

TRADE FOR DEVELOPMENT CENTRE

JAARVERSLAG 2014 & BLIK OP 2015



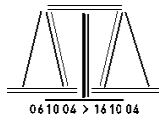
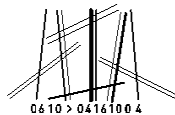
BTC TRADE FOR DEVELOPMENT



WIE ZIJN WE?

Trade for Development Centre (TDC) is een programma van het Belgisch Ontwikkelingsagentschap (BTC).

TDC wil **fair trade en duurzame handel** promoten en **de markttoegang verbeteren** van kleine en middelgrote ondernemingen in het Zuiden.



Geschiedenis

In 2005 werd het toenmalige Fair Trade Centre ondergebracht bij BTC.

Het Centre had volgende twee missies:

- de Week van de Fair Trade organiseren;
- producentenorganisaties ondersteunen.

In 2009 verandert het Fair Trade Centre zijn naam in Trade for Development Centre (TDC). Het thema wordt uitgebreid tot duurzame handel. TDC biedt nu ook zijn diensten aan aan projecten en programma's van de gouvernementele samenwerking.

Van 2014 tot 2017, in het kader van de nieuwe overeenkomst, gaat TDC verder met de financiële en technische ondersteuning aan producentenorganisaties die actief zijn in eerlijke en duurzame handel.

FOCUS

Kleine producenten(organisaties)

Producentenorganisaties (coöperaties ...) zijn ondernemingsmodellen met een bepaalde economische en sociale logica. Kleine producenten vormen de meerderheid van de wereldbevolking. Volgens het IFAD, het International Fund for Agricultural Development, voorzien 450 miljoen kleine producenten met 2 hectare of minder, ongeveer 2.2 miljard mensen van voedsel. Zij vertegenwoordigen ongeveer 85% van het totaal aantal boerderijen wereldwijd.

Op plaatsen waar de lokale capaciteit laag is, kunnen overheden en ontwikkelingsagentschappen een belangrijke rol spelen in het versterken van ondernemersskills, management en in het ondersteunen van andere lokale organisaties. Kleine producenten krijgen vaak te maken met een gebrekkige toegang op verschillende vlakken: grond, zaad van goede kwaliteit, marktinformatie. ..



© BTC / Dieter Telemans

Er is consensus tussen business federaties, ondersteunende agentschappen, ontwikkelingsagentschappen en ngo's dat de grootste uitdagingen waar producentenorganisaties voor staan in hun toegang tot de markt zich op volgende vlakken bevinden:

- Productie (verbeteren productiviteit en kwaliteit)
- Business management of organisatie
- Toegang tot marktinformatie
- Toegang tot niet-gesubsidieerde financiering



5 OPERATIONELE RESULTATEN

01

Producenten ondersteunen

- Financiële ondersteuning
- Marketingondersteuning: coaching en marktinformatie

02

Informereren en sensibiliseren rond fair trade en duurzame handel

03

Steun aan de gouvernementele coöperatie

04

Sensibilisering DGD

05

Kapitalisatie van ervaringen op vlak van steun aan de lokale privé-sector en duurzame handel

01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN

Potentieel

Landbouwcoöperaties en producentengroepen in het Zuiden hebben vaak veel gemeen: toewijding en veel potentieel, maar evengoed een gebrek aan middelen en marktinzicht. Dit staat hun ontwikkeling in de weg.

Engagement

Dit is exact waar het Trade for Development Centre (TDC) een verschil wil maken en steun wil verlenen. TDC ziet fair trade en duurzame handel als krachtige wapens in de strijd tegen armoede en voor duurzame ontwikkeling.

TDC consolideert en versterkt de capaciteit van producentenorganisaties door middel van interventies op verschillende vlakken. Meer specifiek werkt TDC op het versterken van de organisatiekracht van kleine en middelgrote producentengroepen, het verhogen van hun kennis van de lokale, regionale of internationale markt en het verbeteren van de kwaliteit van producten.

Duurzame handel

We spreken van duurzame handel als de internationale uitwisseling van goederen en diensten sociale, economische en ecologische voordelen genereert conform de vier fundamentele principes van duurzame ontwikkeling:

- Het creëren van economische waarde;
- Het verminderen van armoede en ongelijkheid;
- Het regenereren van natuurlijke bronnen;
- Het wordt uitgevoerd in een open en aansprakelijk overheidssysteem*.

* Zoals omschreven door het International Institute for Environment and Development in 2000.



© Simon Rawles



© BTC / Josiane Droeghag



© BTC / Dieter Telemans



© BTC / Jan Locus

01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN

FINANCIËLE ONDERSTEUNING

Wat?

Het Trade for Development Centre voorziet financiële ondersteuning aan projecten in de partnerlanden van de Belgische Ontwikkelingssamenwerking.

Het doel is tweevoudig:

- Capaciteiten versterken op vlak van management en productie;
- De toegang tot de markt verbeteren.

Hiertoe worden **verschillende activiteiten** gefinancierd:

- Productontwikkeling, verbetering productiviteit en kwaliteit;
- Opleidingen, deelname aan beurzen;
- Steun bij behalen eerlijk of duurzaam label.

2014 in cijfers

- In totaal werden **29 projecten** gefinancierd waarvan
 - 6 rond eerlijke en duurzame koffie in Centraal- en Oost-Afrika (Burundi, Uganda, DRC)
 - 4 rond toerisme (Zuid-Afrika, Tanzania, Bolivia, Ecuador)
- Met deze 29 projecten werden **41.000 producenten** rechtstreeks begunstigd.



01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN FINANCIËLE ONDERSTEUNING

Toerisme: een nieuwe sector

De financiële steun van TDC focust voornamelijk op landbouw, maar toch willen we ook nieuwe sectoren van duurzame handel aanboren die veelbelovend zijn in hun strijd tegen armoede. Verantwoord en duurzaam toerisme is zo een sector. In 2014 financierde TDC vier toeristische projecten.

Ecuador: Cordutch

Cordutch, de organisatie voor communautair toerisme van de provincie Chimborazo, verenigt 11 toeristische initiatieven die de lokale economie willen aanzwengelen en die zorgen voor werkgelegenheid op vlak van behoud van traditionele kennis en het culturele patrimonium van de Kichwa Puruwa-bevolking. Met de steun van TDC kunnen kleine ondernemingen in communautair toerisme opgeleid worden in bedrijfsbeheer, deelnemen aan toeristische beurzen en kan het toeristisch aanbod voor de lokale, regionale en internationale markt ontwikkeld worden.

Bolivia: Red Tusoco

Red Tusoco is het Boliviaanse netwerk voor solidair en communautair toerisme dat 22 kleine, toeristische ondernemingen groepeerd op nationaal vlak. Tusoco Viajes, onderdeel van het netwerk, zorgt als reisagentschap voor de commercialisering en de promotie. Het agentschap wil zijn aanbod uitbreiden, de markt beter bereiken en moderniseren op vlak van promotie. Met de steun van TDC beoogt Tusoco Viajes een groei van 22% op jaarbasis, wat meer inkomsten betekent voor de kleine ondernemingen. Het project wil werk-gelegenheid scheppen, personeel opleiden en inzetten op de betrokkenheid van jongeren binnen hun lokale gemeenschappen.

Zuid-Afrika: Fair Trade Tourism

Rond 2000 startte Zuid-Afrika als eerste een fairtradecertificeringsprogramma op voor toeristische diensten, onder impuls van de ngo Fair Trade Tourism South Africa (nu Fair Trade Tourism – FTT).

De standaarden bevatten richtlijnen over eerlijke verloning, concrete arbeidsomstandigheden en respect voor cultuur en milieu. Intussen zijn meer dan 60 initiatieven gecertificeerd: lodges, hotels, adventure tours... TDC ondersteunde 30 Zuid-Afrikaanse kmo's actief in toerisme.

Tanzania: Honeyguide Foundation

De Masaï leven in een groot natuurgebied.

Met de steun van TDC helpt de lokale ngo Honeyguide Foundation hen om accommodatie en activiteiten uit te werken die de natuur nog beter beschermen

en tegelijkertijd voor meer inkomsten zorgen. Het gebied is bijvoorbeeld de thuisbasis voor vele wilde dieren, waaronder olifanten. Een enorme trekpleister voor heel wat toeristen. Het geeft de Masaï een extra economische reden om hun natuurlijke omgeving blijvend te beschermen.



01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN MARKETINGONDERSTEUNING: COACHING

TDC begeleidt producenten zodat ze meer duurzame inkomsten kunnen halen uit hun productie. We zorgen dat ze hun markten beter kunnen begrijpen en we helpen hen te zoeken naar hoe ze het meest kunnen halen uit nieuwe opportuniteiten.

We ontwikkelden hiervoor een op maat gemaakt coaching programma in strategische marketing. Het doel is om eenvoudige, gestructureerde en professionele marketing know-how door te geven aan producentenorganisaties.

Het begint met een coaching programma dat alle marketingfases behandelt:

- Interne & externe marketing analyse ;
- Vastleggen van een doelstelling en een strategie;
- Formuleren van een marketing mix;
- Vergemakkelijken van promotie en communicatie.

Op het einde van het coaching programma krijgt de organisatie een bedrag ter beschikking dat speciaal bedoeld is voor de implementatie van het marketingplan. Deze financiële ondersteuning moet gezien worden als een aanmoediging voor het uitwerken van professioneel promo- en communicatiemateriaal.

De producentenorganisatie die de coaching krijgt, is zelf de drijvende kracht achter het programma en is eigenaar van de inhoud en de strategische keuzes die worden gemaakt.

In geen enkel geval zal de consultant-coach die de begeleiding doet of TDC de verantwoordelijkheid overnemen door actieplannen te implementeren of marketing-, sales en communicatieactiviteiten uit te voeren. De coaches en TDC fungeren enkels als adviseur en facilitator.

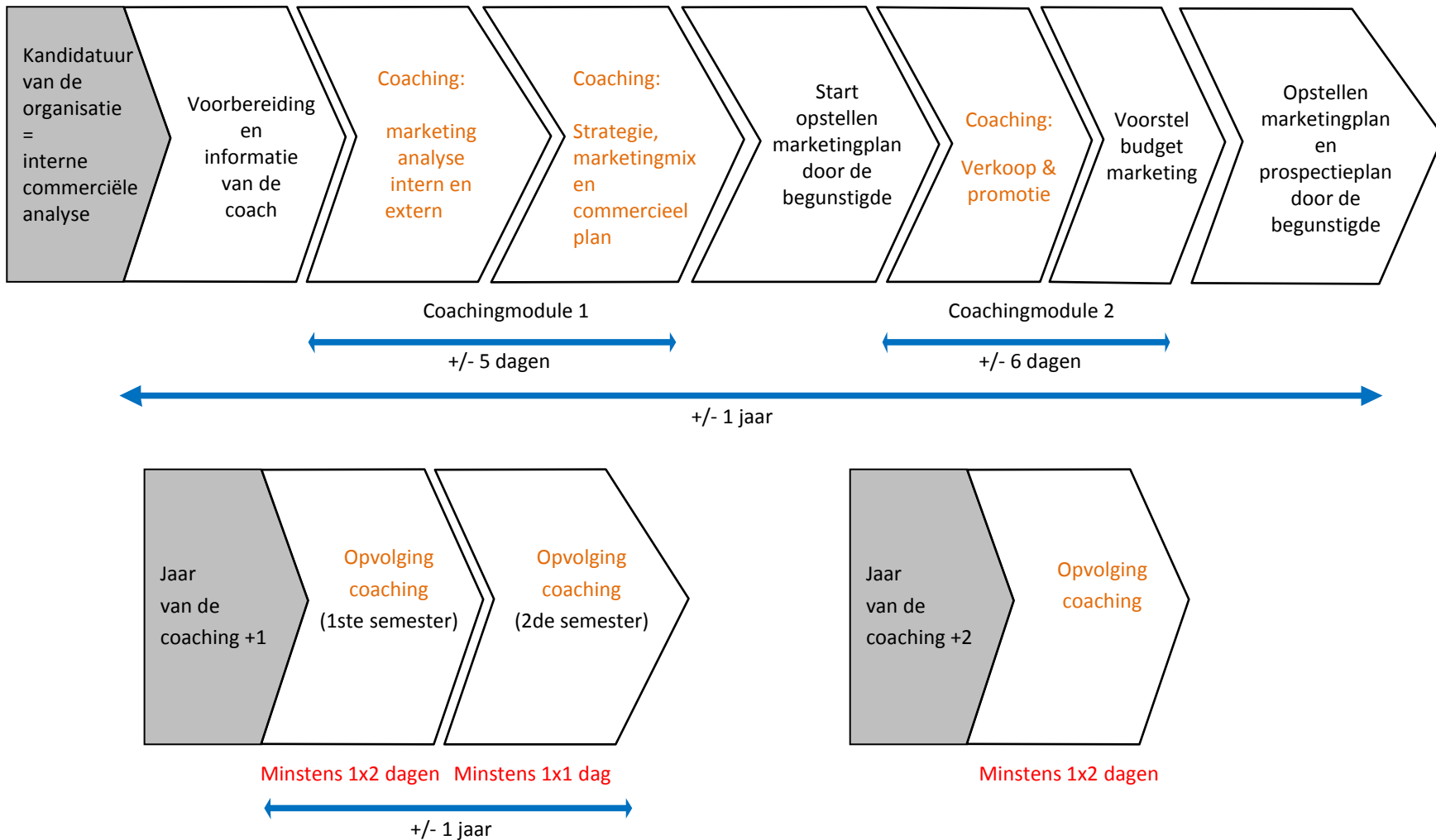


© NAWOU

01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN

MARKETINGONDERSTEUNING: COACHING



01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN

MARKETINGONDERSTEUNING: COACHING

2014 in cijfers

- **8 producentengroepen** gecoacht door 2 consultants
- 4 in Uganda:
 - Kibinge
 - Bukonzo
 - Easy Afric Design
 - Nawou
- 4 in Tanzania:
 - WomenCrafts
 - Kaderes
 - Nkwenda
 - GOIG
- In totaal werden **10.505 producenten** bereikt.



Bukonzo Organic Farmers Cooperative (BOCU)

Deze jonge koffiecoöperatie heeft 2000 leden, veel potentieel en sinds kort een bio- en een fairtradecertificatie. Maar ze heeft nog veel werk op het vlak van kwaliteit, organisatie en logistiek.

Hun verkoopverhaal? “We zijn als een familie die zorg draagt voor onze boeren, onze koffie en onze heuvels”. Het marketingplan van BOCU stelt drie doelen centraal. Om te beginnen de leden motiveren om grotere hoeveelheden van hun oogst aan de coöperatie te verkopen. Daarnaast investeren in wasstations en opslagcapaciteit om de kwaliteit te verbeteren. En tenslotte, dé belangrijkste: extra klanten vinden in de groeiende Europese markt van arabica specialty coffees.

National Association of Women Organisations Uganda (NAWOU)

Deze ngo, geworteld in de vrouwenbeweging, verkoopt handwerk en artisanaat. 90% gaat naar een beperkt aantal fairtradeklanten in het buitenland, de overige 10% naar 2 winkels in Kampala.

Het ontbrak de organisatie onder andere aan een marketingstrategie en onderbouwde communicatie. In een workshop werden de kernboodschappen vastgelegd: “handmade, fair trade en empowering women”.

Om de lokale klanten, voornamelijk expats, te bereiken moet het productgamma en de eigen shop worden opgefrist. Voor internationale klanten zal het gamma worden aangepast aan enerzijds de ‘hedendaagse fairtradekoper’ en anderzijds de ‘ethnische koper, gericht op design’. Op basis van deze info werkt een communicatiebureau aan een nieuwe huisstijl en website.

01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN MARKETINGONDERSTEUNING: MARKTSTUDIES

Om producentenorganisaties toe te laten hun markttoegang te verbeteren, is het essentieel dat ze inzicht krijgen in de markt waarop ze zich willen bewegen.

TDC financiert marktstudies om producentenorganisaties, koepelorganisaties en andere spelers actief in eerlijke en duurzame handel een beter zicht te doen krijgen op:

- Marktdynamieken (vraag, aanbod, prijszetting...)
- Consumenten (profielen, noden, aankoopcriteria, waar kan je ze vinden...)
- Keten (spelers in de keten, wie verkoopt aan wie, waar is er meerwaarde te vinden...)
- Distributiekanaalen (distributieplaatsen in kaart brengen, marktvereisten, export...)
- Concurrenten (positionering, vergelijkbare voor- of nadelen...)
- Markttrends (productontwikkeling)

Deze marktinformatie ondersteunt hen om vooruit te gaan en bestaande of nieuwe marktopportunities te zien.



01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN

MARKETINGONDERSTEUNING: MARKTSTUDIES

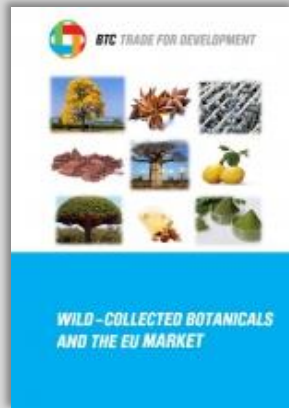
In 2014

Wilde planten en de EU-markt

Deze marktstudie gaat over wilde geneeskrachtige en aromatische planten met potentieel voor natuurbehoud en een verhoogde levensstandaard van lokale producenten.

Deze studie onderzoekt de toenemende mogelijkheden voor deze producten in de voedings-, cosmetica- en farmaindustrie.

In 2013 kwamen Bolivia, Peru, Ecuador, Tanzania, Mozambique en Vietnam aan bod. Eind 2014 werd het tweede deel van de studie gerealiseerd over Senegal, Mali, Palestijnse Gebieden, Niger, Benin, Rwanda, Burundi, Algerije, Uganda en DR Congo.



Inzichten in de Fairtrade-consumentenmarkt in Kenia



Fairtrade werd in 2013 in Kenia gelanceerd voor lokale consumenten. Deze studie geeft Fairtrade-actoren een beter beeld over hun kennis, mening en houding tov Fairtrade en ethische handel. De studie focust op de aankoopcriteria en media-consumptie en geeft zo een idee van het potentieel van Fairtradeproducten op de Keniaanse markt.

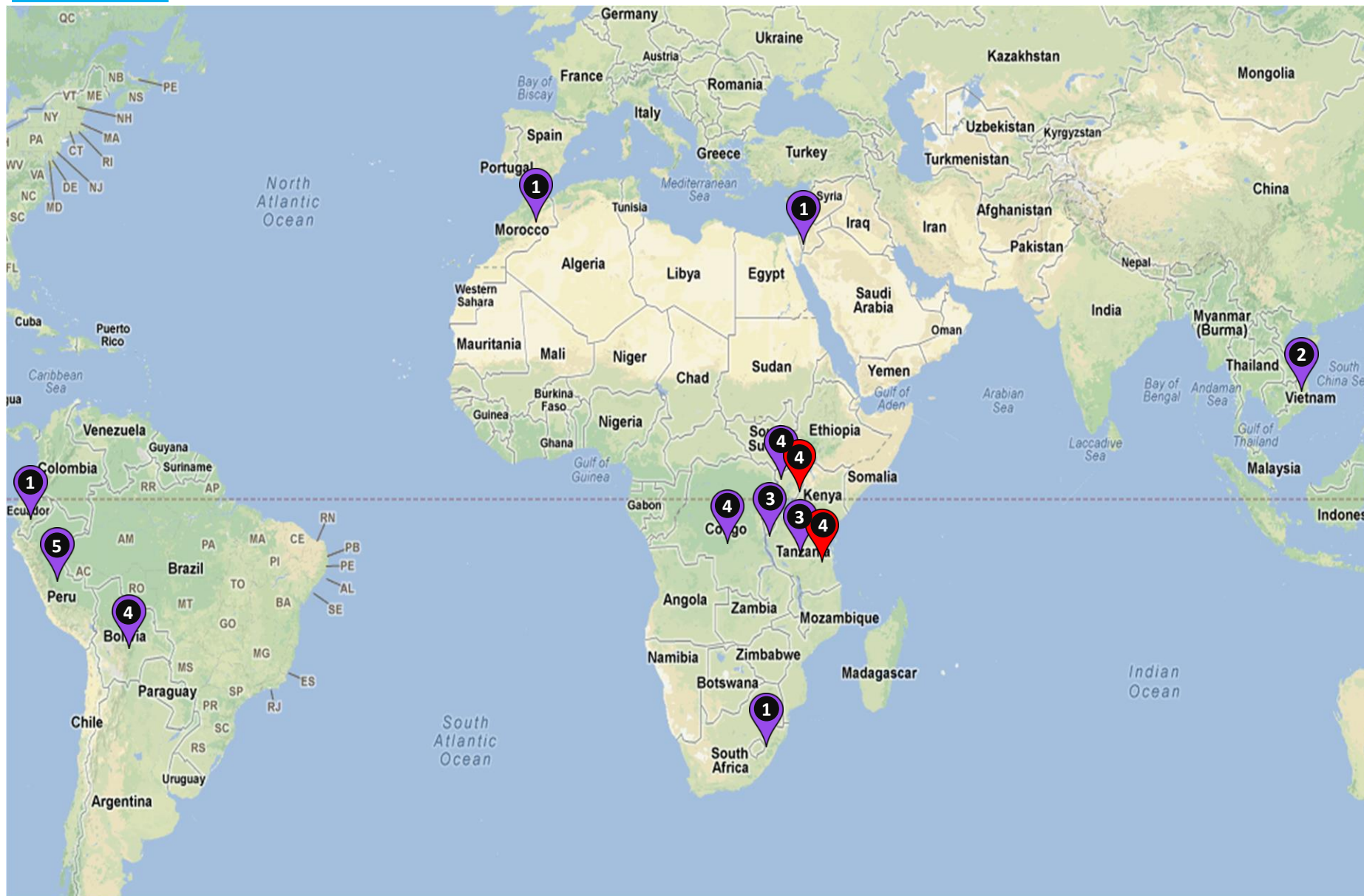
De Fairtrade Marketing Organization Eastern Africa (FMOEA) kan ermee aan de slag bij het uitwerken van hun marketingstrategie. Voor lokale en regionale belanghebbenden actief in eerlijke of ethische handel reikt de studie informatie aan om de Keniaanse markt beter te bereiken.



01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN PROJECTEN ONDERSTEUND DOOR TDC IN 2014

 Financiële ondersteuning
 Technische ondersteuning

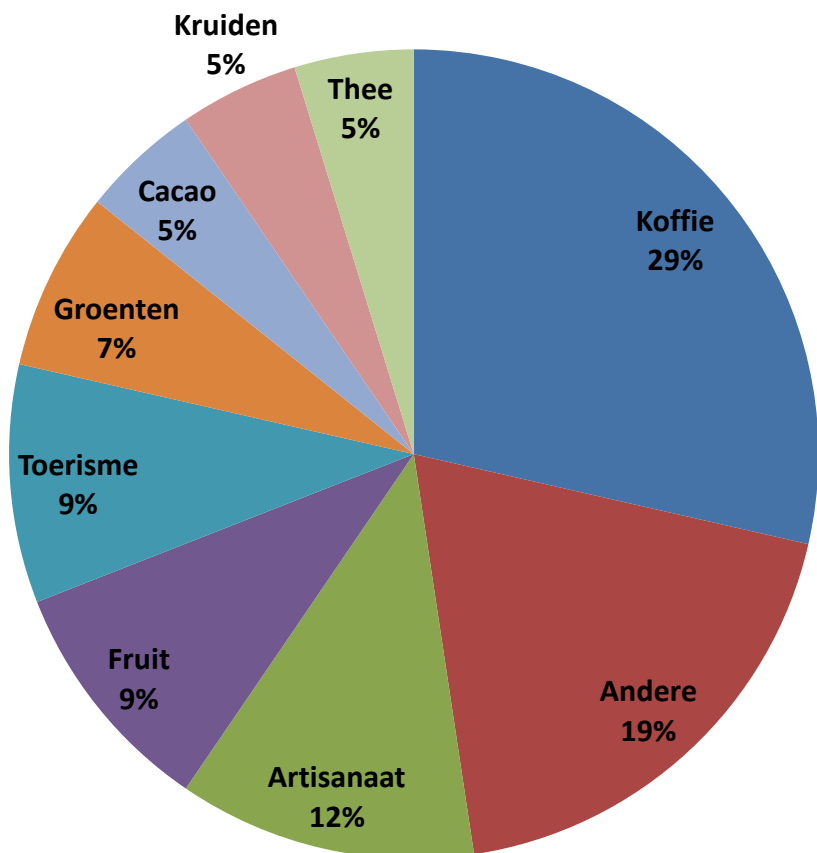


01

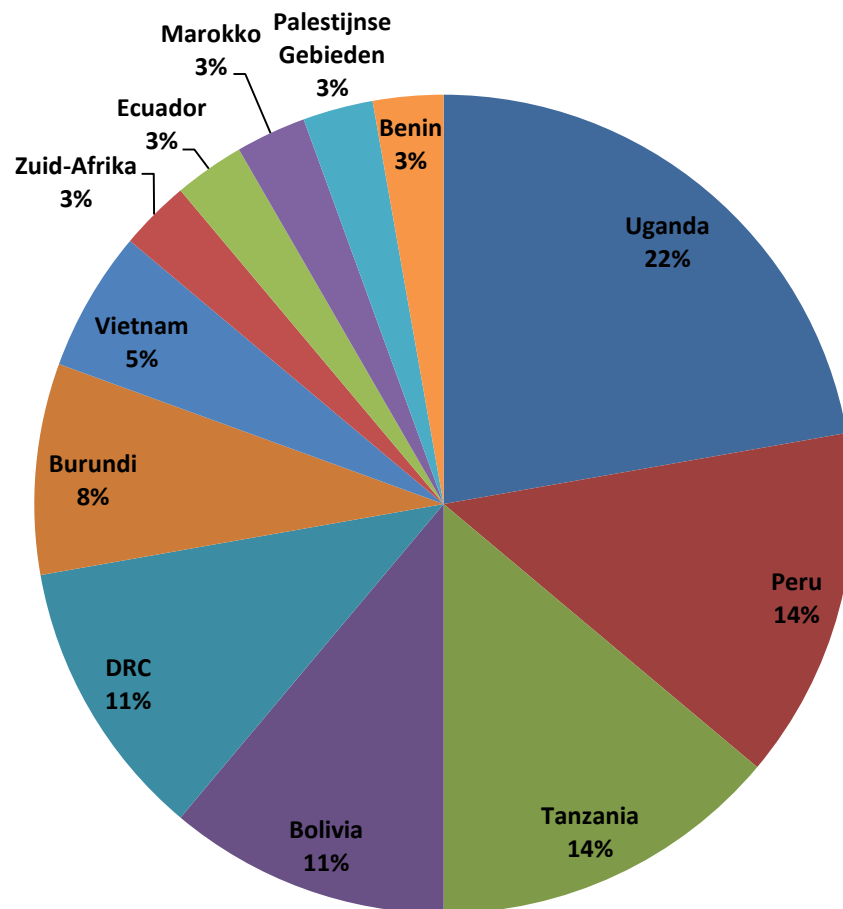
PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN

PROJECTEN ONDERSTEUND DOOR TDC IN 2014

Projecten per activiteitensector



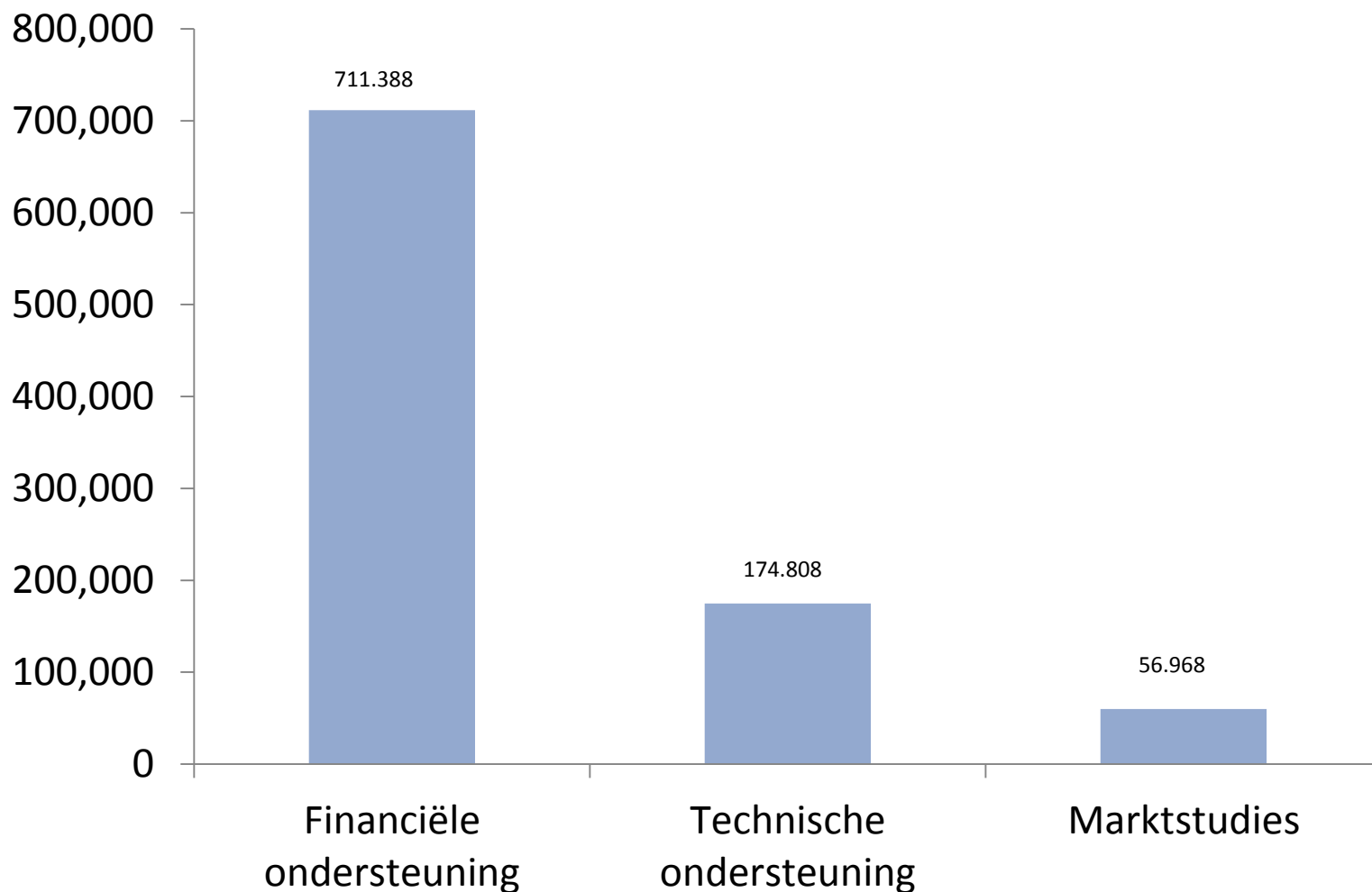
Projecten per land



01

STEUN AAN PRODUCENTEN

UTGAVEN STEUN AAN PRODUCENTEN IN 2014



01

PRODUCENTEN ONDERSTEUNEN IN 2015?

Marketingcoaching: follow-up

In 2014 heeft TDC evaluatiegesprekken uitgevoerd met de koepelorganisaties over de procedures van het coachingprogramma. Het belang van deze aangeboden steun werd op alle niveaus bevestigd. Maar uit de evaluatie bleek wel dat een follow-up coaching of een begeleiding van 3 jaar nodig is.

Opleiding marketing data capturing

Het aantal door de jury geselecteerde producenten(groepen) was erg laag tegenover het aantal ingediende dossiers. Dit zou onder meer te maken hebben met de complexiteit van de gevraagde informatie. Een opleiding in « marketing data capturing » lijkt nodig, zowel voor de facilitators binnen de koepelbewegingen als voor de producenten zelf. Dit aspect van technische ondersteuning wordt eveneens geïmplementeerd in 2015.

Gezamenlijke call for applications

Producentengroepen die financiële steun of marketingsteun ontvangen, worden geselecteerd door een jury na een « call for proposals ». Tot hiertoe verliepen deze telkens apart. Om de complementariteit tussen de financiële ondersteuning en de marketingondersteuning te vergroten, lanceert TDC in 2015 een gezamenlijke call for proposals.



02

INFORMEREN EN SENSIBILISEREN

TDC volgt de evoluties op vlak van fair trade en duurzame handel op de voet. We trachten consumenten, overheden, producenten en economische spelers zo objectief mogelijk te informeren. Onze informatie is grotendeels bedoeld voor organisaties of individuen die reeds vertrouwd zijn met de thema's. Soms produceren we ook info, bijvoorbeeld tijdens de Week van de Fair Trade, voor een groot publiek dat weinig of geen achtergrondkennis heeft.

Informatietypes

- Artikels
- Interviews
- Labelfiches: online info over de verschillende biologische, eerlijke en duurzame labels en garantiesystemen
 - Vb. Fair For Life, FSC, Fair Wear Foundation...
- Reportages: Tv-reportages of publireportages voor de geschreven pers over projecten van TDC of actuele onderwerpen
 - TV-reportage Koffie uit Kivu voor TV5Monde
 - Publireportage Week van de Fair Trade 2014 voor Knack en Le Vif
- Opiniepeilingen Belgen en fair trade

Communicatiekanalen

TDC houdt een vinger aan de pols via sociale media over de evoluties in fair trade en duurzame handel en over eerlijk of duurzaam katoen, thee, koffie, bananen en cacao/chocolade. Alle info staat verzameld op www.befair.be en volgende kanalen.



02

INFORMEREN EN SENSIBILISEREN

2014 in cijfers

- 10 nieuwsbrieven uitgestuurd (Eng, Fr, NI)
- 10 artikels gepubliceerd (Eng, Fr, NI, Spa)
- 27 interviews gerealiseerd (Fr en NI)
- **44.148 gebruikers** van www.befair.be



- Aan www.befair.be werd een Spaanstalig luik toegevoegd.
- TDC publiceerde 27 interviews met Belgische fairtradeorganisaties en –bedrijven en Belgische actoren in duurzaam toerisme. Deze zijn uitsluitend digitaal beschikbaar op befair.be.
- Opiniepeiling Belgen en fair trade 2014: tweejaarlijks peilt TDC naar de mening, kennis en houding van Belgen tegenover fair trade. Dit laat ons toe om de evoluties in kaart te kunnen brengen. De cijfers worden gebruikt in het kader van de Week van de Fair Trade (zie verder).
- TDC publiceerde 10 artikels. Een artikel telt 4 pagina's en kan over een van volgende thema's gaan: bepaalde producten, projecten die TDC ondersteunt of actuele thema's gerelateerd aan fair trade en duurzame handel. In 2014 kwamen volgende thema's aan bod:
 - Fair trade uit Europa. Niet langer een exclusief Noord-Zuidverhaal.
 - Fair trade brengt hoop voor vanilleproducenten
 - Made in Misery: ethiek in de textielsector na Rana Plaza
 - Een eerlijk loon voor landarbeiders?
 - Made in Africa, verkocht in Afrika: uitdagingen voor bio en fair trade op de Afrikaanse markt
 - Betere markttoegang voor producenten. De rode draad doorheen het werk van TDC.
 - Het verhaal achter de lampionnetjes: TDC ondersteunt Peruviaanse physalisproducenten
 - Gender in de projecten van TDC
 - Projecten van TDC in Zuid-Marokko
 - Toerisme als drijfveer voor natuurbescherming door lokale gemeenschappen

02

INFORMEREN EN SENSIBILISEREN

WEEK VAN DE FAIR TRADE

Wat?

TDC organiseert campagnes om consumenten, ondernemingen en Belgische overheden maximaal bewust te maken van fair trade en duurzame handel. De Week van de Fair Trade, die wordt georganiseerd begin oktober, is onze meeste bekende campagne.

De rol van TDC in de Week van de Fair Trade is drievoudig:

- Een moment creëren waarop alle fairtradespelers samen communiceren;
- Visibiliteit creëren voor fair trade in de media;
- Het maatschappelijk middenveld stimuleren om zoveel mogelijk activiteiten rond fair trade te organiseren.

Concrete acties

- Campagnewebsite www.weekvandefairtrade.be
Alle fairtradespelers kunnen er hun activiteiten promoten in een online kalender.
- Promotiemateriaal Fair Trade on Board: flyers, stickers, beachvlaggen, winkelwagenmuntjes...
Alle geselecteerde projecten en fairtradespelers kunnen gratis promomateriaal bestellen
- Nationale TV- of radiospot die de campagne aankondigt
- Fairtradereportage in een krant of magazine
- Jaarlijkse projectoproep: debat, spel, kookworkshop...
Vzw's, gemeenten, jeugdbewegingen... kunnen een project indienen voor de Week van de Fair Trade. De meest originele worden weerhouden en krijgen een financiering.



02

INFORMEREN EN SENSIBILISEREN

WEEK VAN DE FAIR TRADE

2014 in cijfers

- Meer dan 250 verschillende fairtradeactiviteiten tijdens de Week van de Fair Trade, 35 daarvan met financiële ondersteuning van TDC.
- De campagne werd 431 keer vermeld in de pers.
- 85% van de Belgen kent fair trade. Dit percentage is hetzelfde gebleven voor en na de campagne 2014.*
- Het aantal trouwe fairtradeklanten is toegenomen na de Week van de Fair Trade 2014, van 37% naar 47%.
- 53% van de Belgen heeft al horen praten over de Week van de Fair Trade. Dit percentage lag 5% hoger na de campagne dan ervoor.
- Het percentage mensen dat al heeft deelgenomen aan een van de fairtrade-activiteiten bleef daarentegen stabiel, op 11%.

Week van de Fair Trade 2014 in de media

Fairtradebijlage Knack – Le Vif

TDC publiceerde een reportage van 12 pagina's in de redactionele ruimte van Knack en Le Vif. De volgende artikels kwamen aan bod.



- Zalig, zondig en eerlijk: over originele fairtradeproducten
- Eerlijke handel is niet langer alleen een zaak van het Zuiden
- Toerisme in tijden van eerlijke handel
- Eerlijk en slim: de Fairphone
- Machtconcentratie in de Braziliaanse sinaasappelsector
- Twee chefs vertellen waarom ze met fairtradeproducten koken en verklappen hun keukengeheimen

Artikel eerlijk toerisme in Benin

TDC organiseerde een persreis naar Benin. Drie journalisten gingen mee en schreven een artikel voor De Morgen, Le Soir en Vers l'Avenir tijdens de campagne.

* De percentages zijn afkomstig van de opiniepeiling Belgen en fair trade. 2014 uitgevoerd door Dedicated Research voor TDC. De peiling bestond uit 2 delen: een eerste deel werd afgenomen voor de Week van de Fair Trade (augustus), een ander deel erna (november).

02

INFORMEREN EN SENSIBILISEREN

WEEK VAN DE FAIR TRADE

Activiteiten in de buurt

Een greep uit de 35 activiteiten die een financiering ontvingen van TDC.

Sappentrappreactie

In vijf stations (Antwerpen, Brussel, Gent, Hasselt en Leuven) konden voorbijgangers zichzelf een eerlijk sapje trappen op de sappentrapp, een bakfiets aangesloten op een blender. De eerlijke smoothie was helemaal gratis voor zij die meededen aan de fairtradequiz.

Mobiele app Gent

Gent lanceerde een mobiele app die je tijdens een wandeling laat kennismaken met alle fairtradeverkooppunten in de regio.

Eerlijk ontbijten in het Europees Parlement

De nieuwe Europese parlementsleden werden tijdens de Week van de Fair Trade uitgenodigd op een fairtradeontbijt in aanwezigheid van verschillende fairtradeorganisaties.



02

INFORMEREN EN SENSIBILISEREN IN 2015?



Een publicatie die alle interviews verzamelt

In 2015 wordt een nieuwe reeks interviews afgenomen. Dit keer gaat het om (bekendere) Belgische bedrijven of organisaties voor wie fair trade niet de core business vormt, maar die voor een deel van hun productie of distributie voor fair trade hebben gekozen. Alle interviews die gerealiseerd zijn voor september worden verzameld in één elektronische publicatie die tijdens de Week van de Fair Trade gedeeld zal worden met het grote publiek en de pers.



Fotoreportage

In het kader van de Week van de Fair Trade wordt jaarlijks een fairtradereportage gepubliceerd in een dag- of weekblad. Verschillende artikels rond actuele fairtradethema's staan erin verzameld. In 2015 vervangen we dit concept door een fotoreportage die toont hoe fair trade de levensomstandigheden van de lokale bevolking verandert. Een fotograaf zal de producenten van Tighanimine bezoeken en in beeld brengen. Deze vrouwencoöperatie uit Zuid-Marokko produceert eerlijke arganolie en kreeg hierbij de steun van TDC.



TV-reportage Eerlijk goud

Zoals de Tv-reportage « Koffie uit Kivu » voor TV5Monde uit 2013 plannen we in 2015 een Tv-reportage over eerlijk goud uit Peru. De reportage zou worden uitgezonden op KanaalZ/CanalZ. Het idee is om deze keer meer te focussen op de weg van eerlijk goud: van in de Peruviaanse mijn, die door TDC financieel wordt ondersteund, tot op de Europese markt.



Focus op jongeren tijdens de Week van de Fair Trade

Uit de opiniepeiling Belgen en fair trade van 2014 bleek dat jongeren minder vertrouwd zijn met fair trade en de Week van de Fair Trade dan een oudere doelgroep. Vandaar zal in 2015 de focus meer liggen op jongeren.

03

STEUN AAN DE GOVERNEMENTELE COÖPERATIE

Wat?

TDC verleent zijn expertise aan de gouvernementele coöperatie op vlak van commercialisering en de aspecten van duurzame handel, zodat zij deze beter kunnen integreren in de programma's en projecten van de ontwikkelingssamenwerking.

We willen de programma's en projecten zo goed mogelijk afstemmen op de noden van de markt en de capaciteiten verbeteren van de begunstigen. Zo kunnen we echt bijdragen aan hun empowerment en kunnen we resultaten garanderen op vlak van betere markttoegang, meer inkomsten en handelsketens die zich ontwikkelen in een sfeer van eerlijkheid en duurzaamheid.

Om deze uitdagingen aan te gaan, willen we een aantal punten realiseren:

- de toegang tot onze diensten en professionele raadgeving in marketing, bedrijfsbeheer en duurzame handel vergemakkelijken;
- het aantal experts in marketing op het terrein vergroten;
- garanties van durabiliteit integreren in de commercialisering, op een manier die controleerbaar is.

Concrete activiteiten

TDC brieft junior-assistenten

Dankzij het junior programma van BTC krijgen jonge Belgen de kans om werkervaring op te doen in een van de partnerlanden van de Belgische Ontwikkelingssamenwerking.

- 2014: TDC gaf 3 juniors een briefing voor hun vertrek. Ze werken nu in Peru, Tanzania en Burundi.

TDC geeft raad aan gouvernementele programma's

- 2014: landbouw in Mali, Marokko en Tanzania, onderwijs in Uganda

TDC is ook betrokken bij het formuleren van gouvernementele programma's

- 2014 en 2015: Marokko, in 2015 ook in Tanzania

TDC biedt technische ondersteuning aan lopende programma's

- In 2015: programma's rond dadels, saffraan en amandelen in Marokko en een programma rond biologische cashewnoten in Benin.



04

SENSIBILISEREN DGD

Wat?

De diensten van DGD (Directie-generaal Ontwikkelingssamenwerking) worden ervan bewust gemaakt dat het belangrijk is om commerciële ondersteuning expliciet en met aangepaste middelen te integreren in de projecten/programma's van de Belgische Ontwikkelingssamenwerking en van het belang van duurzame handel. Dit met het oog op een verhoging van de inkomsten voor de producenten.



In 2015

In 2014 heeft TDC niet rond deze pijler gewerkt, maar volgende activiteiten werden voorbereid en enkele werden ondertussen reeds uitgevoerd.

- Begin oktober: organisatie van een workshop over de evoluties van eerlijke en duurzame handel: tendenzen van de markt en debatten, andere evoluties binnen de sector.
- Overleg tussen TDC en de communicatiedienst van DGD rond de Week van de Fair Trade en 50 jaar Ontwikkelingssamenwerking België – Peru.
- Consultatie bij enkele diensten van DGD en de ambassades over de productieketens die TDC naar voor moet schuiven in het kader van zijn technische en financiële ondersteuning.

05

ERVARING DELEN

Wat?

TDC wil zijn ervaringen op het terrein inzake steun aan de lokale privé-sector en duurzame handel delen.

In 2014

TDC werkte samen met andere organisaties rond twee thema's: duurzaam toerisme en duurzaam bosbeheer door lokale gemeenschappen. Onze ervaring situeert zich zowel in het opvolgen van deze sectoren, als in het ondersteunen van lokale producenten die binnen deze sectoren werken.

- **Colloquium alternatief toerisme – 14 feb 2014**

TDC, de cel « Appui pour à la Solidarité Internationale Wallonne » (CASIW) van Wallonie-Bruxelles International (WBI) en het platform Altervoyages organiseerden samen een colloquium met als titel « Alternatief toerisme: een middel voor lokale, duurzame ontwikkeling en de strijd tegen armoede, in het Noorden en in het Zuiden ». Dit werd georganiseerd in Luik op de het salon Vert Bleu Soleil, waar Altervoyage een zone heeft. 95 personen waren op het colloquium aanwezig. Er is een volledige samenvatting beschikbaar.

- **Seminarie over de impact van de FSC-certificering in Congo – 21 mei 2014**

TDC en WWF werkten samen om de resultaten te presenteren van een studie van CIFOR over de sociale impact van de FSC-certificering in het Congo-bekken. Dit seminarie bracht 70 geïntereeerden samen.

In 2015?

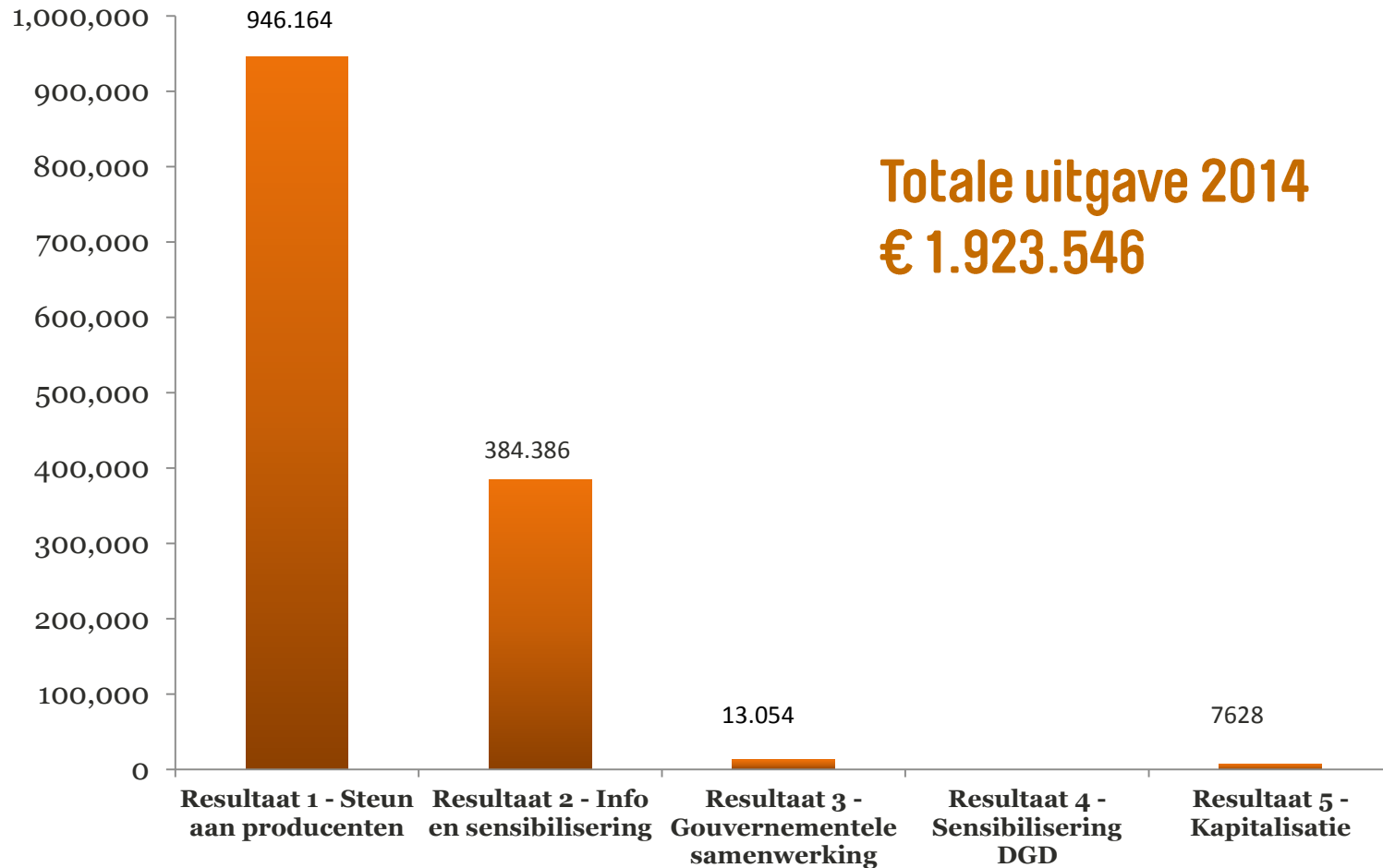
In 2015 zal TDC gebruik maken van zijn ervaringen in marketingondersteuning aan producenten(organisaties).

Een workshop in Brussel zal het team van TDC, de verschillende marketingcoaches die voor TDC werken en de personeelsleden van BTC die rond programma's met een commercieel luik werken, samen brengen.



UITGAVEN 2014

PER RESULTAAT



TEAM



Evi Coremans

Communication & Campaign officer

evi.coremans@btcctb.org - T: +32 (0)2 505 19 35 - G: +32 (0)476 92 05 43



Mathieu Desantoine

Marketing Officer

mathieu.desantoine@btcctb.org - T: +32 (0)2 505 37 66 - Skype: mathieuBTC



Steven De Craen

Financial support Officer

steven.decraen@btcctb.org - T: +32 (0)2 505 18 83 - Skype: sdecraenBTC



Josiane Droeghag

Business management and Market access Officer

josiane.droeghag@btcctb.org - Tel +32 (0)2 505 18 73 - Skype: jdroegha



Florina Mihalovici

Administration

florina.mihalovici@btcctb.org - Tel +32 (0)2 505 19 03



Samuel Poos

Coordinator

samuel.poos@btcctb.org - T +32 (0)2 505 37 74 - G +32 (0)473 734 984



BTC TRADE FOR DEVELOPMENT

Trade for Development Centre

Hoogstraat 147

1000 Brussel

tdc@btcctb.org

T: 02 505 19 03

www.befair.be



TradeForDevelopment



***BTC
BELGIAN
DEVELOPMENT AGENCY***

*RUE HAUTE 147
1000 BRUSSELS
T +32 (0)2 505 19 37
TDC@BTCCTB.ORG
WWW.BEFAIR.BE
WWW.BTCCTB.ORG*