationale overheden en de internationale organisaties maakten hun actieplannen bekend en de prioriteiten van belangrijke cacao-inkopers werden besproken.

In totaal waren er 250 aanwezigen van de officiële delegaties van Ivoorkust, België en de Europese ambassades, de Europese Unie, de Afrikaanse Unie, Le Conseil du Café-Cacao (de raad voor koffie en cacao), the World Cocoa Foundation, de Internationale Arbeidsorganisatie, UNICEF, en de industrie (Mondelez, Mars, Nestlé, Ferrero, Barry-Callebaut, Cargill, Olam, ...).

# Verdeling van de uitgaven per domein

In de periode 2014-2017 gaf het Trade for Development Centre € **10.596.633** uit. 93% ervan ging naar operationele kosten, 7% naar beheerskosten.

De **verdeling per activiteitendomein** ziet er als volgt uit:



# Lessons learned en vooruitblik op het nieuwe TDC-programma

Eind 2016 evalueerde het extern bureau Dris Consult de werking van TDC. Zij namen de resultaten onder de loep en interviewden verschillende stakeholders. Het bureau gaf aan dat « de werking van TDC **op significante wijze beantwoordt aan de specifieke doelstelling** die hem is toevertrouwd, namelijk het promoten van eerlijke en duurzame handel en het verbeteren van de markttoegang voor producenten(-organisaties) in de partnerlanden van de Belgische Ontwikkelingssamenwerking, in het kader van waardig werk ». Verder bleken de meeste stakeholders **de kwaliteit van het geleverde werk** en het professionalisme te appreciëren en gaf het rapport dat de **ingezette middelen in proportie leken ten opzichte van de bereikte resultaten**.

Uit het rapport, maar evengoed uit de eigen ervaringen van het team en de coaches, kwamen ook heel wat lessons learned voort die TDC zal meenemen in het nieuwe programma dat in 2018 van start gaat en zal lopen tot 2023. Op de volgende pagina's lijsten we per resultaat de belangrijkste aanbevelingen op.





## Resultaat 1: steun aan producenten

Tussen 2014 en 2017 bestonden de verschillende vormen van producentensteun (financieel en coaching op vlak marketing en business management) naast mekaar. TDC start vanaf 2018 met een vernieuwd, geïntegreerd traject (coaching + financiële steun).

### Lessons learned

- De **integratie van de verschillende types steun** kan zorgen voor meer efficiëntie en doeltreffendheid.
- Een **vooropleiding in het verzamelen van bedrijfsgegevens** (data capturing) is nodig om dynamische en veelbelovende ondernemingen (HIPO's) te selecteren die in aanmerking komen voor het volledige traject. Zij kunnen op hun beurt een hefboomeffect genereren wat de impact zal vergroten.
- « De opportuniteit onderzoeken om **steun te leveren op intermediair niveau** (federaties van producentenorganisaties, producentennetwerken...) »  
- Dris

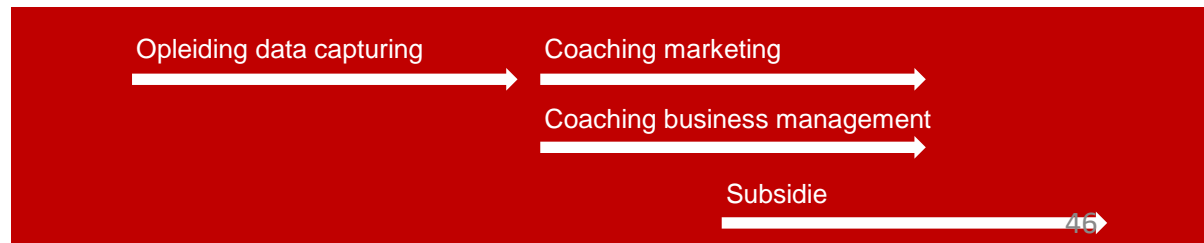
### Een vernieuwd, geïntegreerd coachingtraject

TDC voorziet een vooropleiding **data capturing** die organisaties zal helpen hun business beter te begrijpen en inzicht te verwerven in hun financiën en positionering op de markt.

De HIPO's die uit deze vooropleiding naar voren komen, krijgen een uniek, op maat gemaakt en participatief traject aangeboden **dat coaching ter plaatse door experts en een subsidie integreert**. Het uitgangspunt is steeds wat de begunstigde organisatie het meest voordeel kan opleveren: we willen hen wapenen om beter de markt te betreden. Het traject staat open voor **MKMO's actief in duurzame handel en voor BSO's (Business support organisations)**. Deze BSO's zullen op hun beurt begunstigden begeleiden wat de impact kan vergroten.

Het traject is opgebouwd uit verschillende etapes:

- Een coaching in financial and business management behandelt alle organisatorische en financiële aspecten (vb. businessplan, budgettaire voorspellingen, monitoring, cashflow...).
- De coaching in marketing behandelt de verschillende marketingfasen zoals onder andere interne en externe marketinganalyse, marketingmix, prospectie, communicatietools...
- Tenslotte kennen we de organisatie een subsidie toe waarmee activiteiten kunnen worden gefinancierd die in lijn liggen met de strategie, zoals productontwikkeling, opleiding, deelname aan beurzen, communicatiemateriaal...



## Resultaat 2: info en bewustmaking

### Lesson learned

De campagne 'Week van de Fair Trade' was aan vernieuwing toe en had doelstellingen met een groot draagvlak nodig om alle spelers van de sector erbij te betrekken. Vandaar dat TDC de campagne/uitdaging 'Maak van België het land van de Fair Trade tegen 2020' heeft gelanceerd.



### Aanbeveling

“Wat betreft de sensibiliseringsactiviteiten in het Noorden: doorgaan met de verspreiding van de verschillende producties en deze versterken; extra communicatiemiddelen inzetten voor de week van de Fair Trade; een sensibiliseringsstrategie ontwikkelen rond het concept 'België, het land van de Fair Trade'.” “Meer inzetten op de sensibilisering van twee doelgroepen ( ... ): de overheden (bijvoorbeeld de activiteiten die worden gehouden in het federaal parlement doortrekken naar de gefedereerde entiteiten) en de economische actoren.” - *Dris*

## Resultaat 3: gouvernementele samenwerking

### Lesson learned

« De interne cohesie en synergie moeten verbeterd worden. Er lijkt vaak meer complementariteit te zijn met externe spelers dan met de nabije actoren van de Belgische ontwikkelingssamenwerking, in het bijzonder de gouvernementele spelers.» *Dris*



### Aanbevelingen

“In de partnerlanden rekening houden met mogelijkheden tot complementariteit met strategieën van de directe bilaterale programma's en met de nationale strategische oriëntaties.” - *Dris*

“Meer samenhang stimuleren met de leden van de BTC-Vertegenwoordiging in de partnerlanden tijdens zendingen (voorafgaand contact, doel van de zending, analyse van mogelijke complementariteit met de verschillende lopende of afgesloten programma's van BTC).” - *Dris*

## Resultaat 4: Bewustmaking Directie-Generaal Ontwikkelingssamenwerking

### Lesson learned

“Gezien de zwakke score voor resultaat 4 en gezien de transformatie van BTC naar Enabel, die een zeer beperkte interventie van DGD in de fases van de projectcyclus voorziet, zelfs voor directe bilaterale projecten, (...) het resultaat 4 (sensibilisering van DGD) niet meer als dusdanig opnemen.” - *Dris*

## Resultaat 5: Capitalisatie

### Lessons learned

(In het kader van resultaat 1) **Interactie met lokale ondersteunende organisaties** (koepel-, sectorale organisaties, inclusief producentennetwerken (bijvoorbeeld Fair Trade Africa ...), certificeerders (bijvoorbeeld UTZ ...), nationale koepels (bijvoorbeeld TOAM...)) is cruciaal om de begunstigden te identificeren en de ondernemingen te bereiken voor rechtstreekse steun.

De instrumenten voor kennisbundeling van TDC **worden niet genoeg verspreid en gebruikt** omdat ze onvoldoende zijn geïntegreerd in een participatieve strategie van beheer en kennisdeling.

**De uitwisseling tussen coaches** in marketing en financieel beheer over de inhoud van hun prestaties moet vergemakkelijkt worden. Het wordt geapprecieerd door de coaches en biedt hen de gelegenheid hun onderlinge kennis en ook die van de programmabeheerders bij TDC te verrijken. Deze uitwisselingen gaan zowel over de gebruikte methodologieën en instrumenten als over informatie i.v.m. de ketens, regio's, lokale actoren, enz.



### Aanbevelingen

(In het kader van resultaat 1) "In de partnerlanden rekening houden met mogelijkheden tot complementariteit en samenhang met ondersteuning gegeven door Belgische ngo's en met actoren gefinancierd door 'Entreprendre pour le développement.'" – *Dris*

« Een meer gesystematiseerde en gestructureerde aanpak van de capitalisatie nastreven en deze echt gaan gebruiken voor de bewustmaking van andere actoren. » - *Dris*

Een systeem uitwerken om uitwisseling tussen coaches te faciliteren (oa via workshops, online platform...)



## TDC en de privé-sector

Gezien de prioriteit die de Belgische ontwikkelingssamenwerking geeft aan de privé-sector evalueren we ook hoe TDC hier (meer) aan kan bijdragen. Het externe bureau ADE onderzocht in 2017 de steun van de Belgische Ontwikkelingssamenwerking aan de privé-sector.

De ontwikkelingssamenwerking staat over het algemeen los van de Belgische privé-sector en er blijft behoorlijk veel versnippering tussen de verschillende actoren van PSD (BIO, BTC, TDC, OSCE, universiteiten...).

Er zijn weinig strategische benaderingen geweest die de sterke punten van de verschillende actoren valoriseerden en zo een echte Belgische meerwaarde creëerden in bepaalde domeinen/landen en leidden tot belangrijke resultaten. - *ADE*

“Binnen BTC – en rekening houdend met de prioriteit die wordt gegeven aan steun aan de privé-sector - wordt TDC gezien als een pertinente tool om bruggen te bouwen tussen de klassieke ontwikkelingssamenwerking en de nieuwere vormen die meer significante samenwerkingen met de privésector voorstaan. - *Dris*



In de DTF (technisch en financieel dossier) van het nieuwe programma voorziet TDC synergieën en partnerschappen met BIO (interventies binnen dezelfde waardeketens), de Belgische Ontwikkelingssamenwerking (de mensen die door TDC worden aangenomen om technische ondersteuning te bieden aan MKMO's zullen ook worden ingeschakeld om diensten te ontwikkelen voor ondernemingen in het kader van gouvernementele programma's), de ngo's (steun aan hun partners in de ontwikkeling van een strategie, een marketing- en businessplan) en de Belgische privé-sector (met importbedrijven van duurzame producten uit ontwikkelingslanden specifiek in de sectoren van koffie, cacao, fruit en en groenten & door het TDC-producer support-programma te promoten bij Belgische bedrijven om zo de kans te vergroten dat de bedrijven uit het Zuiden die we ondersteunen reeds in contact zijn met Belgische importateurs).



Het momentum dat zich nu voordoet in België – meer bepaald in het kader van de transformatie van BTC tot het ontwikkelingsagentschap Enabel – kan ook in bepaalde partnerlanden worden aangegrepen, vb in Benin waar de regering een nieuwe strategie voor economische ontwikkeling wil opstellen.” *Dris*

### Jobs, jobs, jobs

« Op vlak van jobcreatie zijn interventies die de sociale economie beogen (Enabel, TDC, OSC) efficiënter gebleken dan diegene die werden uitgevoerd bij de meer commerciële bedrijven (zoals de interventies van BIO, Exchange) », aldus de speciale evaluatrice van de ontwikkelingssamenwerking die haar rapport op 5 juni 2018 voorstelde aan het federale parlement.

Deze uitspraak is gebaseerd op het rapport van ADE waarin op basis van secundaire bronnen en eigen veldonderzoek werd aangetoond dat de interventies bij actoren uit de sociale economie effectiever waren in het creëren van banen, de toename van productie en productiviteit en het genereren van inkomsten dan die bij de commerciële bedrijven. Dit kwam voornamelijk voort uit de introductie van nieuwe werkwijzen, het verwerven van nieuwe vaardigheden en de toegang tot nieuwe markten.



Het TDC-programma in zijn geheel is heel pertinent, efficiënt, effectief en duurzaam.  
We moedigen de voortzetting ervan aan.

*Uit de externe evaluatie van het Trade for Development programma, uitgevoerd door Dris Consult*

Trade for Development Centre  
Hoogstraat 147  
1000 Brussel  
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)



**België**

partner in ontwikkeling 50