

OXFAM FAIR TRADE: DUBBELCHECK VOOR MENS EN PLANEET

DUURZAAMHEIDSVERSLAG 2023



oxfamfairtrade.be



OXFAM
Fair Trade

OVER DIT RAPPORT



DIT RAPPORT IS ONLINE
RAADPLEEGBAAR VIA
[OXFAMFAIRTRADE.BE/
DUURZAAMHEID](https://oxfamfairtrade.be/duurzaamheid) 

Dit is het derde duurzaamheidsverslag van Oxfam Fair Trade, met hoofdzetel op het adres Ververijstraat 15, 9000 Gent. Oxfam Fair Trade is een coöperatieve vennootschap binnen Oxfam België. Dit rapport werd gepubliceerd op 17 juni 2024. De rapportage loopt over het jaar 2023 (januari tot december 2023). We engageren ons jaarlijks om over onze duurzaamheidsprestaties te rapporteren. Het rapport is ook beschikbaar via oxfamfairtrade.be/duurzaamheid.

Het verslag is opgesteld in overeenstemming met de GRI Standards kernachtige versie (core), en werd niet extern geaudit. De GRI Content Index, met verwijzingen naar de resultaten, is achteraan terug te vinden.

Je kan je vragen of feedback over dit rapport doorgegeven aan Judith Pieters: judith.pieters@oft.be.

VOORWOORD



“Met deze gerichte aanpak benadrukken we onze toewijding in het aanbieden van hoogwaardige producten die grondig zijn gecheckt (dubbel!) op hun sociale en ecologische impact.”

NICK DECLERCQ

Oxfam Fair Trade heeft de Covid-19-crisis en de daaropvolgende stijging van de prijzen voor voedingsgrondstoffen sterk gevoeld. Het betekende een verlaagde omzet (vooral in volume) met bijhorende lagere aankopen bij de Oxfam Fair Trade handelspartners (leveranciers). Het resultaat was dat Oxfam Fair Trade een aantal moeilijke keuzes heeft moeten maken. Langetermijnrelaties zijn voor Oxfam Fair Trade erg belangrijk (zie 2.2) ☹️. We doen er dan ook alles aan om de risico's in de keten zoveel mogelijk te spreiden. De dalende volumes zorgden er helaas voor dat we minder koffie konden aankopen en dat we de samenwerking met één van de koffipartners moesten stoppen. (Zie *Zorgplicht Stap 5: Communicatie*) ☹️. Een recente herstructurering en de ontwikkeling van een **nieuw, dynamisch businessmodel** helpt ons om de uitdagingen verder het hoofd te kunnen bieden.

We focussen in dit nieuwe model op enkele strategische categorieën en concentreren onze inspanningen rond de bekende Oxfam Fair Trade-producten, waar de impact het meest voelbaar zal zijn. We hebben het dan over koffie, chocolade en wijn, producten die vereenzelvigd zijn geworden met Oxfam Fair Trade. Daarnaast blijven we onze aandacht richten op sappen, frisdranken, snacks zoals chips en repen en honing. Het assortiment omvat verder Palestijnse producten, die we beschouwen als belangrijke 'solidariteitsproducten', vandaag nog meer dan anders.

Het is de bedoeling om met deze producten een grotere omzet te behalen – te groeien in volume – zodat we voor nog meer impact kunnen zorgen bij onze rechtstreekse handelspartners. Onze focus blijft het vermarkten van hun producten. Om het aanbod in de wereldwinkels te verbreden kopen we daarnaast in andere productcategorieën verschillende Fair Trade gecertificeerde producten aan, uiteraard ook Oxfam-proof maar met minder verkoops- en marketingondersteuning.

Dit duurzaamheidsverslag focust op de strategische categorieën (de producten onder het merk Oxfam Fair Trade) in het weergeven van de meeste jaarcijfers: bio-certificering, emissie-strategie, impactprojecten, aanpak zorgplicht ... De oplettende lezer zal opmerken dat een aantal cijfers ietwat verschillen met die van 2022, net door het nieuwe businessmodel.

Met deze gerichte aanpak benadrukken we onze toewijding in het aanbieden van hoogwaardige producten die grondig zijn gecheckt (dubbel!) op hun sociale en ecologische impact. We streven ernaar om altijd de meest eerlijke optie op de markt te brengen, waarbij we transparantie en integriteit hoog in het vaandel houden.

Nick Declercq

2023 IN KERNCIJFERS



2 778 079
kilo volumes



€ 18.194.708
Bruto omzet



174
producten in ons assortiment



Marktleider
in de Belgische fairtradekoffie



123,4
B Corp-score



100%
fairtradecertificering



66%
bioassortiment OFT-merk



18
lage- en
middeninkomenlanden
waaruit we grondstoffen en
producten aankopen

25
landen waaraan wij
producten verkopen



€ 284.924,40
fairtradepremie



€ 64.442
premie Bite to Fight-chocolade



€ 225 000
geschonken aan vzw
Oxfam-Wereldwinkels



33
collega's in ons team



14
co-creatieprojecten, "beyond
certification" bij de handelspartners
die wij in 2023 rechtstreeks
ondersteunden



30
handelspartners in lage- en
middeninkomenlanden



rechtstreekse impact op
+500.000 leden

Dit zijn de leden van de coöperaties die als
community de vruchten plukken van onze
fairtrade-premiebesteding

INHOUD

Over dit rapport	2	4. WAT WE DOEN VOOR ONZE KLANTEN	37
Voorwoord	3	4.1. Onze engagementen	38
2023 in kerncijfers	4	4.2. We bieden een eerlijk en duurzaam productassortiment aan	40
1. OVER OXFAM FAIR TRADE	8	4.2.1. Conform aan externe certificeringen en referentiekaders	40
1.1. Wie zijn we	9	4.2.2. Minder afval	43
1.2. Onze organisatiestructuur	10	4.3. Op kwaliteitsgebied trachten we de verwachtingen en regelgevingen over onze producten te overstijgen	45
1.3. Onze keten	10	5. WAT WE DOEN VOOR DE SAMENLEVING	47
1.4. Onze duurzaamheidsstrategie	12	5.1. Onze engagementen	48
1.4.1. Zorgplicht: een toewijding aan duurzaamheid	12	5.2. We zijn wereldwijd bij de 5% beste bedrijven op alle B Corp-impactdomeinen	49
1.4.2. Materialiteitsanalyse en stakeholderengagement	13	5.3. We zetten ons in met klimaatbijdragen bij de handelspartners	50
1.4.3. Expliciete keuze voor B Corp-certificatie	15	5.4. We bouwen de zorgplicht in onze hele waardeketen in	55
1.4.4. Onze engagementen	15	5.5. We gaan strategische partnerschappen aan	59
1.4.5. Hoe volgen we onze strategie op?	16	6. OVER DIT VERSLAG	60
2. WAT WE DOEN VOOR DE HANDELPARTNERS	17	7. BIJLAGEN	62
2.1. Onze engagementen	18	7.1. Materialiteitsanalyse	63
2.2. We drijven eerlijke handel met de handelspartners	19	7.2. Kwaliteitsscore	65
2.2.1. Eerlijke prijs	19	7.3. Onze B Corp-audit	66
2.2.2. Sociale structuren in balans	26	8. GRI STANDARDS REFERENCE TABLE	68
2.2.3. Co-creatieprojecten op vraag van de handelspartners	28	8.1. Algemene informatieelementen (GRI)	69
2.3. We bouwen samenwerkingen op lange termijn uit met onze handelspartners	29		
2.3.1. Samenwerken op lange termijn	29		
2.3.2. Een 360°-aanpak, ook voor onze leveranciers	31		
3. WAT WE DOEN VOOR ONZE MEDEWERKERS	32		
3.1. Onze engagementen	33		
3.2. We verhogen de tevredenheid en het welzijn in het team	36		
3.3. We waarborgen de bescherming en integriteit in onze organisatie	36		





1.

**OVER
OXFAM
FAIR
TRADE**

1.1. WIE ZIJN WE

Oxfam Fair Trade werkt samen met coöperaties van landbouwers aan een leefbare wereld voor iedereen. Sociale, ecologische en economische rechtvaardigheid wereldwijd: daar gaan we voor. We werken hiernaartoe door zelf het goede voorbeeld te geven. Concreet zetten wij ons in voor de productie, aankoop, verwerking, logistiek en verkoop van duurzame, eerlijke, gezonde en hoogwaardige voedingsproducten. Ons assortiment bestaat uit een brede waaier aan koffies, chocoladeproducten, wijnen en (fruit) sappen, snacks ... We verkopen zowel producten onder ons eigen merk als andere merken. 🌱

Voor ons is wereldwijde rechtvaardige handel belangrijk, omdat we ervan overtuigd zijn dat dit iedereen ten goede komt:



De producenten in lage- en middeninkomenslanden die terechtkomen in een rechtvaardig economisch stelsel;



De consumenten in België die kunnen kiezen voor een duurzaam en verantwoord alternatief;



Onze organisatie, die toont dat ons bedrijfsmodel haalbaar en schaalbaar is, en daarmee andere spelers blijft uitdagen om het beter te doen.

Sociale, ecologische en economische rechtvaardigheid wereldwijd: daar gaan we voor.



1.2. ONZE ORGANISATIESTRUCTUUR

Oxfam Fair Trade is op 11 juli 1994 opgericht als een coöperatieve vennootschap.

→ ZIE FIGUUR 1

Participatieve beslissingsstructuur

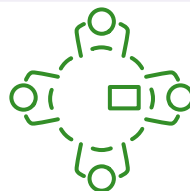
Oxfam België draagt een participatieve werking hoog in het vaandel. Verschillende structuren garanderen de betrokkenheid van belanghebbenden, in verschillende fasen van het besluitvormingsproces. Het Forum informeert en raadpleegt vrijwilligers van wereldwinkels. Ze nemen er via democratische stemmingsprocedures deel aan verschillende beslissingsprocedures. Daarnaast heeft de **Partnercommissie** een adviserende rol over het opzetten/stopzetten van relaties met de handelspartners. Verder bepaalt ze mee de noodzakelijke standaarden voor het opzetten van een handelsrelatie. Participatie en uitwisseling tussen Oxfam Fair Trade (commerciële werking) en Oxfam België (ngo-structuur) gebeurt ook intern. Binnen het **product- en producentencomité** – met daarin vertegenwoordigers uit beide werkingen – wordt de partnerwerking verder bepaald en valideren we de co-creatieprojecten bij producenten. Stakeholder governance zit via de coöperatieve structuur en de verschillende beslissingsorganen dus helemaal in het Oxfam-DNA.

FIGUUR 1 OXFAM FAIR TRADE ORGANISATIESTRUCTUUR



AANDEELHOUDERS

58,5%	Oxfam België
26%	individuele wereldwinkels
6%	privépersonen
9,5%	non-profit coöperaties



COLLEGIAAL BESTUURSORGaan

Dit zijn de leden van de vroegere 'Raad van Bestuur' van **Oxfam België**



COLLEGA'S

Dit zijn de Collega's van **Oxfam Fair Trade**

1.3. ONZE KETEN

Van grondstof tot afgewerkt product: elke stap is cruciaal in een goed draaiende keten. Bovenal zijn we ervan overtuigd dat alles steunt op onze eigen werking, die we zo verantwoordelijk mogelijk organiseren.

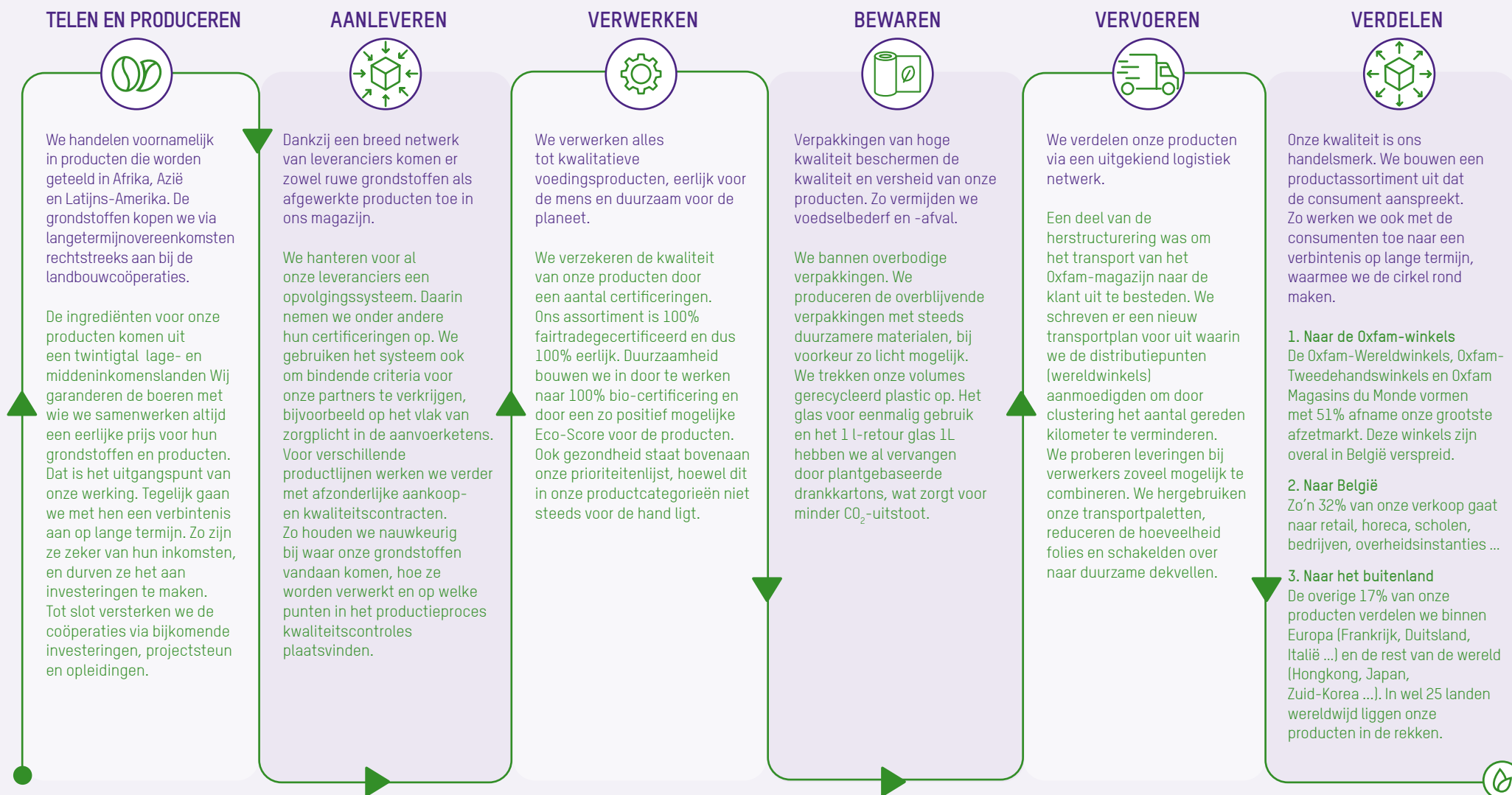
→ ZIE FIGUUR 2

FIGUUR 2

ONZE TOELEVERINGSKETEN

Verantwoorde interne werking

In alle stappen die we met Oxfam Fair Trade zetten, hebben we een directe invloed op iedere schakel in onze toeleveringsketen. Daarom organiseren we onze eigen werking maximaal verantwoord volgens onze duurzame strategie.





Oxfam Fair Trade staat
vooraan in de strijd voor een
eerlijke en rechtvaardige wereld.

1.4. ONZE DUURZAAMHEIDSSTRATEGIE

1.4.1. Zorgplicht: een toewijding aan duurzaamheid

In een tijd waarin de roep om duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid luider klinkt dan ooit, staat Oxfam Fair Trade vooraan in de strijd voor een eerlijke en rechtvaardige wereld. Als pionier op het gebied van fair trade in België zet Oxfam Fair Trade zich al meer dan een halve eeuw in voor het bestrijden van onrechtvaardigheid en het bevorderen van gelijke handelsrelaties. In lijn met deze toewijding omarmen we de EU-richtlijn Corporate Sustainability Due Diligence (CSDDD) als een leidraad voor onze acties en beslissingen.

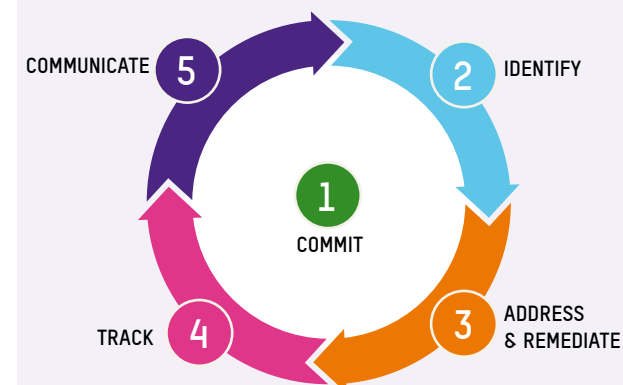
CSDDD: de hoeksteen van duurzame bedrijfsvoering


De EU-richtlijn Corporate Sustainability Due Diligence (CSDDD) is geen abstract concept voor ons, dan wel een kompas dat onze weg naar duurzaamheid verder begeleidt. Zorgplicht als concept zorgt ervoor dat we risico's op mensenrechten- en milieuschendingen, en duurzaamheid geïntegreerd aanpakken . De richtlijn verplicht bedrijven om transparantie te bieden over hun impact op mensenrechten en milieu. Het dient als kader voor het identificeren en beperken van duurzaamheidsrisico's in onze toeleveringsketens en aankoopactiviteiten.

Onze cyclische aanpak


Bij Oxfam Fair Trade hanteren we een zorgplichtbeleid (COMMIT), wat betekent dat we de risico's op mensenrechten- en milieuschendingen in onze waardeketens actief opsporen en beoordelen (IDENTIFY). We nemen concrete maatregelen om deze negatieve impact te stoppen, voorkomen, beperken en herstellen (ADDRESS & REMEDIATE). Tegelijk monitoren we de uitvoering en effectiviteit van deze maatregelen (TRACK). We hechten veel belang aan een transparante communicatie over deze stappen en we integreren de lessen die we hieruit trekken in onze bedrijfsvoering, waarbij we onze ervaringen, zowel de goede als minder goede, delen voor verbetering (COMMUNICATE).

FIGUUR 3
ZORGPLICHT,
CYCLISCHE AANPAK



In hoofdstuk 5  gaan we dieper in op onze aanpak. Doorheen het verslag verwijzen we graag naar hoe bepaalde thema's gelinkt zijn aan één van de 5 cyclische stappen in ons zorgplichtbeleid.

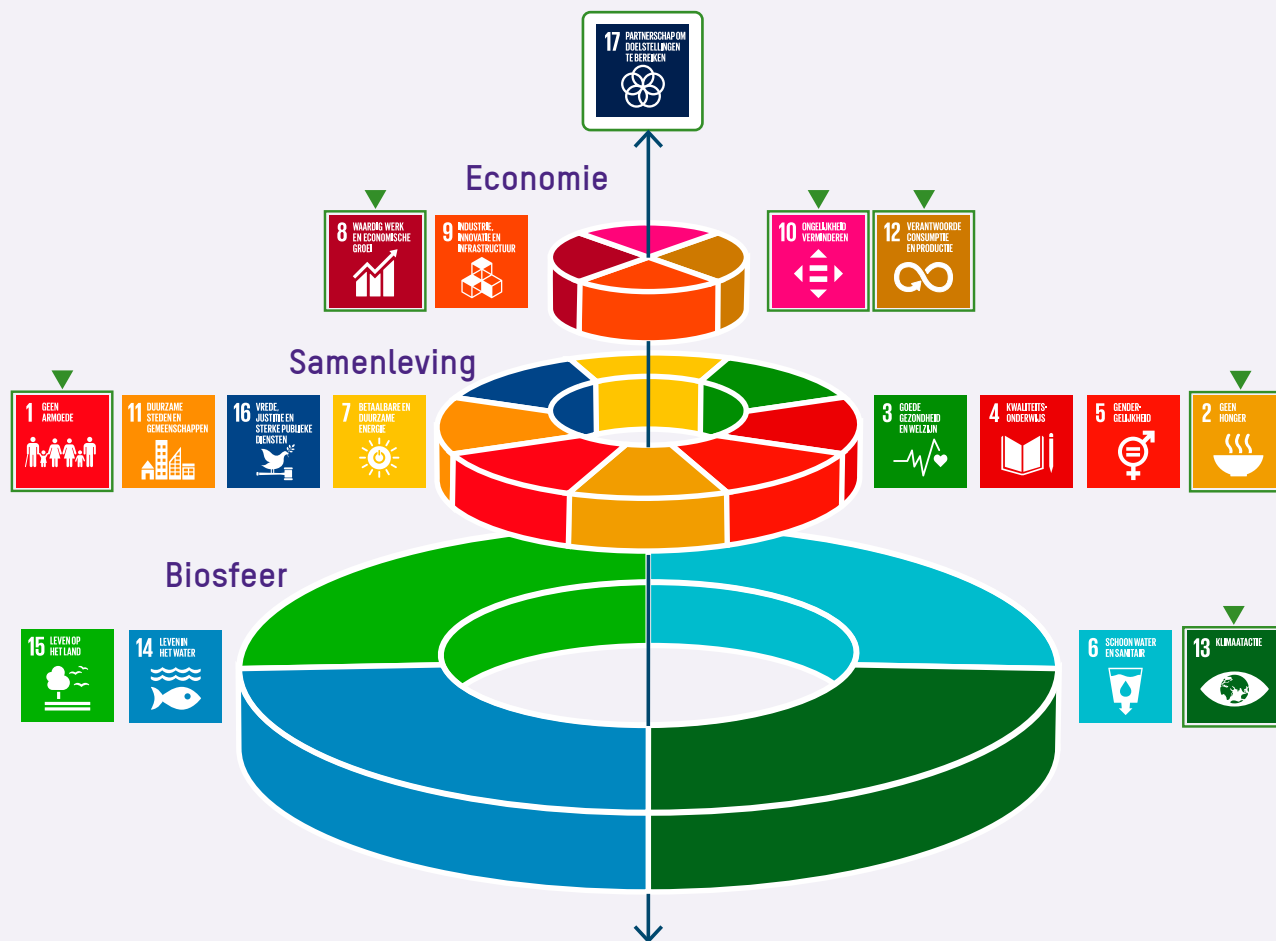
1.4.2. Materialiteitsanalyse en stakeholderengagement

Bij het opstellen van onze duurzaamheidsstrategie in 2021 zijn we gestart met een materialiteitsanalyse en stakeholderbevraging.  Zo brachten we de verbindende werking van Oxfam Fair Trade nog beter in kaart.

In onze materialiteitsanalyse staan de Sustainable Development Goals centraal, een wereldwijde set van doelstellingen die de grote wereldproblemen tegen 2030 de wereld moeten uithelpen. De SDG's dragen bij aan drie dimensies van duurzame ontwikkeling, waarbij de grenzen van de planeet ('biosphere') een absolute voorwaarde vormt voor sociale gelijkheid ('society') en economische welvaart ('economy'). → ZIE FIGUUR 4.

We brachten de drie dimensies en de overeenkomstige SDG's in kaart en linkten ze aan de feedback van onze stakeholders. Zij vinden de volgende SDG's het belangrijkste voor Oxfam Fair Trade: 1 (geen armoede), 10 (ongelijkheid), 2 (geen honger), 8 (werkbaar werk), 12 (duurzame consumptie) en 13 (klimaatactie). Het zijn dan ook de SDG's waarop we onze strategie enten. Ze vormen onze materialiteitsmatrix, die terugkomt in de GRI-tabel.

FIGUUR 4 DE INPASSING VAN DE SDG'S IN DE DRIE DIMENSIES VAN DUURZAME ONTWIKKELING: BIOSFEER, SAMENLEVING EN ECONOMIE



ONZE STAKEHOLDERS HEBBEN DE ZES BELANGRIJKSTE SDG'S VOOR OXFAM FAIR TRADE GEDEFINIEERD. ZE STAAN VERDEELD OVER ALLE DRIE DE NIVEAUS VAN DUURZAME ONTWIKKELING: BIOSFEER, MAATSCHAPPIJ EN ECONOMIE. SDG 17 PARTNERSCHAP, IS DE VERBINDENDE FUNCTIE VAN ONZE MISSIE EN ONS WERK.

© STOCKHOLM RESILIENCE CENTRE

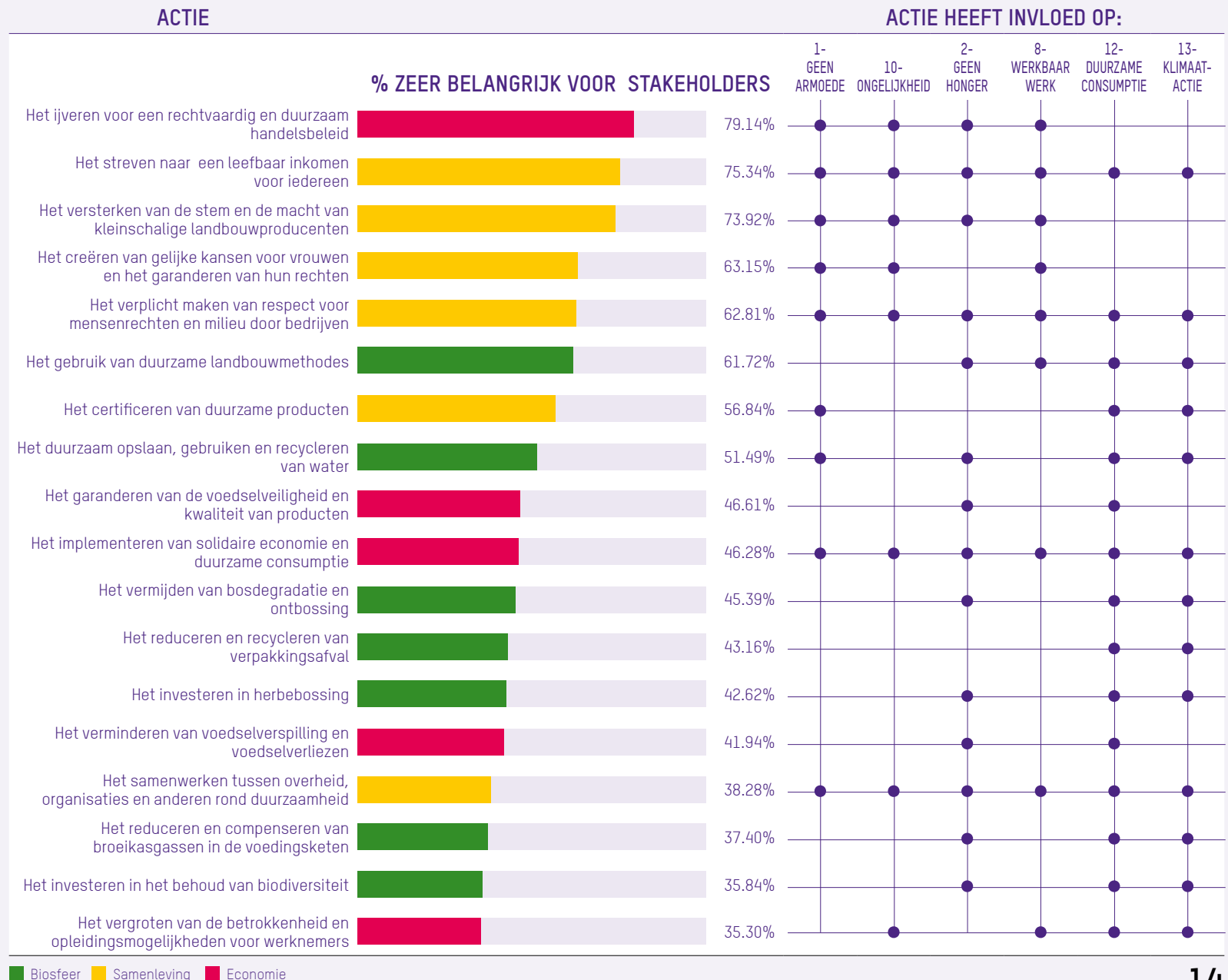
Centraal in onze
aanpak
staat zelf het goede
voorbeeld geven.

Onze stakeholders vinden het essentieel dat Oxfam Fair Trade inzet op de volgende acties en oplossingen:

MEER WETEN OVER ONZE
STAKEHOLDERBEVRAGING?
IN DE BIJLAGE 🌿
GAAN WE DIEPER IN OP
ONZE VOORNAAMSTE
STAKEHOLDERGROEPEN,
DE BEVRAGING ZELF EN DE
MATERIALITEITSMATRIX DIE
ERUIT VOORTKWAM.

FIGUUR 5

DE ACTIES EN OPLOSSINGEN WAAROP OXFAM FAIR TRADE MOET INZETTEN VOLGENS DE STAKEHOLDERS



1.4.3. Expliciete keuze voor B Corp-certificatie

In juni 2021 behaalde Oxfam Fair Trade de B Corp-certificering met een score van 123,4 punten, meteen een mooi bewijs dat we als organisatie echt een positief verschil maken in de wereld. Gecertificeerde B Corporaties zijn bedrijven die voldoen aan hoge normen wat betreft sociale prestaties, milieuprestaties en transparantie. Om in aanmerking te komen voor certificering moeten bedrijven een grondige audit doorlopen (uitgevoerd door de non-profitorganisatie B Lab) en meer dan 80 punten behalen. Een aantal recente B-Corp certificeringen van bedrijven die geen duurzaam imago hebben, maakten ons echter wel kritisch over de certificering. 🌱 Wereldwijd zijn er vandaag meer dan 4.000 gecertificeerde B Corporaties, in 130 sectoren in 77 landen, waaronder enkele prominente ethische merken zoals Patagonia, Altereco en sinds 2021 dus ook Oxfam Fair Trade. We zijn erg trots op onze score, die een stuk hoger ligt dan het minimum. 🌱 Vooruitblik: in 2024 doorlopen we opnieuw een B-Corp audit en is ons doel om onze score nog te verbeteren tot 130 punten. 🌱

1.4.4. Onze engagementen

Oxfam Fair Trade is een verbindende organisatie die werkt aan een geïntegreerde oplossing voor de sociale, economische en ecologische problemen van deze tijd. Centraal in onze aanpak staat zelf het goede voorbeeld geven.

Daarom engageren wij ons voor:

→ ZIE FIGUUR 6

FIGUUR 6

ONZE DUURZAAMHEIDSSTRATEGIE






Van l.n.r. Nick Declercq, Bert Vander Vennet, Judith Pieters, Marion Meyvis, Nancy De Wispelaere en Anke Teigeler.

1.4.5. Hoe volgen we onze strategie op?

Het is ons doel onze duurzame strategie zo goed mogelijk te implementeren en onze engagementen plantmatig uit te voeren. Daarom werkten we de volgende werkstructuur uit:

- **Ons duurzaamheidsteam** omvat collega's uit verschillende teams: kwaliteit en preventie, aankoop, marketing, verkoop, communicatie en ad hoc experts uit Oxfam België (zorgplicht, certificering, ...). Deze laatste zorgen ervoor dat we met duurzaamheidsevoluties steeds up-to-date zijn en de lat steeds hoger leggen. Dit team monitort de actieplannen, bespreekt samen de voortgang van de doelstellingen, zoekt oplossingen voor knelpunten en wisselt goede praktijkvoorbeelden uit.
- **Projectleiders** zijn verantwoordelijk voor de diverse engagementen in onze strategie. Zij volgen de voortgang van de doelstellingen op en stellen - indien nodig - actieplannen op. Ze staan in rechtstreeks contact met het duurzaamheidsteam.
- Onze **duurzaamheidsadviseur** coördineert en monitort het globale duurzaamheidsplan. Zij stuurt enerzijds de vergaderingen met het gehele duurzaamheidsteam aan en rapporteert anderzijds rechtstreeks naar de operationele directeur. Ze vervult op die manier een sleutelrol.
- Jaarlijks rapporteren we over onze prestaties via een **duurzaamheidsverslag**. Op die manier bouwen we maximale transparantie in naar al onze stakeholders. Deze algehele strategie loopt nog tot 2027. Nadien herevalueren we onze voortgang en stellen we bij waar nodig.



2.

WAT WE DOEN VOOR DE HANDELSPARTNERS

2.1. ONZE ENGAGEMENTEN

Onze engagementen:



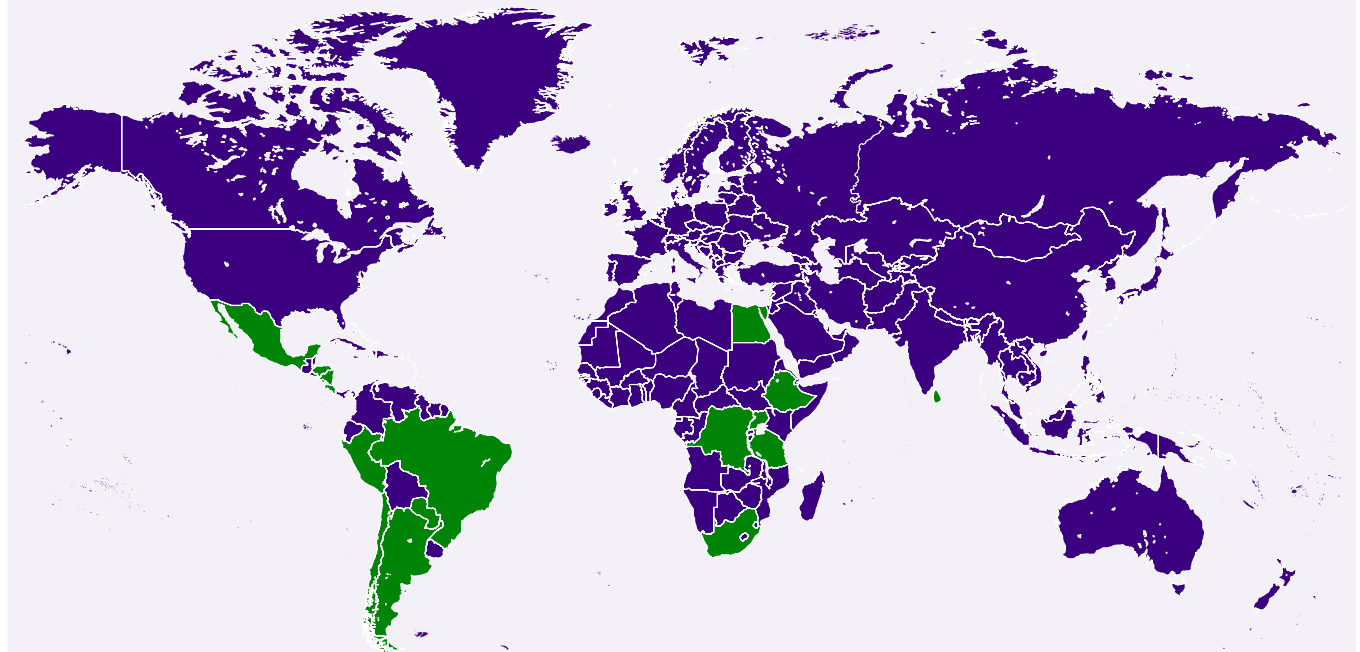
- We drijven eerlijke handel met onze handelspartners
- We bouwen met onze handelspartners samenwerkingen uit op lange termijn

Meer dan 50 jaar geleden werd Oxfam opgericht voor de handelspartners in Afrika, Azië en Latijns-Amerika. Eerlijke handel is het begin van een eerlijk economisch systeem, waar iedereen de vruchten van plukt. In totaal werken we samen met 30 coöperaties. Daarmee bereiken we meer dan 500.000 leden/boerenfamilies.

Wist je dat ... we hoofdzakelijk samenwerken met coöperaties van landbouwers? Een coöperatief model gaat uit van gelijkwaardigheid en solidariteit tussen de leden, in plaats van klassieke organisatiemodellen met loondienst. Daarin kunnen wij ons helemaal vinden. Bovendien staan boeren die zich verenigen een heel pak sterker: ze delen risico's, versterken hun onderhandelingspositie en kunnen samen investeren in gemeenschapsprojecten.

→ ZIE FIGUUR 7

FIGUUR 7
DE PARTNERS VAN OXFAM FAIR TRADE AANGEDUID OP DE WERELDKAART



ARGENTINIË, BRAZILIË, BURUNDI, CHILI, CONGO, COSTA RICA, EGYPTE, ETHIOPIË, HONDURAS, OEGANDA, MEXICO, NICARAGUA, PALESTINA, PARAGUAY, PERU, SRI LANKA, TANZANIA, ZUID-AFRIKA

2.2. WE DRIJVEN EERLIJKE HANDEL MET DE HANDELSPARTNERS

We maken met de handelspartners eerlijke afspraken, voor alle partijen. We leggen hier sterk de nadruk op een eerlijke prijs voor het werk en de producten die ze leveren. Bovendien betekent een eerlijke handelsovereenkomst ook sociale gelijkheid en gelijke kansen.

2.2.1. Eerlijke prijs

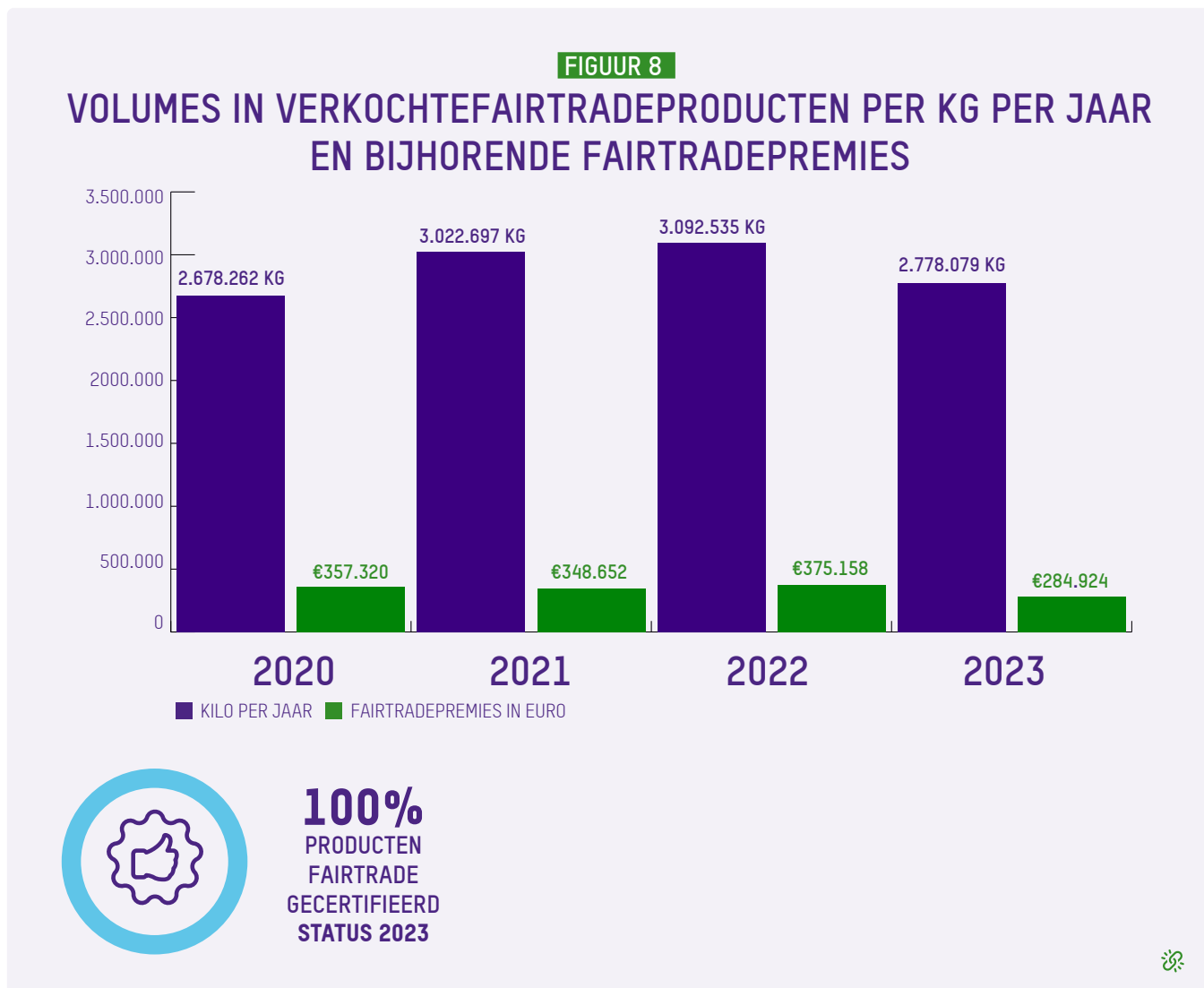
Een correcte vergoeding is de basis van een gelijkwaardig handelssysteem. Daarom betalen we consequent een eerlijke ('fair trade') prijs voor alle grondstoffen en producten die we aankopen. Onze prijszetting gebeurt als volgt: *fairtradeprijs + fairtrade premie + biologische premie + premie voor een leefbaar inkomen*.

a. Fair Trade

Wij betalen een fairtradeprijs, berekend volgens de standaarden van Fairtrade International. De fairtradeprijs ligt vaak een stuk boven de marktprijs en geeft de boer een stabiele prijsgarantie. Als de marktprijs door bepaalde omstandigheden boven de fairtradeprijs stijgt, dan betalen wij de marktprijs. Altijd de hoogste, dus. Daarnaast betalen wij een **fairtrade premie** bovenop de prijs. Deze premie gaat naar sociale en ecologische projecten. De boeren en leden van de coöperatie spreken elk jaar samen af waar ze de premie aan besteden. Denk maar aan de bouw van lokale scholen, ziekenhuizen of apotheken, de aankoop van nieuwe productiemiddelen, cursussen rond klimaatverandering ...

→ ZIE FIGUUR 8

Ons fairtrade-engagement is sinds de jaren 1970 ons handelsmerk. Al onze producten zijn fairtradegecertificeerd.





Het tweede premieproject was de bouw en opstart van een secundaire school, met nu reeds 550 leerlingen!

Wim Melis (sourcing manager wijn) over fairtradepremie bij La Riojana

Premie bij Argentijnse wijncoöperatie La Riojana

Onze **Argentijnse wijnpartner La Riojana** genereert een aanzienlijk budget aan fairtradepremie. Hiermee financieren ze indrukwekkende projecten voor de wijnboeren, de werknemers en de bredere gemeenschap. Het eerste project was een waterreservoir in het dorp Tilimuqui; het bleek een

WIST JE DAT ...



Marion Meyvis (Hoofd Sustainable Sourcing Management en Product Marketing) vertelt ...

"Oxfam Fair Trade mikt vooral op producten uit **de korte keten**. Hoe minder tussenspelers tussen producent en consument, hoe meer de producerende boer verdient. Om die reden importeert Oxfam haar strategische producten direct van bij de boercoöperaties. Ze komen uiteraard uit lage- en middeninkomenlanden wat transporten met zich meebrengt. Onze keuze hiervoor is duidelijk te verklaren:

- de omstandigheden van boeren in lage- en middeninkomenlanden zijn erg uitdagend
- het merendeel van onze strategische producten groeit enkel in de tropische belt (koffie, cacao, yuca, suikerriet ...)
- (nu lopen we al wat vooruit op de feiten) transport (we kiezen altijd voor zeetransport wat het minst uitstoot per kg veroorzaakt) is in deze ketens zeker niet de grootste vervuiler (zie 4.2.1c Europese vs. wereldwijnen) 🌱

enorm succes in deze semi-aride zone. Het tweede premieproject betrof de bouw en opstart van een secundaire school, waar nu al 550 leerlingen school lopen. In 2022 kwam er een indrukwekkend gezondheidscentrum bij. De premiefondsen van 2023 gingen naar de aankoop van medisch materiaal. 🌱

b. Biologische premie

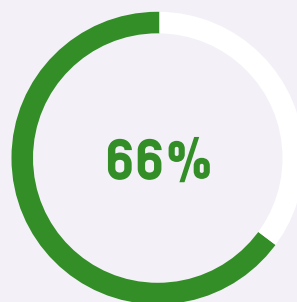
Wij betalen de boer.in voor hun bioproducten een biologische premie. Op die manier geven we bioboeren extra versterking voor hun inspanningen, die iedereen ten goede komen (de gezondheid van de consument én van de planeet). We mikken tegen 2030 op een bio-certificering voor al onze producten. We maken dat engagement niet enkel duidelijk naar onze consumenten – én de planeet –, maar ook naar de handelspartners.

→ ZIE FIGUUR 9

De biologische landbouw maakt hen namelijk weerbaarder tegen de gevolgen van de klimaatverandering. De laatste jaren zien we bij boeren een toenemende interesse om over te schakelen naar biologische teelt. Helaas kunnen ze de daarmee gepaard gaande investeringen zelden alleen dragen. Oxfam Fair Trade betaalt de boeren die ons biologisch gecertificeerde gewassen leveren sowieso een biologische premie (bovenop de fairtradeprijs en -premie). Op aanvraag bieden we aparte projectsteun aan boeren die nog aan het begin van het traject staan.

FIGUUR 9 STATUS BIOLOGISCH GECERTIFICEERDE PRODUCTEN IN 2023 VERSUS DE DOELSTELLING IN 2030

STATUS 2023



DOELSTELLING 2030



“Onze Braziliaanse sinaaspartner Coopealnor werkt al jaren hard aan de uitbreiding van zijn bioteelt-areaal. Voor de aankoop van biologische meststoffen voor hun sinaasbomen kregen ze ruime financiële ondersteuning van Oxfam Fair Trade. Na 3 jaar is de certificering volgens de strenge EU bio-normen van de een feit. De inspanning loont, want in 2023 importeerde Oxfam Fair Trade voor het eerst een belangrijk volume bio-gecertificeerd sinaasconcentraat uit Brazilië. Voor de omgeschakelde sinaasboeren is de impact aanzienlijk, met een meerprijs van maar liefst 2800 \$ per ton of 2,80 \$ per kg voor het biologisch sinaasconcentraat! 🌱

Nancy De Wispelaere
(Sustainable Sourcing Manager)

WIST JE DAT ...



de omschakeling naar een biologische teelt niet vanzelfsprekend is? Het vraagt bijkomende kosten en specifieke kennis om productiemethoden om te schakelen, wat investeringen, opleidingen en training van de boeren met zich meebrengt. Bovendien duurt het drie jaar eer een landbouwer zijn gewassen biologisch gecertificeerd krijgt – in de tussentijd levert hij wel al de inspanningen, maar krijgt hij het label er nog niet voor.



Enkel bio-wijn? Ja, maar Uitdagingen rond bio-omschakeling

Veel van onze wijnpartners die nu al produceren met een minimale impact op het leefmilieu willen toch graag omschakelen naar bio-certificatie. Dat is niet altijd evident. Oxfam Fair Trade wil de boeren die ervoor kunnen en willen gaan in hun conversietraject dan ook graag helpen, o.a. met een projectsteun voor 2 wijnpartners in Chili.

In sommige regio's of specifieke wijngaarden is bio-teelt quasi onmogelijk. Vaak zijn de klimaatomstandigheden niet ideaal, met veel regen of mist die schimmels veroorzaakt, waar wijnboeren (te) dure bestrijdingsmiddelen tegen moeten inzetten. Een andere mogelijke belemmering is de cross-contaminatie van naburige wijngaarden of andere teelten, waar boeren wel chemische middelen gebruiken. Een bufferzone kan hier een oplossing bieden, maar dat is niet altijd mogelijk. Een stevige wind is in het eerste geval een behulpzame factor, in het tweede geval net het probleem.

Voor onze wijnpartners is de klimaatverandering jammer genoeg zéér voelbaar. Op één jaar tijd kregen ze al af te rekenen met uitzonderlijke overstromingen en desastreuze bosbranden.

De bio-certificatiekosten en bijhorende administratie schrikken de boeren vaak af. Net daarom voorziet Oxfam Fair Trade in zijn projectbudgetten middelen om de bio-audits tijdens de transitieperiode (3 jaar) te bekostigen. Daarbij zorgen we ook voor een vergoeding voor een professional die de boeren technisch begeleidt. Op die manier voorkomen we non-conformiteiten. Sommige producenten kunnen gebruik maken van

een eigen composteringsproject, andere dienen organische meststoffen bij te kopen. Die zijn net als bio-bestrijdingsmiddelen zeer duur. Voor beide geven we de boeren in het traject dan ook een financieel duwtje in de rug. Bio-teelt betekent ook meer (on)kruid en meer wieden. Met andere woorden: meer arbeid, en dat is in sommige regio's moeilijk te vinden. We hebben enkele boeren dan ook gesteund met de aankoop van een bosmaaier.

Met goede zorg en bemesting zorgt een bio-wijngaard voor een goede oogst, en is die niet noodzakelijk minder dan bij een gangbare teelt. Uiteraard dienen boeren de transitieperiode te overbruggen, en is de opbrengst in het eerste bio-jaar misschien nog geen 100%. Bij één wijnboer faciliteerden we de aankoop van nieuwe wijnranken, uiteraard met een hoog productief rendement, want dat is een cruciale factor. Het bewustzijn en de vraag naar bio stijgt. De wijnmarkt is wispelturig, met tegenslagen en nieuwe kansen. De meerprijs voor bio maakt voor sommige kleinschalige wijnboeren echt wel het verschil. Hopelijk vinden onze wijnproducenten niet enkel bij Oxfam Fair Trade hierin een bondgenoot, maar stappen ook vele nieuwe andere klanten mee in hun constructieve verhaal van kleinschalige, rendabele en ecologisch duurzame wijnbouw 🌱.

In totaal is nu meer dan 66%
van ons assortiment biologisch
gecertificeerd.



c. Premie voor een leefbaar inkomen

WAT VERSTAAN WE ONDER EEN LEEFBAAR INKOMEN?

Een leefbaar inkomen voldoet allereerst aan de basisbehoeften. Denk daarbij aan de kosten die gaan naar voeding, de huur of afbetaling van een woning, essentiële diensten als onderwijs, gezondheidszorg of kleding ... Cruciaal is dat daarnaast nog een buffer overblijft. Die kunnen de boeren sparen, investeren, inzetten bij onverwachte kosten enzovoort.

Oxfam Fair Trade is kritisch en blijft haar processen en impact bij de boeren jaar na jaar evalueren. In sommige contexten zien we dat fair trade niet volstaat om boeren van een waardig leven te voorzien, bijvoorbeeld omdat de context in het land erg fragiel is of omdat de boeren minder toegang hebben tot (lokale en landelijke) ondersteuning. Daarom engageren wij ons om in bepaalde aanvoerketens 'beyond fair trade' te gaan, zoals in Ivoorkust waar de cacao-context erg complex is.

Met onze chocoladelijn 'Bite to Fight' bieden we cacaoboeren in Ivoorkust sinds enkele jaren ook een heel specifieke Oxfampremie aan: de premie voor een leefbaar inkomen. Collega Marion Meyvis geeft uitleg: "Deze leefbaar inkomen-budgetten komen bovenop de fairtradeprijs en -premie die onze cacaotelers sowieso ontvangen. Concreet levert de leefbaar inkomen-premie hen per kilogram cacaobonen ongeveer 1 bijkomende dollar op. De prijs schommelt een beetje afhankelijk van de marktprijs. Maar in elk geval zorgen we ervoor dat we met de fairtradeprijs en -premie en daarbovenop de Oxfampremie samen 3.708 dollar per ton betalen. Cacaoboeren hebben het meer dan nodig: uit onderzoek blijkt dat de meeste

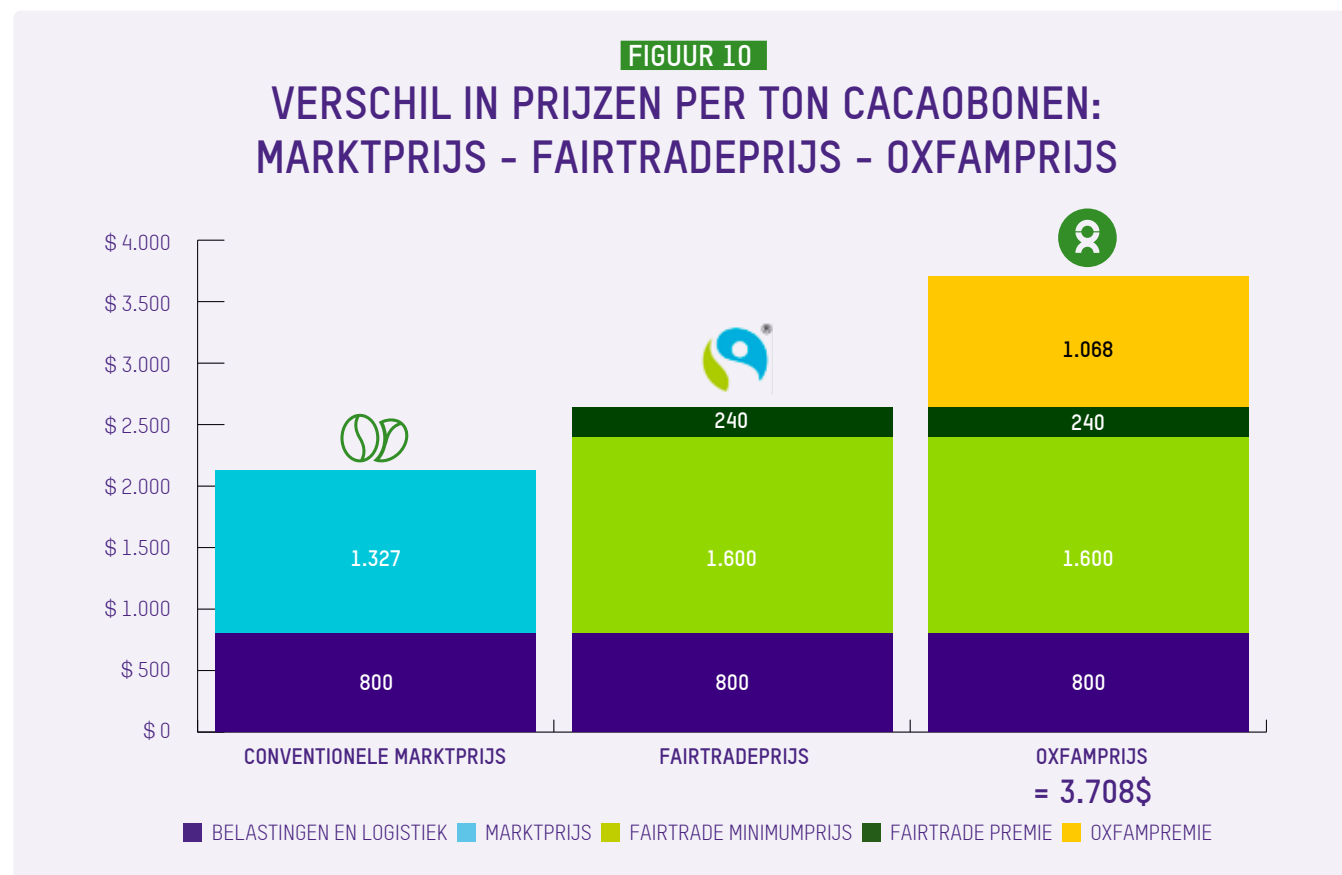
cacaotelers in Ivoorkust drie keer te weinig verdienen om een leefbaar inkomen te hebben." De voorbije jaren betaalde we onderstaande bedragen aan Bite to Fight-premie aan CPR Canaan. 🌱

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

Met deze aanvullende premie stellen we de boeren in staat de grote inkomenskloof te overbruggen

die nodig is om in hun basisbehoeften te voorzien en een waardig leven te leiden. De premies worden deels rechtstreeks uitbetaald aan de cacaotelers, en worden deels geïnvesteerd in collectieve projecten voor de hele boerengemeenschap. Met Bite to Fight zetten we een belangrijke stap in de richting van eerlijkere chocolade. We blijven ook onze andere aanvoerketens verder analyseren en waar nodig zullen wij 'beyond fair trade' gaan. Als we niet voor de allerbeste eisen zouden gaan voor onze boeren, zouden we Oxfam niet zijn. 🌱

→ ZIE FIGUUR 10





Belangrijke data worden verzameld rond de percelen en opbrengsten per hectare. Alle kosten van de teelten worden nauwkeurig bijgehouden in monitoring boekjes per landbouwer. Al deze acties helpen de boeren van CPR Canaan op weg naar een leefbaar inkomen

NIEUWS UIT CPR CANAAN (IVOORKUST)

De premie 'leefbaar inkomen' gaat naar de coöperatie CPR Canaan in Ivoorkust. Zij beslist zelf hoe ze deze bijkomende inkomsten besteedt. De opgestarte collectieve projecten lopen sterk uiteen. CPR Canaan investeerde fors in schaduwbomen; op die manier kunnen de cacaobomen optimaal groeien in de schaduw van andere bomen. Daarnaast kregen leden in 2023 nieuwe fruit- en cacao zaailingen voor nieuwe aanplant. Er is geld besteed aan landbouwmateriaal (machetes, kettingzagen, snoeischaren, vijlen, laarzen), aan compost en bio-bestrijdingsmiddelen. Het kweken van dieren (kippen, agouties (goudhazen), konijnen en bijen) zorgt bij een groep boeren voor inkomensdiversificatie. De boeren die nieuwe teelten opstarten, krijgen in 4 farmer field scholen coaching van agronomen. Vrouwengroepen zijn dan weer begaan met het beheren van spaarkassen. Ze krijgen trainingen in financieel beheer en er wordt een ondernemingsplan opgesteld voor 21 spaarkassen. Ze verzamelen verder belangrijke data rond de percelen

en opbrengsten per hectare en houden alle teeltkosten nauwkeurig bij (in aparte monitoringboekjes per landbouwer). Daarnaast krijgen de boeren rechtstreeks een deel van de premie al in cash uitbetaald. Al deze acties helpen de boeren van CPR Canaan op weg naar een leefbaar inkomen.

2.2.2. Sociale structuren in balans

SDG 5, ofwel het Duurzame Ontwikkelingsdoel 5, richt zich op het bereiken van gendergelijkheid en de empowerment van alle vrouwen en meisjes. In de context van internationale voedselketens speelt SDG 5 een cruciale rol bij het waarborgen van een rechtvaardige participatie en de vertegenwoordiging van vrouwen tijdens het gehele productieproces. Ondanks het feit dat vrouwen wereldwijd een aanzienlijk deel vormen van de agrarische arbeidskrachten, krijgen ze vaak af te rekenen met talrijke obstakels om toegang te krijgen tot middelen, landbezit, krediet en deel te nemen aan besluitvormingsprocessen binnen de landbouwsector. Het aanpakken van genderongelijkheden binnen voedselketens is niet alleen een kwestie van sociale rechtvaardigheid, maar ook cruciaal voor het verbeteren van productiviteit, duurzaamheid en veerkracht binnen deze ketens. Door vrouwen in de landbouw te empoweren en hun gelijke deelname te waarborgen, draagt SDG 5 bij aan meer inclusieve en efficiënte voedselsystemen, wat uiteindelijk leidt tot vooruitgang wat betreft bredere duurzame ontwikkelingsdoelen.

Sociale gelijkheid bij de boerengemeenschappen staat voor ons ook gelijk aan algemeen waardige arbeidsovereenkomsten in deze gemeenschappen. Denk daarbij aan het uitsluiten van kinderarbeid en slavernij. Dat is altijd een van onze speerpunten geweest, en dat zal het altijd blijven. Het is bijvoorbeeld de reden waarom we onze grootste cacao ketens in Ivoorkust georganiseerd hebben: net daar zijn de schendingen van de mensenrechten het grootst. Met hetzelfde oogmerk blijven we invoeren vanuit het bezette Palestina of de instabiele Kivu-regio in Congo. Door net met boeren uit deze moeilijke regio's samenwerkingen op te bouwen, creëren we de grootste impact. 🌱

© Erik de Milt



CRR CANAAN – SPAARKASSEN VOOR VROUWEN

De inkomsten uit de cacao productie zijn binnen de huishoudens zeer ongelijk verdeeld. Hoewel vrouwen de belangrijkste huishoudelijke taken op zich nemen, ontvangen ze maar een minimaal deel van het cacao-inkomen. Oxfam Fair Trade wilde hen helpen om zich te organiseren in Village Savings and Loans Associations (VSLA's). Hiermee kunnen vrouwen kleine eigen projecten en uitgaven financieren. Aan het eind van het jaar geven we ze extra premies, zodat ze grotere investeringen aankunnen. Op deze manier ondersteunen we 195 vrouwen.

Deze vrouwen zijn niet noodzakelijk allemaal de partners van de cacao producenten (sommigen zijn dat wel). Het is belangrijk om hun eigen initiatief te respecteren en om de enorme bijdrage die ze leveren aan de gemeenschap te waarderen. Veel vrouwen besloten te investeren in cassaveverwerking (adjéké), anderen in cassaveproductie, tomaten, rijst, enz.

Daarnaast werden er in 2023 ook 3 spaarkassen opgericht om mannen aan te zetten tot sparen, ter ondersteuning van een ondernemerstraject. Parallel kwamen er diverse trainingen in financieel beheer.

We volgen deze spaarinitiatieven op de voet. De morele steun heeft een enorme impact en draagt bij aan een grotere gelijkheid tussen mannen en vrouwen in de dorpen. 🌱



KOFFIECOÖPERATIE REBUILD WOMEN'S HOPE: VROUWEN NEMEN HET HEFT IN HANDEN IN DRC

In de koffieketen doen vrouwen het gros van het werk tot op het punt van commercialisatie. Vanaf dan neemt de man het veelal over. Resultaat? De vrouw blijft afhankelijk. **Marceline Budza**, oprichtster van koffiecoöperatie Rebuild Women's Hope én later de gelijknamige foundation zag heel helder dat koffie een bron is van economische discriminatie van de vrouw. Maar dat het ook een middel kan zijn om levens te veranderen. Voor hoop.

Door vrouwen autonomer te maken, verbetert de hele gemeenschap. Dat is de visie van Rebuild Women's Hope. Vrouwen zijn vaak een spilfiguur, zorgen voor het welzijn van de familie en de toekomst van kinderen, zoals onderwijs. Vandaar dat wij vrouwen in hun kracht willen zetten, in de waardeketen, en meer economische ondersteuning geven.

2.2.3. Co-creatieprojecten op vraag van de handelspartners

In 2023 ondersteunden we 14 co-creatieprojecten. Wij informeren de handelspartners actief over ondersteuningsfondsen die wij kunnen bieden ter verbetering van marktoegang voor de producenten, sociale en ecologische impact. Vervolgens is het de bedoeling dat de handelspartner een projectvoorstel indient. Het voorstel komt dus van de handelspartner zelf, omdat wij ervan uitgaan dat diegenen die de problemen ervaren, ook diegenen zijn die de beste oplossing voor het probleem kunnen bieden (vanuit een dekoloniserende aanpak).

Bij onvoorziene omstandigheden (rampen, humanitaire crisissen, e.a.) kunnen de handelspartners ook een beroep doen op dit ondersteuningsfonds. Dit was het geval in 2023 voor onze Palestijnse handelspartner Al Reef. Al Reef had een fondsenwervingcampagne opgericht na de belegering van Gaza. Hun voorstel was om voedselpakketten aan te kopen bij de aangesloten boeren van Al Reef en die dan te verdelen in Gaza. Oxfam Fair Trade heeft dit project ondersteund. De verdeling verloopt echter moeizaam, doordat humanitaire hulp sterk belemmerd wordt. Door het samenwerken met PARC (The Palestinian Agricultural Relief Committee en non-profit aandeelhouder van Al Reef), die voet aan de grond hebben in Gaza, proberen ze de voedselpakketten te verdelen. Voorlopig met wisselend succes. De transparante communicatie en rapportering zorgt ervoor dat we op de hoogte blijven van wat al verdeeld is kunnen worden. 🌱



2.3. WE BOUWEN SAMENWERKINGEN OP LANGE TERMIJN UIT MET ONZE HANDELSPARTNERS

Onze samenwerking met de coöperaties gaat verder dan een traditionele aan- en verkooptransactie. We maken er een punt van een **langdurig partnerschap** met hen op te bouwen, gestoeld op principes van gelijkwaardigheid. Het uitgangspunt daarbij is dat zij als leverancier en wij als afnemer en consumenten op een gelijkwaardige manier in contact staan en samenwerken. Dezelfde waarden stellen we voorop in onze contacten met 'noordpartners': onze leveranciers, verwerkers, transporteurs ... Ook zij zijn cruciale partners in onze gehele aanvoerketen. Wij behandelen hen met dezelfde zorg als onze 'zuidpartners', en we verwachten van hen hetzelfde engagement voor hun medewerkers.

2.3.1 Samenwerken op lange termijn

Wij garanderen de handelspartners altijd een samenwerking op lange termijn. Dat geeft hen zekerheid over oogstcycli heen, waardoor ze hun kosten en risico's beter kunnen spreiden en de drempel naar investeringen op lange termijn verlaagt. Binnen onze contracten zijn ze bovendien zeker van een eerlijke prijs voor hun inspanningen.

WIST JE DAT ...



Marion Meyvis vertelt...

"Een langetermijnssamenwerking betekent dat het risico van handeldrijven niet enkel bij de boeren ligt. In veel reguliere aankoopprocessen (zeker in de voedingsindustrie) hebben boeren erg weinig onderhandelingsmacht: als een aankoper beslist om van andere aanbieders te kopen, hebben boeren vaak geen enkele power om de klant aan zich te binden. Met langetermijnssamenwerkingen en dus "commitment" geven we boeren incentives om investeringen te doen en beloven we ook van onze kant om risico's te nemen: niet steeds de makkelijkste weg, wel steeds de eerlijkste."

De spil van de samenwerking is het nauwe persoonlijke contact tussen onze productmanagers en de plaatselijke boerengemeenschappen, in de hand gewerkt door de regelmatige dienstreizen. Door de sociale netwerken van de coöperaties systematisch uit te breiden, zetten we verder actief in op een verbeterde markttoegang. We nemen hen bijvoorbeeld mee naar relevante handelsbeurzen, waar ze nieuwe contacten kunnen leggen en verkooplijnen kunnen opstarten.

Doordat we de partners zo goed kennen, kennen we hun uitdagingen en weten we welke groeipunten ze zelf cruciaal vinden. Met die kennis kunnen we hen heel gericht ondersteunen en adviseren, bijvoorbeeld op technisch, financieel of organisatorisch vlak. Van daaruit groeien specifieke projecten. Zo werden er bij onze handelspartners de afgelopen drie jaar al veertien concrete projecten opgestart. 🌱 En jaarlijks komen er nieuwe bij, bijvoorbeeld via onze klimaatbijdragen. 🌱



LANGDURIGE RELATIE UITGELICHT:

De meeste wijngaarden van Vinos Lautaro liggen in het dorpje Sagrada Familia, nabij Curicó, Chili. Het was onze toenmalige directeur Marc Bontemps die voor de nieuwe wijncoöperatie de merknaam Lautaro suggereerde, toen hij in 1997 samen met Raúl Navarrete voor het standbeeld stond van de inheemse verzetsheld. Het was het begin van een duurzaam partnerschap met wederzijdse verantwoordelijkheid en bewondering. Vinos Lautaro zorgde voor kwaliteit, transparantie en eenheid binnen de coöperatie, en zette kleinschalige wijnboeren op de kaart in Chili en de (fair trade) wereld. De leden hebben een zekere afzet voor hun druiven aan een goede prijs, en garantie op een regelmatig inkomen doorheen het jaar. De extra fairtradepremies gingen naar kwalitatief onderwijs en gezondheidszorg. Vele kinderen en kleinkinderen konden studeren en hebben ondertussen goede jobs. Inzetten op fair trade bleek een gouden zet. Ondertussen kregen twee boeren ook de bio-certificering, met succes. Nu ook enkele andere leden willen overschakelen naar bio-teelt, ondersteunt het Partnerfonds een conversieproject. 🌱

2.3.2. Een 360°-aankpak, ook voor onze leveranciers

Om de cirkel van eerlijke handel rond te maken, is het belangrijk om onze ethische werkwijze door te trekken naar de contacten en contracten met noordleveranciers. Onze aanvoerketen gaat namelijk veel verder dan de productie en teelt in het zuiden. 🌱 Het is cruciaal dat we ook aan onze leveranciers, verwerkers en transporteurs dezelfde aandacht schenken.

In 2023 zetten we de methodologie verder om onze leveranciers te screenen op het vlak van sociale en ecologische praktijken. Elk jaar leggen we de lat iets hoger: zo werken we momenteel aan bindende criteria bij de selectie van nieuwe leveranciers. Die implementatie vraagt tijd, maar we zetten wel al stappen door de organisaties waarmee we samenwerken strikt te monitoren. Waar we er in het zuiden resoluut voor kiezen om samen te werken met coöperaties 🌱, selecteren we in het noorden waar het kan andere B Corp organisaties of ecologische partners zoals Belvas of Belcolade. Ook op sociale criteria zetten we sterk in, in het kader van de zorgplicht. 🌱

Om een beter zicht te krijgen op de duurzaamheid van de verwerking van onze producten verstuurden we in 2023 een duurzaamheidsenquête naar al onze Europese verwerkers. De respons was helaas teleurstellend: er kwam niet altijd reactie of de enquête werd maar minimaal ingevuld. De reden? We vermoeden dat andere bedrijven geen duurzaamheidsverantwoordelijke in dienst hebben die de enquêtes diepgaand kan invullen. 🌱

Op basis van de informatie die we wel kregen, identificeerden we de grootste pijnpunten en stelden we een overeenkomst op die het engagement vraagt van de verwerkers, wat betreft een aantal concrete thema's. 🌱

Daarnaast namen we de door de verwerkers aangekochte grondstoffen (voor een aantal samengestelde producten) onder de loep. We stellen hier de volledige traceerbaarheid van de extra producten veilig, via ons intern monitoringsysteem. We koppelen dit aan ons HACCP-systeem. 🌱





3.

WAT WE DOEN VOOR ONZE MEDEWERKERS

3.1. ONZE ENGAGEMENTEN

Onze engagementen:



- We verhogen de **tevredenheid en het welzijn** in het team
- We waarborgen de **beveiliging en integriteit** in onze organisatie

Alle Oxfam Fair Trade-medewerkers komen elke ochtend uit bed voor een job met een duidelijk en gemeenschappelijk doel. Het is die verbondenheid die ervoor zorgt dat we een gedreven en hecht team vormen.

Voor ons is het welzijn en de tevredenheid van al onze medewerkers ontzettend belangrijk. Integriteit is een sleutelbegrip. Oxfam Fair Trade bestaat uit een team van 33 mensen, maar veel initiatieven voor het personeel van Oxfam Fair Trade gelden voor de hele groep.

→ ZIE FIGUUR 11

FIGUUR 11

ONZE ORGANISATIE IN CIJFERS



3.2. WE VERHOGEN DE TEVREDENHEID EN HET WELZIJN IN HET TEAM

De tevredenheid en het algemene welzijn van de medewerkers krijgt een centrale plaats in de organisatie. Zonder hen staat Oxfam nergens. Daarnaast willen we niet enkel op papier een goede werkgever zijn. Walk the talk! De waarden die we extern uitdragen, willen we ook intern naleven. Om dat te bekomen, zetten we in op een modern en sterk HR-beleid. Aan de hand van de Employee Life Cycle kunnen we aantonen hoe we dit aanpakken.

→ ZIE FIGUUR 12



Attract & Recruit

Binnen Oxfam zijn we ervan overtuigd dat diversiteit binnen een personeelsbestand een grote meerwaarde kan bieden. In 2023 startten we daarom met een diversiteitsplan. Een belangrijk onderdeel van dat plan was het aanwervings- en selectieproces analyseren en aanpassen om het inclusiever te maken, om eigen bias tegen te gaan en iedereen gelijke kansen te geven. We maakten dus actief werk van diverser aanwerven en creëerden een klimaat waar iedereen zichzelf kon zijn.

Onboard

1 op 3 nieuwe medewerkers weet al binnen één week of ze voor langere tijd in de organisatie zullen blijven. Het is daarom van groot belang om hen hartelijk te verwelkomen met een goed uitgedacht onthaalbeleid. Zo krijgt iedereen stevast een peter/meter toegewezen, krijgen de nieuwe medewerkers een halve dag introductie over Oxfam vanuit HR, een meer job-specifieke introductie van de leidinggevende en werd er in 2023 hard gewerkt aan de onthaaldagen: een tweedaagse die 4 keer per jaar wordt georganiseerd om nieuwkomers volledig onder te dompelen in de brede waaier van doelstellingen van Oxfam. Op die manier proberen we de nieuwe medewerkers vanaf de start tevreden te stellen.

Develop

De medewerkers staan centraal en dus ook hun persoonlijke ontwikkeling. Met behulp van een uitgebreide evaluatiemethode kunnen de

medewerkers zich steeds verder ontwikkelen. Enerzijds hebben we de 'Let's Talk'-cyclus, waar de leidinggevende en de medewerker zelf het voorbije jaar evalueren en de doelstellingen bepalen voor het komende jaar. Hieruit worden dan werkpunten geïdentificeerd die bijvoorbeeld aan de hand van opleidingen kunnen worden aangepakt. Anderzijds hebben we ook een 360°-evaluatie uitgerold in 2023. Hierbij worden ook personen bevraagd die vaak samenwerken met de collega in kwestie. Op die manier heb je een zeer uitgebreide bron aan informatie en krijg je heel veel informatie over hoe jouw manier van werken wordt ervaren. Naast deze persoonlijke opleidingen, worden er ook algemene opleidingen georganiseerd. Zo hebben we bijvoorbeeld binnen Oxfam een eigen Project Management methodiek uitgewerkt en uitgerold in 2023. Zo spreekt iedereen dezelfde metaforische taal wanneer ze gezamenlijk een project tot een goed einde moeten brengen.

Retain

Om de vinger aan de pols te houden hoe het gaat met de organisatie en de verschillende diensten, komt de Welzijnsgroep ongeveer 10 keer per jaar samen. Binnen deze representatieve groep, bestaande uit leden van elk departement, wordt besproken hoe het gaat met iedereen en of er zaken spelen die een invloed hebben op het welzijn van de medewerkers. Aan de hand van deze info proberen we binnen de groep acties te organiseren of adviezen uit te schrijven voor het directiecomité. Ook vanuit de preventieadviseur komen er concrete acties. Zo ontstond er een samenwerking met Attentia voor ergocoaching. Een ergotherapeute kwam langs op ieder kantoor om tips en tricks te

geven aan de beeldschermwerkers. Een goede houding zorgt voor minder fysieke klachten. We pakten ook werkpunten uit vorige enquêtes aan: zo probeerden we onduidelijkheden weg te werken door goed uitgewerkt beleid, deden we mee aan een benchmark in verband met de salarissen binnen de sector, etc.

Daarnaast proberen we ook op concrete, praktische manieren ons kantoor tot een aangename werkplek te maken: vernieuwde fietslease-mogelijkheden, een uitgebreide verlofregeling, flexibiliteit qua uurrooster, leuke teambuildings, personeelsfeesten, wekelijks gratis fruit, ...

Separate

Wanneer medewerkers uiteindelijk toch beslissen om te vertrekken, is het belangrijk om te weten waarom ze deze beslissing nemen. Tijdens een exit-gesprek proberen we lessen te trekken uit het verleden, zodat we in de toekomst niet opnieuw dezelfde fouten maken.

Een belangrijk punt hierbij is de herstructurering die we in 2023 hebben doorgemaakt binnen Oxfam Fair Trade. Om financiële redenen hebben we afscheid moeten nemen van 5 collega's en werden de personen die op pensioen gingen niet vervangen. Dat dit een grote impact heeft gehad op de organisatie, spreekt voor zich. Om die impact te meten en tegemoet te komen aan de noden van de resterende medewerkers, werden er individuele gesprekken georganiseerd door HR. Deze informatie werd gedeeld met het directiecomité en de desbetreffende leidinggevenden, die het op hun beurt integreerden in het herstelbeleid.

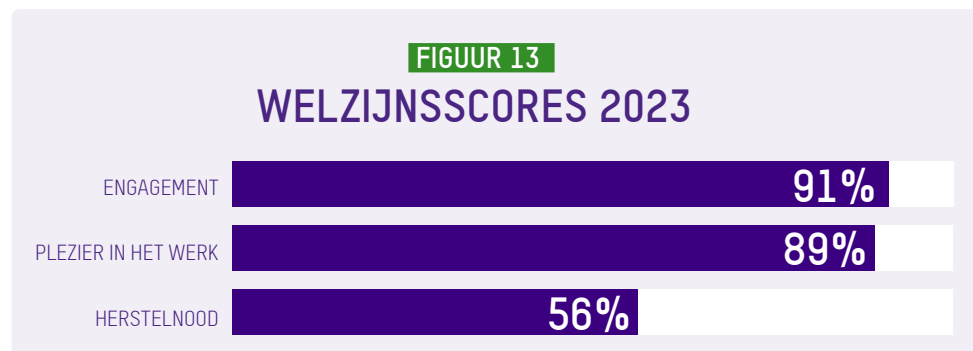
Dit verklaart misschien onmiddellijk waarom de welzijnscijfers na de enquête van eind 2023 beter waren dan verwacht.

→ ZIE FIGUUR 13

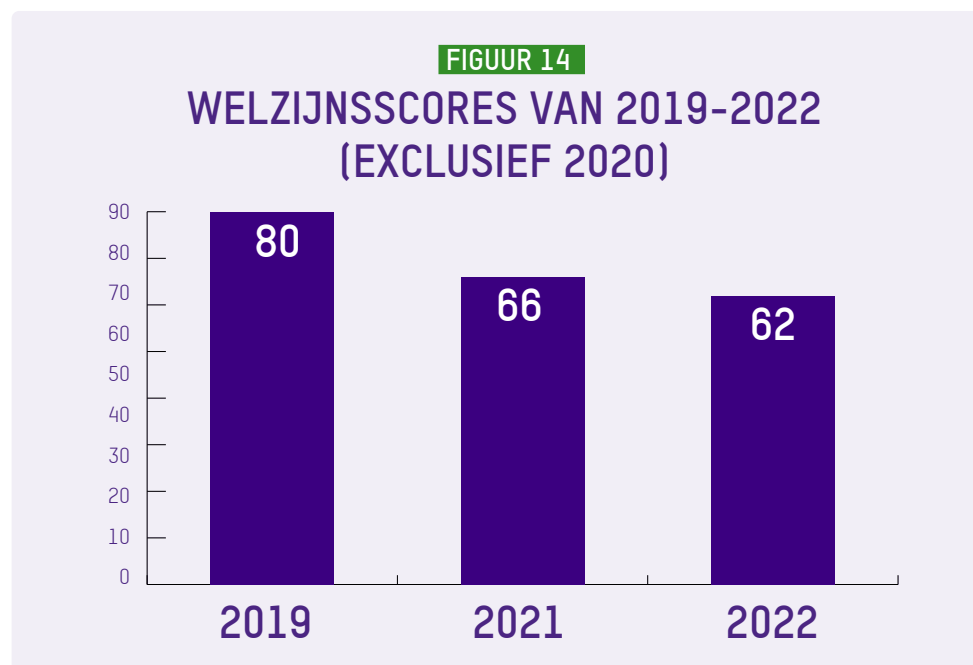
We hebben in 2023 onze vraagstelling in de tevredenheidsenquête uitgebreid, waardoor een 1-op-1 vergelijking met voorgaande jaren

misschien moeilijker is. Maar in het algemeen kunnen we wel stellen dat bovenstaande cijfers een goed welzijnsgevoel voorspellen. Ter vergelijking krijg je hieronder de cijfers van vorig jaar.

→ ZIE FIGUUR 14



Op de jaarlijkse welzijnsbevraging onder onze medewerkers, zei 89,2% plezier te hebben op het werk.



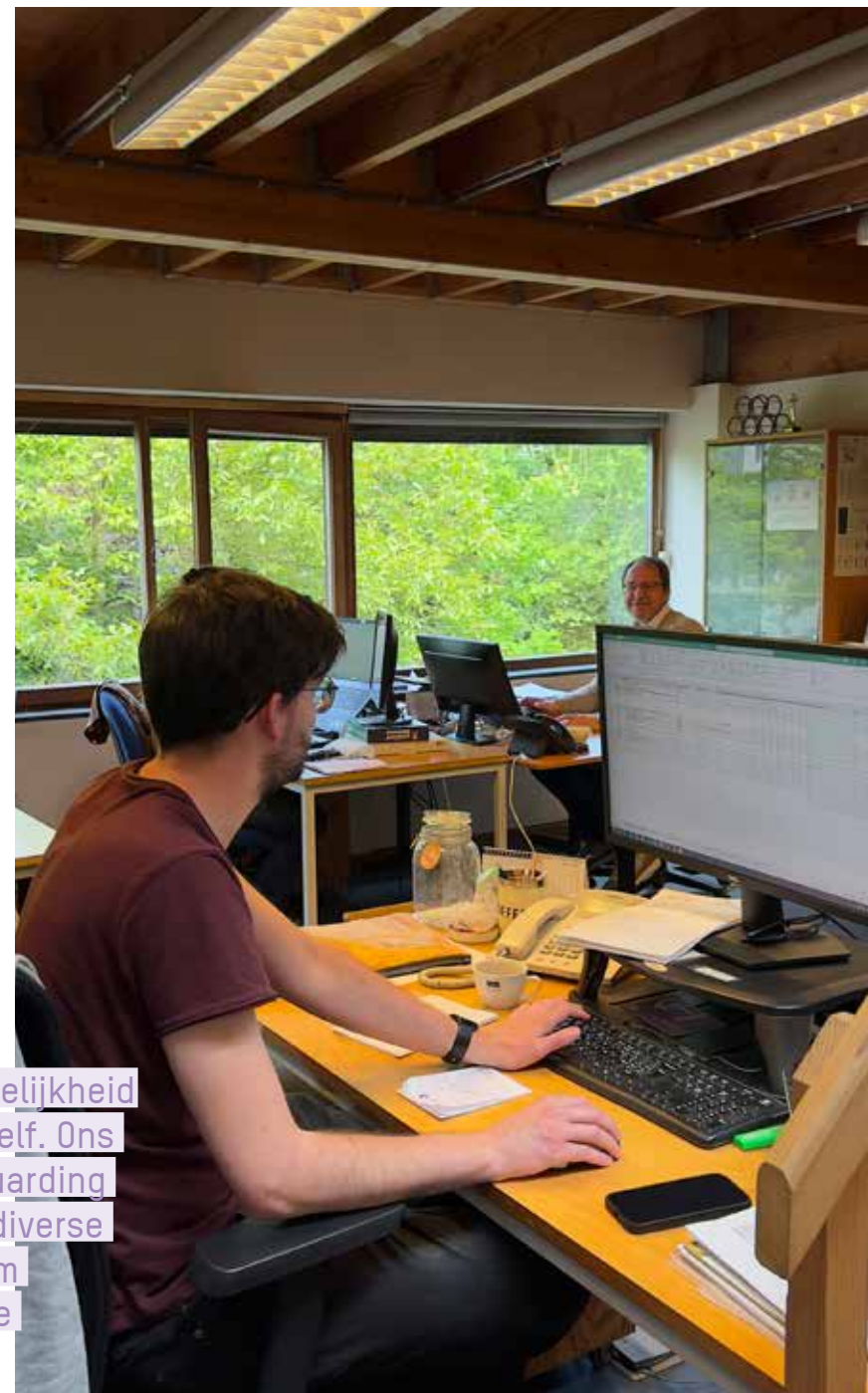
3.3. WE WAARBORGEN DE BESCHERMING EN INTEGRITEIT IN ONZE ORGANISATIE

Integriteit dragen we hoog in het vaandel. De strijd voor gelijkheid begint namelijk bij onszelf. Daarom installeerden we het 'Safeguarding beleid', een beleidsmaatregel die via diverse interne maatregelen streeft naar een zo groot mogelijke integriteit. We organiseren regelmatig workshops en webinars, hanteren een strikt referentiesysteem voor nieuwe medewerkers, stellen vertrouwenspersonen en aanspreekpunten aan voor integriteitskwesties ...

Een van de belangrijkste preventiepijlers is onze Oxfam-gedragscode. Hierin staan onze missie, waarden en normen uitgelegd en welk gedrag we van medewerkers verwachten. Elke nieuwe collega ondertekent deze gedragscode als hij/zij/x in dienst treedt.

Binnen Oxfam België zijn er verder vier 'Focal Points Integriteit' (twee Franstaligen, twee Nederlandstaligen, telkens een man en een vrouw) wiens taak het is om de drempel om integriteitskwesties aan te kaarten zo laag mogelijk te houden. We geven verder de mogelijkheid om integriteitskwesties (van financiële integriteit tot seksueel grensoverschrijdend gedrag) anoniem aan te kaarten via een speciaal telefoonnummer of een online melding. Deze meldingen worden altijd heel grondig onderzocht.

De strijd voor gelijkheid begint bij onszelf. Ons interne 'Safeguarding beleid' neemt diverse maatregelen om de integriteit te garanderen.



4.

WAT WE DOEN VOOR ONZE KLANTEN

4.1. ONZE ENGAGEMENTEN

Onze engagementen:



- We bieden een **eerlijk en duurzaam productassortiment** aan
- Op kwaliteitsgebied trachten we de **verwachtingen en regelgevingen** over onze producten te **overstijgen**

De nood aan eerlijke en duurzame voeding was nog nooit zo hoog. Dat is logisch, want eten moeten we hoe dan ook allemaal. Tegelijk weten we dat voeding een grote impact heeft op onze planeet. De westerse productie en consumptie overschrijden zelfs ruim de planetaire grenzen. Meer nog: onze patronen zijn nefast voor de gezondheid en het welzijn van vele mensen op aarde. Precies daarom blijft Oxfams boodschap van eerlijke handel brandend actueel. Via onze organisatie reiken wij dan ook een concreet (dat wil zeggen: eerlijk én duurzaam) alternatief aan ten opzichte van de klassieke voedingsmiddelen die in de winkelrekken liggen.

Onze beloftes sluiten meer dan ooit aan bij wat de consument vandaag de dag verwacht. Voor een groeiende groep bewuste consumenten, niet het minst de jongere generaties, willen we maximaal relevant blijven en onze meerwaarde blijven uitspelen.

SAMENWERKEN MET OXFAM FAIR TRADE: EEN ODE AAN HET ETHISCHE ENGAGEMENT

Wanneer je een partnerschap aangaat, moet je oog hebben voor veel meer dan enkel de zakelijke transacties. Een goed partnerschap weerspiegelt een gedeelde toewijding aan waarden en doelstellingen. Voor **Oxfam GB** (Groot-Brittannië) komt de beslissing om samen te werken met Oxfam Fair Trade (OFT) voort uit een diepgewortelde en fijne afstemming van gedeelde ethische waarden, een kennis van toeleveringsketens en een visie op een toekomst met meer gelijke kansen voor iedereen.

Oxfam GB staat als merk voor sociale rechtvaardigheid en humanitaire hulp, en daarom zagen ze in Oxfam Fair Trade meteen meer dan een 'duurzame leverancier'. **Emily Williams:** "We zagen OFT als een belangrijke partner bij de ontwikkeling van een eigen labelvoorstel voor onze winkels in het Verenigd Koninkrijk. Het ging hier voornamelijk om consumptiegoederen, waarbij de rol van OFT als leverancier en ethisch adviseur onmisbaar bleek. Het vertrouwen in OFT is gebaseerd op hun reputatie, uiteraard, en ook op tastbare resultaten die bewijzen dat de aanpak wel degelijk werkt. Dat blijkt uit projecten zoals Bite to Fight, dat op veel bijval kon rekenen bij het Britse publiek."



Zowel Oxfam GB en OFT begrijpen de ethische risico's binnen de toeleveringsketen, in het bijzonder met betrekking tot grondstoffen zoals cacao. Emily: "Het partnerschap bood Oxfam GB toegang tot de uitgebreide kennis van OFT van toeleveringsketens en eerlijke inkooppraktijken, waardoor we met vertrouwen complexe uitdagingen het hoofd konden bieden."

Welke boodschap wil Oxfam GB overbrengen aan haar publiek en klanten door OFT-producten aan te bieden?

"Het antwoord ligt in de essentie van ethisch verantwoord inkopen en de steun voor boeren, kleine bedrijven en wereldwijde gemeenschappen. Door voor OFT-producten te kiezen, garandeert Oxfam GB de hoogste norm van eerlijke handel en zorgplicht aan haar klanten. De samenwerking illustreert ook waar wij voor staan: niet aflatende steun voor eerlijke lonen en betere omstandigheden in de hele toeleveringsketen. Had ik het al over de uitzonderlijke kwaliteit van de OFT-producten? In combinatie met de echte en menselijke verhalen laat OFT zien dat ze verder gaan dan het Fair Trade-minimum."

De samenwerking met Oxfam Fair Trade is in wezen meer dan alleen een zakelijke beslissing voor Oxfam GB; het is een herbevestiging van hun gedeelde waarden en een tastbare stap in de richting van positieve verandering in de wereld.

OXFAM FAIR TRADE: JOUW PARTNER IN DUURZAAMHEID

In een wereld waar duurzaamheid steeds hoger op de agenda staat, is het van cruciaal belang dat je als bedrijf de juiste partners onder de arm neemt om je doelstellingen te bereiken. Een naam die vaak opduikt in gesprekken over duurzaamheid en ethische handel is Oxfam Fair Trade. Maar wat maakt een samenwerking met Oxfam zo waardevol? En waarom zou je als bedrijf kiezen voor Oxfam Fair Trade? We legden deze vragen voor aan Lyreco.

Lyreco is een toonaangevende leverancier van kantoorbenodigdheden en werkplek oplossingen, met een lange staat van dienst op het gebied van duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ze hebben een duidelijke missie: tegen 2026 willen ze maar liefst 90% van hun omzet halen uit de verkoop van hun 'Sustainable Selection' aanbod. Dit zijn producten gekozen op basis van een methodologie die de planeet, de werkomgeving en de maatschappij centraal zet. Daarom lijkt een samenwerking met Oxfam Fair Trade een zogeheten match made in heaven. Door te kiezen voor Oxfam-producten, ondersteunt Lyreco hun inzet voor eerlijke handel en ondersteuning van gemeenschappen over de hele wereld.

Wat kan Oxfam Fair Trade betekenen als partner voor bedrijven?

Tomas Vivijs, Sustainability Manager Lyreco: "Voor een merk of bedrijf kan een samenwerking met Oxfam Fair Trade een krachtige manier zijn om de versterking van het eigen merk en de positionering te bevorderen. Bedrijven streven ernaar om samen te werken met partners die dezelfde waarden delen, vooral als het gaat om duurzaamheid. Door te kiezen voor Oxfam als partner, tonen wij onze toewijding aan ethische en eerlijke handel en het ondersteunen van gemeenschappen wereldwijd."

Waarom zou je kiezen voor een samenwerking met Oxfam?

"De samenwerking met Oxfam naadloos aan bij ons DNA. Duurzaamheid is veel meer dan een trend, het is een kernwaarde die verankerd is in het wezen van het bedrijf. Zo willen wij tegen 2026 90% van de omzet halen uit duurzame producten. Hiermee bedoelen we producten met een positieve impact op het milieu, de werkomgeving en de gemeenschap. 'Fair trade' is voor ons meer dan een label; het is een manier om aan te geven dat een product bijdraagt aan een rechtvaardigere wereld" benadrukt **Isabelle Namur, Product Manager Catering Lyreco.**

Hoe zijn jullie bij Oxfam terecht gekomen?

"Voor bedrijven zoals Lyreco is de keuze voor Oxfam Fair Trade een logische stap. De productportfolio wordt samengesteld op basis van marktvragen en klantbehoeften, en steeds meer klanten vragen naar duurzaamheid. Oxfam heeft de reputatie mee van pionier in eerlijke handel; dat maakt hen een aantrekkelijke en betrouwbare partner voor bedrijven die op zoek zijn naar manieren om hun duurzaamheidsdoelen te bereiken."

Welk signaal wens je te geven met het aanbieden van Oxfam-producten?

"Het is een statement: duurzaamheid gaat niet alleen over het milieu, maar ook over sociale rechtvaardigheid. Door te kiezen voor Oxfam-producten, laat je als bedrijf zien dat je je inzet voor een eerlijke en rechtvaardige wereld, waarin zowel het milieu als de mensen die het bewonen worden gerespecteerd en ondersteund."

Je leest het: een samenwerking met Oxfam Fair Trade is een slimme zet voor bedrijven die duurzaamheid hoog in het vaandel dragen en dit willen duidelijk maken aan hun klanten, investeerders en meer. Tegelijk is het ook een krachtige manier om een positieve impact te maken, voor je bedrijf én de omgeving.



4.2. WE BIEDEN EEN EERLIJK EN DUURZAAM PRODUCTASSORTIMENT AAN



We brengen voedingsproducten op de markt die op een zo eerlijk, duurzaam en kwaliteitsvol mogelijke manier zijn ontwikkeld en geproduceerd. Dat is van bij het begin onze basisdoelstelling geweest. Met onze nieuwe duurzaamheidsstrategie zetten we hier verdere stappen in door concrete doelen vast te leggen.

4.2.1. Conform aan externe certificeringen en referentiekaders

In een eerste stap bieden we onze klanten objectieve garanties aan de hand van externe certificeringen. Daarmee bewijzen we onomstotelijk

dat Oxfam Fair Trade sociale en duurzame impact realiseert, wat zich doorzet in de producten die we verkopen. Ons assortiment is al jaren 100% fair trade, en zal in 2030 100% biologisch zijn. We verlagen de CO₂-uitstoot van onze producten. Dankzij onze certificeringen is het duidelijk: wij voegen de daad bij het woord.

a. Fair trade

Fairtradehandel is het startpunt geweest van onze organisatie en blijft ons handelsmerk in alles wat we doen.

WIST JE DAT ...



er tegenwoordig tientallen duurzaamheidslabels bestaan? Niet moeilijk dat de consument door de bomen vaak het bos niet meer ziet. Veel labels tonen niet het volledige verhaal. Een voorbeeld: bij andere merken die chocoladeproducten aanbieden, zie je steeds vaker een FSI-label (Fairtrade Sourced Ingredient, red.) terug voor cacao. Maar zo'n label garandeert alleen dat het ingrediënt cacao in het product duurzaam is geteeld, en vertelt niets over de toegevoegde boter, suiker, melk(poeder), smaakstoffen, vruchten ... Bij Oxfam Fair Trade ben je gerust: wij hanteren altijd de strengste criteria. Fair trade slaat bij ons op de hele keten!



Het FSI-label, dat garandeert alleen dat de cacao in dit product eerlijk is geteeld.



Het fairtradelabel, dat slaat op ingrediënten in dit product. Dit label vind je op alle producten van Oxfam.



b. Bio-certificering

In 2023 was 66% van ons assortiment biologisch gecertificeerd. Tegen 2030 willen we 100% bereiken. We zijn ervan overtuigd dat bio niet enkel goed is voor de planeet, maar ook voor mensen: voor onze handelspartners, omdat biologische teelt hen beter wapent tegen de gevolgen van klimaatverandering, en voor onze klanten, omdat biologische voeding gezonder en natuurlijker is. Ook bij onze producten die nu enkel het fairtradelabel dragen, gaat veel aandacht naar ecologische teelt. Respect voor het milieu is sowieso een van de pijlers van fair trade. Bovendien zijn verschillende van onze producten momenteel al in omschakeling naar bio, maar is het nog even wachten op het certificaat. De omschakeling naar biologische teelt duurt namelijk drie jaar, maar in de tussentijd worden de grondstoffen wel al volgens de biologische principes geteeld.

c. Ons CO₂-engagement, maar dan anders

Al in 2022 hebben we een belangrijke stap gezet in het nog nauwkeuriger in kaart brengen van onze CO₂-uitstoot. We voerden voor elk product levenscyclusanalyses (LCA) uit, waarbij we de data aanvulden met informatie uit online databanken zoals Bilans GES. 🌱

Bij de berekening van onze uitstoot houden wij – in tegenstelling tot vele andere bedrijven – rekening met onze hele productketen. Dat betekent dat wij niet alleen onze eigen emissies (scope 1-2) in rekening brengen, maar ook alle emissies die productie, transport, verwerking en levering van onze producten tot bij de klant veroorzaken (scope 3).

Deze geüpdatete cijfers bevestigen nogmaals dat het meeste van onze uitstoot – en dus ook het meeste van onze reductiemogelijkheden – in onze productieketen (scope 3) ligt, wel 96 %, van in totaal 4476,15 ton CO₂-equivalenten. Dit is een sterke daling in vergelijking met vorig jaar (5410,645 ton CO₂-equivalenten). We berekenen onze CO₂-uitstoot voor elk productcategorie op basis van onze verkoopcijfers. Enerzijds ligt de daling van de CO₂-uitstoot aan de daling van het verkocht volume, anderzijds kregen we we meer focus via ons nieuwe businessmodel om actiever te reduceren (zie voorwoord: nieuwe methodologie).

Het meten van de CO₂-uitstoot is vaak een oefening op basis van richtcijfers en algemene gemiddelden. Het is daarom niet altijd eenvoudig om onze CO₂-uitstoot te verfijnen en aan te passen aan onze bewuste keuzes om als bedrijf te verduurzamen. Zo baseren we ons voor de cijfers voor de CO₂-uitstoot van de koffie op een studie van Kilian et. Al (2012) die ook andere studies vaak gebruiken en citeren, en

WIST JE DAT ...



vooral twee zaken zorgen voor de de CO₂-uitstoot tijdens de hele koffieproductieketen? Het gebruik van kunstmeststoffen en het zetten van de koffie thuis staan samen in voor ongeveer 70% van de totale uitstoot. Door biologisch geproduceerde koffie te kopen, kun je al 50% van de CO₂-uitstoot verlagen.

herbevestigd worden. Deze studie gebruikt dus 1 cijfer voor alle productiestijlen (intensief, biologisch, agro-ecologisch) en toont aan dat het landbouwbedrijf zelf én koffiezettende de consument zorgen voor de hoofdmoot van de CO₂-uitstoot. Andere studies scheppen dan weer een duidelijker beeld van de impact van een duurzamere productie. Zo zal biologisch geteelde koffie de CO₂-uitstoot op het landbouwbedrijf al met de helft doen verminderen. Wordt de koffie dan nog eens op een agro-ecologische wijze geteeld, dan zal deze CO₂-uitstoot eigenlijk al ter plaatste terug omgezet worden in houtproductie van dezelfde schaduwboomen. Helaas is er geen gestandaardiseerde methode om deze verschillende effecten in de berekening mee te nemen. Hopelijk zal verder onderzoek ons meer basis geven om deze cijfers mee te nemen in ons duurzaamheidsrapport. 🌱

Dankzij onze CO₂-berekeningen weten we nu heel goed aan welke van onze ketens we extra aandacht moeten besteden om onze uitstoot te reduceren, en hoeveel we opzij moeten zetten voor klimaatbijdragen.

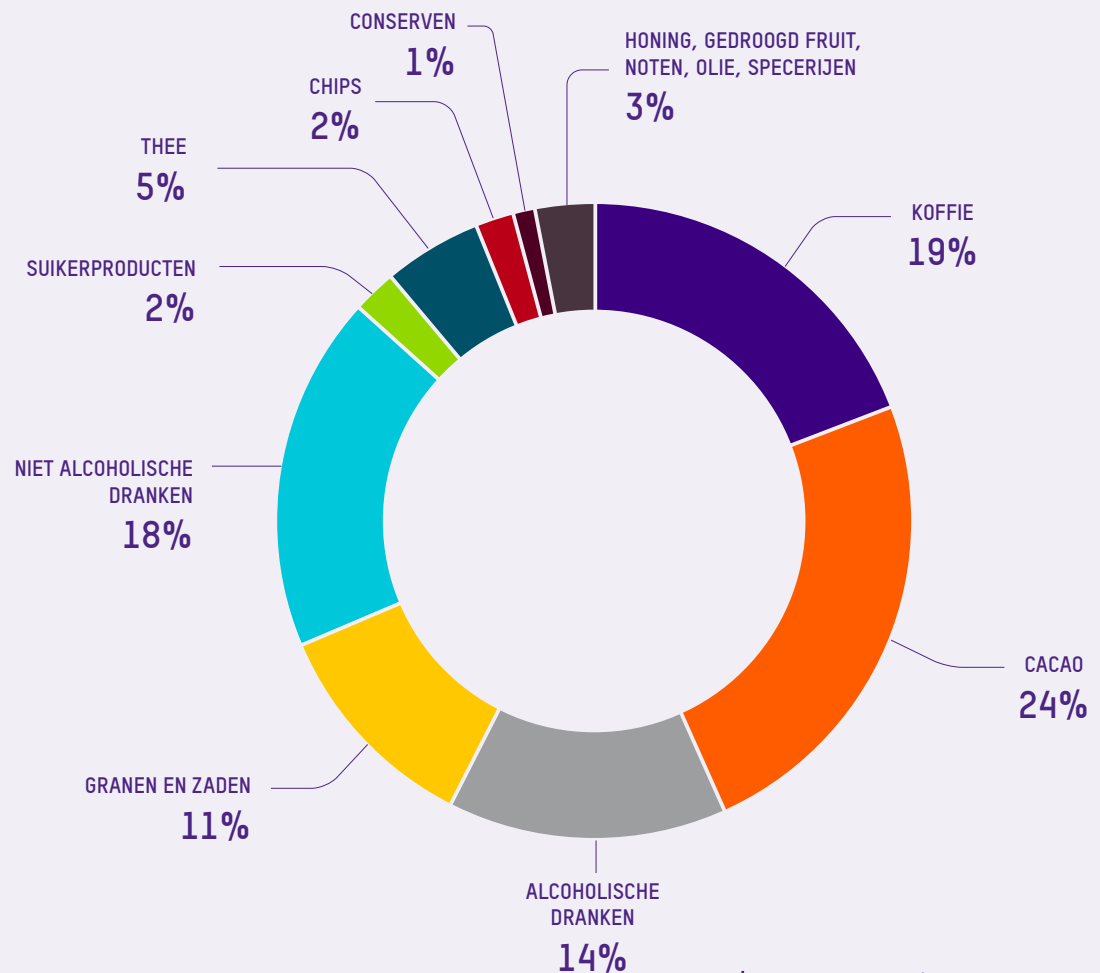
→ ZIE FIGUUR 15

EUROPESE VERSUS WERELDSE WIJNEN

In 2023 financierden we een studie door greensolution.cl naar de CO₂ - en water voetafdruk bij 12 leden van onze Chileense wijnpartner VIDSECA. Zij produceren voornamelijk païs wijndruiven met ranken tot wel 150 jaar oud. De productiemethode is in struikvorm zonder irrigatie en zo natuurlijk mogelijk. De gemiddelde ecologische voetafdruk bleek maar 0,44kg CO₂ /fles te zijn, dus ruim onder het Europese gemiddelde. Algemeen wordt aangenomen dat er 110 liter water nodig is voor de productie van 1 glas wijn (125ml). Bij de leden van VIDSECA bleek het gemiddelde maar 24,6 liter water per glas te zijn. Dit resoneert ook met onze LCA-analyses van 2021 voor drie van onze wijnen. We weten dat het Europese gemiddelde rond 1,2 kg CO₂ - voor één wijnfles ligt. Onze wijnen behalen gelijkaardige scores: de Carménère-wijn van Red del Vino zat er een pak onder met 0,96 kg, de Malbec van La Rioja ging daar dan weer boven met 1,51 kg. De Pinotage van Koopmanskloof sloot met 1,12 kg dan weer aan bij het Europese gemiddelde. De cijfers leerden ons vooral dat onze wereldse wijnen een gelijkaardige voetafdruk hebben als de Europese en meer lokale wijnen. Leuk weetje: we gingen ook na of het beter zou zijn de wijnen in bulk in te voeren, maar dat bleek niet zo. Het is dus beter voor het milieu om de wijnen ter plaatse in Chili, Argentinië en Zuid-Afrika te bottelen, zoals we nu al doen voor de meeste van onze wijnen. 🌱

FIGUUR 15

CO₂ -UITSTOOT VAN OXFAM FAIR TRADE PER PRODUCTKETEN



Ook onze **DRANKEN** veroorzaken best veel uitstoot: 14 % van onze emissies komt uit onze alcoholische dranken, 18% uit onze niet-alcoholische dranken. Dit komt voornamelijk door de hoge uitstoot van glazen verpakkingen en de sterke groei in verkoop van blikjes

CACAO met 24 % uitstoot en is onze tweede grootste CO₂-uitstoot. We zijn gestegen in onze cacaoketen en daarbij verkopen we ook chocopasta's in glazen potten wat een hogere uitstoot opleverds, hoewel de cacao volumes een pak lager liggen. Vooral de witte en melkchocolade belasten het milieu.

4.2.2. Minder afval

a. Minder verpakking

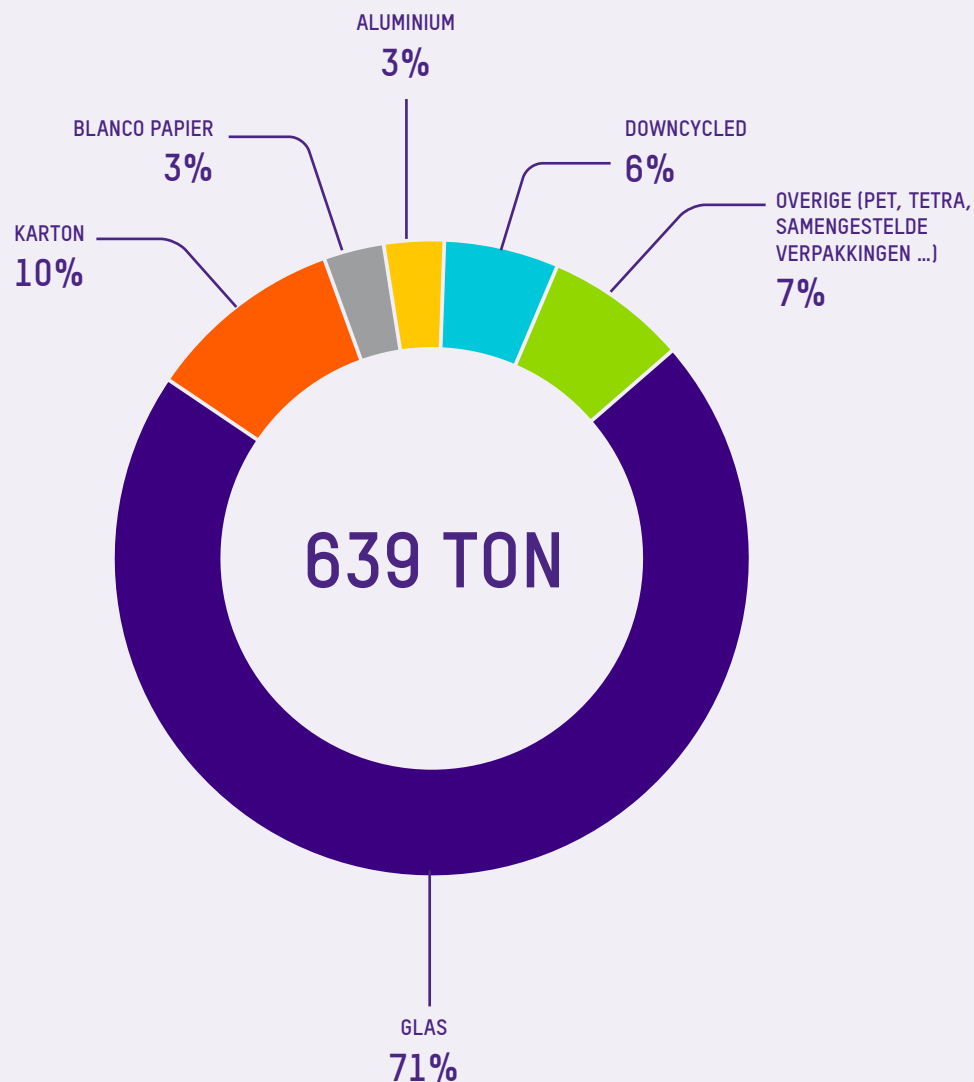
We weten nu exact hoeveel en welke verpakkingen we nodig hebben voor onze producten. In 2023 kwam dat neer op **639 ton verpakkingsmateriaal**, verdeeld over de volgende materialen:

→ ZIE FIGUUR 16

b. Minder verspilling

Verpakkingen zullen we altijd nodig hebben om hygiëne, voedselveiligheid, voedselallergieën en voedselhoudbaarheid te garanderen. Vooral voedselveiligheid en -houdbaarheid kwamen uit onze stakeholderbevraging naar voren als cruciale aandachtspunten om de SDG 'geen honger' te vervullen. 🌱 We zetten hier in onze hele toeleveringsketen dan ook sterk op in. In 2021 haalden we **2,4% van onze omzet uit promoacties in de wereldwinkels, verkoop aan opkopers en de voedselbanken**. Zo werden deze producten gered van vernietiging.

FIGUUR 16
VERPAKKINGSMATERIALEN OXFAM FAIR TRADE PRODUCTEN IN 2023



Q&A MET ONZE PRODUCT MARKETEER EN VERPAKKINGSVERANTWOORDELIJKE ANKE TEIGELER: DUURZAMERE VERPAKKINGEN

Welke acties werden er al ondernomen om de verpakkingen van de Oxfam Fair Trade-producten te verduurzamen?

“Waar mogelijk zijn we zo snel mogelijk overgestapt op de meest duurzame alternatieven. Al onze koffieverpakkingen zijn al sinds 2022 aluminiumvrij en volledig recycleerbaar. Daar zijn we de Belgische koffiesector een grote stap voor. FostPlus wil graag dat alle koffieverpakkingen in België tegen 2025 volledig recycleerbaar zijn (en dus aluminiumvrij).

De keerzijde van het snel implementeren van duurzame verpakkingen is dat we met onze composteerbare verpakkingen voor onze seizoenchocolade een stap te ver gingen. Sinds 2024 beschouwt FostPlus deze verpakkingen FostPlus als “hinderlijk” en moeten zij uit het assortiment.”

Waarom werken we voor onze chocolade nog met aluminiumfolie?

“Het belang van luchtdichte verpakking kan niet voldoende benadrukt worden als het gaat om het bewaren van Belgische chocolade. Luchtdichte verpakking beschermt de chocolade tegen luchtvochtigheid en oxidatie, wat de kwaliteit en smaak kan beïnvloeden. Een luchtdichte verpakking behoudt de smaak en

textuur langer en voorkomt dat de chocolade geuren en smaken van andere voedingsmiddelen absorbeert, waardoor de unieke smaak behouden blijft.

De bewaareigenschappen van aluminium is dé hoofdreden waarom we de meeste chocolade vandaag nog altijd verpakken in aluminiumfolie. De verpakking beschermt de chocolade goed tegen licht, vocht en lucht.

Toch blijven we uitkijken naar alternatieven. Zo vervangen we al wel het laagje aluminiumfolie tussen de chocolade en de buitenste verpakking bij onze Bite to Fight repen door een gecoat papier. En we zouden dit graag willen uitbreiden naar de tabletten, maar op dit ogenblik is het niet mogelijk om de verpakkingmachines hierop af te stemmen.”

Is er een reden waarom jullie niet meer verpakkingsvrije producten aanbieden in de wereldwinkels?

“Verpakkingen spelen een belangrijke rol bij het waarborgen van de voedselveiligheid. We willen natuurlijk voedselverspilling voorkomen en de houdbaarheid van bulkproducten is te beperkt voor de lage rotatie ervan in onze wereldwinkels. Bovendien zijn verpakkingen nodig om de consument te informeren over de ingrediënten,

allergenen en voedingswaarden. Ook voor het transport is er een minimum aan verpakking nodig.”

Welke verpakkinginnovaties volgen jullie op en wat zijn de uitdagingen?

“De Belgische voedingsindustrie heeft te maken met een tsunami van (nieuwe) wetgeving op het gebied van verpakkingen: de Europese Single Use Plastics (SUP) richtlijn, de Europese Packaging and Packaging Waste Regulation, koninklijke besluiten op federaal niveau, regelgeving in Vlaanderen, decreten en besluiten van de Waalse en Brusselse regering, en zelfs lokale initiatieven. Ze zijn erop gericht om bepaalde verpakkingen te verbieden of ze toch drastisch te reduceren.

De ambitie van de Europese Commissie is duidelijk: tegen 2030 moeten alle verpakkingen in Europa recycleerbaar en/of herbruikbaar zijn. Maar de prioriteiten die gesteld worden in de verschillende lidstaten zijn heel uiteenlopend en vaak niet te rijmen.

De grote uitdaging voor Oxfam Fair Trade is de ontwikkeling van multilingual verpakkingen, die we zowel in onze wereldwinkels en supermarkten op het schap kunnen plaatsen, en kunnen exporteren naar onze Europese partners.”



4.3. OP KWALITEITSGEBIED TRACHTEN WE DE VERWACHTINGEN EN REGELGEVINGEN OVER ONZE PRODUCTEN TE OVERSTIJGEN

Uiteindelijk komt alles wat we doen hierop neer: wat de kwaliteit van onze producten betreft, willen we elke dag beter doen. Ons einddoel is een kwalitatief aanbod dat ieders verwachtingen overtreft.

We streven er in de eerste plaats streven naar om onze producten te laten aansluiten bij de regelgevende kaders en wetten. Een veilige voedselketen is voor ons een evidentie. We waken daar heel actief over. We volgen het productieproces nauwgezet en monitoren de product- en productiekwaliteit continu. Zo zijn we zeker van de kwaliteit, zowel bij de import als bij de verkoop. We hanteren interne en externe doorlichtingen voor zowel onze leveranciers als voor de producten die ze leveren.

In de tweede plaats evalueren we onze leveranciers via transparante vragenlijsten. Uit die resultaten berekenen we een gemiddelde kwaliteitsscore (uitgedrukt op tien punten) als maatstaf voor de werking van ons kwaliteitssysteem.

Onze kwaliteitsingenieur Judith Pieters licht toe: "Voor 2023 komen we uit bij een totaalscore van **8,44 op 10**. Dit is op een na de beste score die we sinds onze bekeringen behaalden. We mogen er echt trots op zijn." We berekenen de kwaliteitsscore door een gemiddelde te nemen van de volgende drie criteria:

- het aantal kwaliteitsfouten in de zendlijnen
- de leveranciersscore
- het aantal, de ernst en de frequentie van kwaliteitsklachten per leverancier.

In de bijlage lichten we onze volledige berekening hiervan toe.

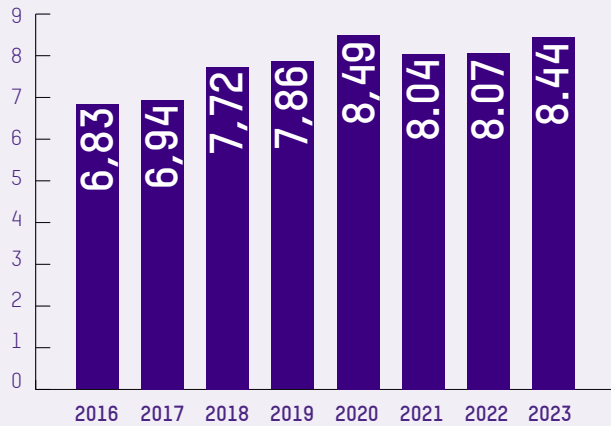
Judith Pieters, kwaliteitsingenieur

We monitoren de hoeveelheid en ernst van het aantal klachten nauwkeurig en volgen ze op.

"Onze kwaliteitsdienst volgt jaarlijks tussen de 80 en 100 non-conformiteiten op. Dat kan gaan over meldingen met een lage ernst, zoals niet vacuümverpakte koffie of uitgekristalliseerde honing, tot ernstige meldingen over bijvoorbeeld de aanwezigheid van pesticiden of vreemde voorwerpen in een product. Het aantal dossiers was het afgelopen jaar gedaald, maar de ernst van de dossiers is wel sterk gestegen. We blijven ons uiteraard inzetten om de actuele problemen aan te pakken en in de toekomst te vermijden. Daarom verhogen we de inspanningen in onze leveranciersevaluaties (zie bijlage 2). En onze inspanningen wérken: in 2022 waren we opnieuw Belgisch marktleider wat betreft de verkoop van Fairtrade koffie. Ook onze chocoladeketen is en blijft groot. We hebben een trouw klantenbestand, gaande van bedrijven tot bewuste consumenten die onze producten kopen in de wereldwinkel of lokale supermarkt. Zo maken we de cirkel mooi rond: we maken langetermijncontracten met onze leveranciers en kunnen terugvallen op jarenlang vertrouwen van de consument. Op dat model willen we nog heel lang blijven verdergaan, tot de hele voedingsindustrie fair is, voor iedereen.

FIGUUR 17

EVOLUTIE VAN DE KWALITEITSSCORE VAN ONZE LEVERANCIERS, 2016-2023



We hebben een trouw klantenbestand en zo maken we de cirkel rond: langetermijnafspraken met onze leveranciers en jarenlang vertrouwen vanuit de consument.

FIGUUR 18

AANTAL DOSSIERS VAN DE NON-CONFORMITEITEN EN DE ERNST ERVAN, 2016-2023



A woman with a colorful patterned headscarf and a blue hoodie stands in a field of green bushes. She is looking back over her shoulder towards the camera. The background is a clear blue sky and more greenery.

5.

**WAT WE DOEN
VOOR DE
SAMENLEVING**

5.1. ONZE ENGAGEMENTEN

Onze engagementen:



- We zijn wereldwijd bij de 5% beste bedrijven op alle B Corp-impactdomeinen
- We leveren hogere klimaatbijdragen tegen 2025
- We bouwen de zorgplicht in, in onze hele waardeketen
- We gaan strategische partnerschappen aan

Via ons werk met handelspartners en het aanbod aan onze klanten heeft Oxfam Fair Trade nu al een positieve sociale, ecologische en economische impact op mens en planeet. Bij Oxfam Fair Trade zit je dus dubbelcheck! Daarmee doen we niet alleen goed voor onze directe stakeholders, maar ook voor de bredere samenleving. En dat is nodig: er is nú nood aan verandering. In de samenleving van vandaag willen wij een voortrekker zijn in duurzame ontwikkeling. Die koppositie zullen we objectiveren via een topscore in de B Corp-certificatie. Anderzijds willen we ook bijdragen aan klimaatmitigatie en -adaptie bij onze partners via klimaatbijdragen. Oxfam Fair Trade beïnvloedt verder mee het beleid rond de zorgplicht (bekend onder de Engelse term 'human rights and environmental due diligence'). Daarom integreren we in de komende jaren de zorgplicht in onze eigen werking. Tot slot gaan we samenwerkingen aan via verschillende partnerschappen, om onze krachten te bundelen met andere organisaties.



5.2. WE ZIJN WERELDWIJD BIJ DE 5% BESTE BEDRIJVEN OP ALLE B CORP-IMPACTDOMEINEN

Sinds juli 2021 zijn wij gecertificeerd door B Corp. B Corp is een organisatie die bedrijven audit op hun inspanningen op sociaal en milieuvlak. Ons certificaat slaat dus niet op onze producten (zoals bij onze fairtrade- en biolabels), maar op onze organisatie in zijn geheel. De B Corp-certificering vormt momenteel de meest geloofwaardige en uitdagende beoordeling op het gebied van duurzaamheid binnen de bedrijfswereld.

Het traject bestaat uit een strenge beoordelingsprocedure op vijf grote domeinen: bestuurswijze, arbeidsrechten, gemeenschap, leefmilieu en klanten. Bij elke domeinscore staat een vergelijking met gelijkaardige organisaties naar geografie (land), sector en bedrijfsgrootte. In totaal moet een bedrijf meer dan 80 punten scoren om de certificering te behalen.

Wij haalden bij onze audit meteen een mooie score van **123,4 punten**. Daar zijn we trots op, want daarmee belanden we meteen in de hogere rangen. Maar we willen het nog beter doen: het is onze ambitie op elk van de vijf domeinen bij de beste 5% ter wereld te horen. Bij onze volgende audit in **2024 ambiëren we daarom uit te komen op een score van 130 punten**. Van een uitdaging gesproken!

Maar we zijn ook erg kritisch. Toen in 2022-2023 enkele bedrijven - waaronder Nespresso, bekend om zijn mensenrechtenschendingen in de waardeketen - toetreding kregen tot B Corp, kropen we dan ook in de pen. Samen met Oxfam België en andere bedrijven die de duurzaamheidslat hoog leggen (zoals Dr. Bronner) schreven we gezamenlijk een brief aan B Corp om onze verontwaardiging te uiten. Dit resulteerde in een aantal open gesprekken en de vraag om deel te nemen aan het B Corp-panel om de standaarden te herzien (en de lat dus opnieuw hoger te leggen). Dit wordt vervolgd!

Meer weten? De belangrijkste resultaten van onze B Corp-audit zijn terug te vinden in de bijlagen. 🌱

WIST JE DAT ...

we met ons B Corp-certificaat in goed gezelschap vertoeven? Oxfam Fair Trade staat tussen klinkende namen als Alpro, Ben & Jerry's, Tony's Chocolonely, Innocent, Pukka ...



Onze B Corp-certificering is meer dan een erkenning van onze engagementen. We moedigen er ook andere organisaties mee aan actie te ondernemen. Zo dragen we bij aan het verduurzamen van de volledige economie.

5.3. WE ZETTEN ONS IN MET KLIMAATBIJDRAGEN BIJ DE HANDELSPARTNERS



Sinds 2022 hebben we onze CO₂-strategie over een andere boeg gegooid. In ons eerste duurzaamheidsverslag van 2021 spraken we nog over CO₂-positiviteit: het concept dat wij via offsetting meer CO₂ uit de lucht zouden halen dan we in totaal uitstoten. De offsetmarkt werkt zo: omdat een bedrijf onmogelijk 'nul' CO₂-uitstoot kan uitstoten, investeert het via 'offsets' (een soort financiële compensatie) in een project dat CO₂ ofwel opneemt (bijvoorbeeld door het planten van bomen), ofwel vermindert (bijvoorbeeld door het bouwen van groene-energievoorzieningen ter vervanging van fossiele energie).

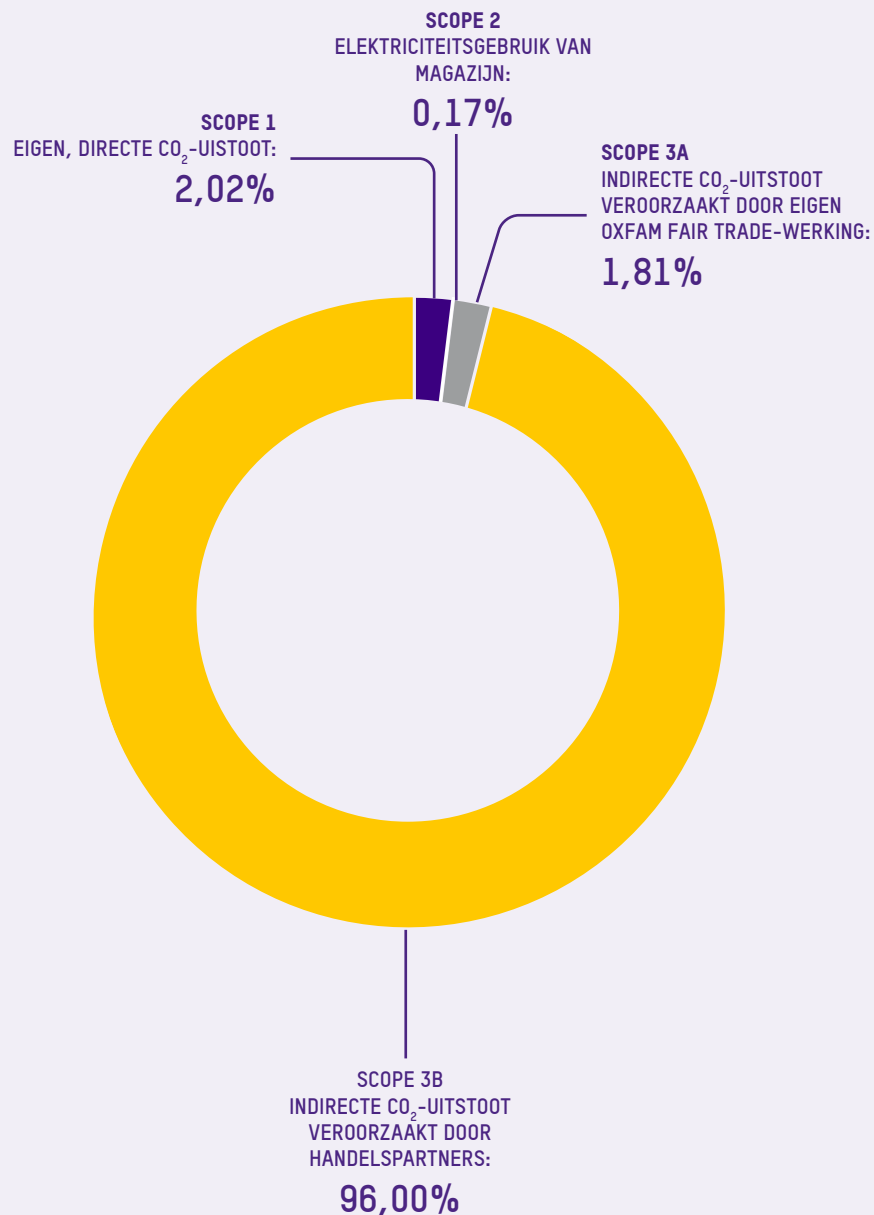
Deze projecten kunnen voor uitvoering een certificering krijgen, waarna bedrijven de certificaten (offsets) kunnen verkopen. Deze markt is echter zeer troebel en krijgt felle kritiek. Er zijn veel gevallen waarin aangekochte kredieten geen zekerheid bieden op opname of vermindering van CO₂, bijvoorbeeld omdat ze dubbel verkocht worden, niet van lange duur zijn of zonder de investering via offsets sowieso hadden plaatsgevonden. In sommige gevallen benadelen ze ook de lokale bevolking of zorgen ze voor meer uitstoot elders. Dit strookt niet met Oxfams streven naar transparantie en eerlijke handel, en daarom gooien we het over een andere boeg. Oxfam wil een klimaatbijdrager zijn, en dat op haar eigen manier.

Eerst en vooral brachten we onze eigen uitstoot in kaart - zoals we dat in 4.2.1.c al hadden gedaan voor onze producten. In de grafiek hiernaast zie je hoe onze producten voor 96 % van onze uitstoot verantwoordelijk zijn. Op een groot

deel van die uitstoot hebben we geen directe invloed. We merken bij de handelspartners een grote drive om het jaar na jaar beter te doen. De andere 4 % zijn het directe verbruik van onze gebouwen en de indirecte uitstoot van ons verkeer (woon-werkverkeer, dienstreizen, en transport). In vergelijking met 2022 is scope 2 min of meer gelijk gebleven. We hebben hier ons minimum aan uitstoot bereikt. Dit doordat we (1) ons aardgasverbruik al bijna met de helft hebben vermindert tegenover 2021, (2) we gebruik maken van zonnepanelen en een batterij en (3) we onze werknemers sterk stimuleren om met de fiets of het openbaar vervoer naar het werk te komen. Deze beslissingen hebben onze uitstoot opvallend doen verminderen. Halverwege 2023 besloten we ook om onze eigen vrachtwagens uit te faseren en het transport uit te besteden. Deze strategiewijziging heeft geleid tot een aanzienlijke daling van onze scope 1-uitstoot ten opzichte van 2022 (van 2,92% naar 2,02%). Aangezien ons eigen vrachtverkeer de grootste bron van uitstoot was binnen scope 1, is deze verandering vooral merkbaar binnen deze scope in plaats van in scope 3. De grootste bron van uitstoot binnen scope 3 wordt veroorzaakt door onze producten, niet door het vrachtverkeer van Oxfam Fair Trade naar de klanten. Verder verminderen we samen met onze partners onze emissies waar het kan. Ten opzichte van 2021 gaan we voor een daling van 15% tegen 2025 en een daling van 30% tegen 2030. We kiezen voor 2021 als baseline, omdat we over dit jaar ons eerste duurzaamheidsverslag geschreven hebben en dus de belangrijkste cijfers sinds dan in kaart brengen.

FIGUUR 19


DE VERDELING VAN DE CO₂-UITSTOOT PER SCOPE IN 2023



Omdat we niet alle CO₂ kunnen reduceren in onze ketenfinancieringen we via klimaatadaptatie en -mitigatie projecten klimaatbijdragen. We doen dit niet extern, maar bij onze eigen handelspartners. Zoals we eerder vertelden, willen we afstappen van het offset-concept, deels omdat we ze niet transparant genoeg vinden en deels omdat we onze focus willen verbreden voorbij CO₂-reductie. We willen afstappen van de tunnelvisie die CO₂-uitstoot als hét thema ziet, en andere thema's als biodiversiteit en watervoorraden buiten beschouwing laat. Met onze klimaatbijdragen ondersteunen we dus niet alleen CO₂-reductie, maar ook de versterking van biodiversiteit, duurzaam watergebruik, waterretentie en meer. We doen dit rechtstreeks met de betrokken handelspartners en stappen mee in projecten die zij voorstellen. Zo zijn we zeker van maximale impact. Zo investeren we niet alleen in de vertraging van klimaatopwarming (klimaatmitigatie), maar ook in het futureproof maken van onze partners (klimaatadaptatie). Niet minder ambitieus, wel kritischer.

In 2023 investeerden we 24.970 euro in klimaatbijdragen bij handelspartners, bijna een verdubbeling ten opzichte van 2022 (13.597€). Dat budget trekken we jaarlijks op. In 2025 zullen we voor meer dan 50.000 euro aan projecten opstarten of ondersteunen. Oxfams nieuwe visie is nog volop in vertaling naar de praktijk, maar we hebben ondertussen al heel wat lopende projecten bij de handelspartners.

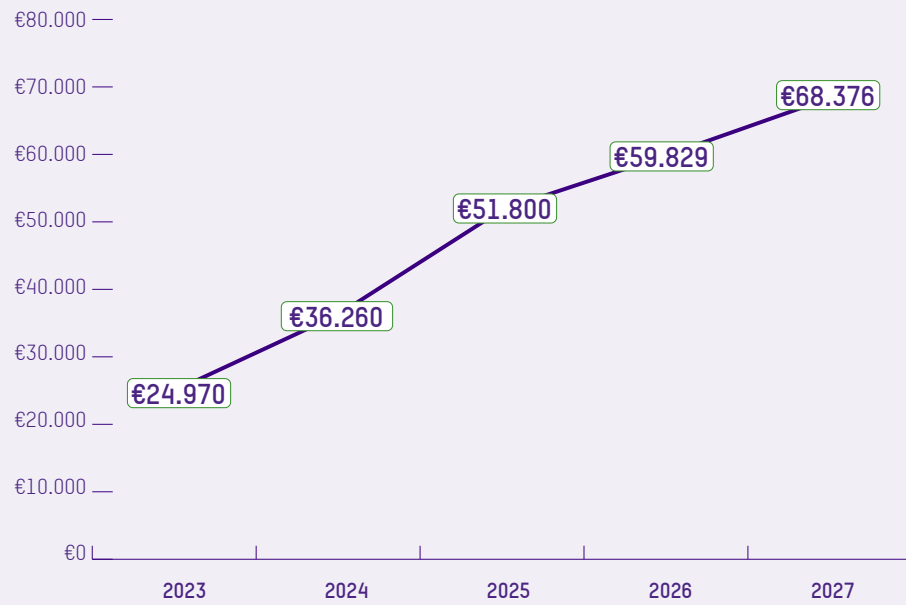
FIGUUR 20

**CO₂-EMISSIONS WAARVOOR OXFAM FAIR TRADE IN BELGIË VERANTWOORDELIJK WAS:
SCOPE 1,2 EN 3A, UITGEDRUKT IN TON **

	EMISSIONS	OPMERKINGEN
2018	197,52	Dit jaar brachten we alleen scope 1 in kaart.
2019	465,67	Dit is een representatief jaar, inclusief externe transporten, dienstreizen en woon-werkverplaatsingen.
2020	193,82	Vanwege de COVID-19-beperkingen daalde onze uitstoot drastisch door het wegvallen van dienstreizen en woon-werkverplaatsingen.
2021	250,89	Ook in 2021 waren er maar weinig dienstreizen of woon-werkverplaatsingen mogelijk.
2022	261,04	In 2022 zijn er terug meer dienstreizen georganiseerd, bedrijfsbezoeken, beurzen. Er mag 50 % van thuis gewerkt worden waardoor woon-werkverplaatsing niet zoveel is als in 2019
2023	178,89	In 2023 werd het transport van magazijn naar eindklant uitbesteed, hadden we een minder strenge winter en hebben we verwarming resoluut een graadje minder warmer gezet en konden we via een nieuw ventilatiesysteem de temperatuur beter monitoren.

FIGUUR 21

DE BUDGETTEN DIE WE DE KOMENDE JAREN VOORZIEN VOOR KLIMAATBIJDRAGEN GERELATEERD AAN DE GESCHATTE OMZET 🌱





VOORUITBLIK NORANDINO

Aangezien het project met Norandino - één van de Peruviaanse koffieleveranciers - pas later in het jaar 2023 is opgestart, is dit project nog steeds lopende. We ondersteunen de coöperatie om voor 620 leden biocompost te voorzien en extra schaduwbomen (zowel fruitbomen als kaphout). De biocompost zorgt ervoor dat de bodem een betere structuur krijgt, die het water beter vasthoudt; de koffiestruiken zullen dus meer produceren dankzij de waterbuffer en de extra voedingsstoffen. Die waterbuffer wint aan belang in een veranderend klimaat, zeker met de steeds extremere weerfenomenen. Een waterbuffer laat een grotere opslag van het overschot aan water toe, wat zorgt voor een betere overbrugging van langdurige droge periodes. Het is dus een ideale maatregel voor klimaatadaptatie.

De schaduwbomen hebben een tweeledige rol: ze zorgen voor een lagere temperatuur bij de koffieplanten en beschermen ze tegen hevige regens. Daarnaast zorgen de schaduwbomen ook voor CO₂-sequestratie; CO₂ wordt uit de lucht gehaald en omgezet in houtmassa. Dat is dus een goede mitigatiemaatregel. Het resulteert in een bijna verwaarloosbare netto CO₂-uitstoot bij de koffieproducent. 🌱

Herbebossingsproject Casa Apis Brazilië levert mooie resultaten op in 2023:

Casa Apis is een coöperatie met 650 imkers (en hun families) die leven van bijenteelt en honing in een semi-aride regio in het Noordoosten van Brazilië. Door de klimaatverandering kreeg de streek af te rekenen met lange droogteperiodes, waardoor bijenkolonies gingen uitzwermen en niet terugkeerden. Het gevolg was een verlies

aan honinginkomsten. Dat is de reden waarom Casa Apis zijn eigen klimaatstrijd aanging, met een ambitieus herbebossingsplan. Dat moet tussen 2021 en 2025 zorgen voor de aanplanting van 211 050 inheemse bomen moet zorgen. Een irrigatiesysteem met druppelirrigatie ondersteunt de jonge boompjes tot wanneer ze bloeien, zodat de streek een aantrekkelijke habitat blijft voor populaties honingbijen. Oxfam Fair Trade steunde dit project 3 jaar lang via de aankoop van irrigatiekits. In 2023 slaagde Casa Apis erin om 68 irrigatiekits op de velden van de imkers te installeren en zo de aangeplante bomen te helpen overleven. In 2023 plantte Casa Apis in totaal 40 200 nieuwe bomen aan. De projectteller komt daarmee na 3 jaar op 94847 aangeplante en geïrrigeerde bomen te staan. Die volgehouden inspanningen perkten het verlies aan bijenpopulaties door droogte in van 60% naar 16%. De nieuwe bijenoases zorgen voor een veelvoud aan bloeiende soorten, wat zowel de biodiversiteit als de honingproductie ten goede komt.

Uit de analyse van de aangeplante bomen in 2022 bleek dat 78% ervan overleefde dankzij de irrigatiesystemen. Het is een zeer bemoedigend resultaat voor de imkers, aangezien de irrigatiebuizen van het ene perceel naar het andere kunnen heraangelegd worden om steeds nieuwe aanplant van water te voorzien.

Daarnaast heeft de coöperatie geïnvesteerd in de aankoop van een nieuw stuk grond van 13 hectare groot, met plaats voor nog eens 9100 bomen. Er is een waterbron en een tank van 10.000 liter water op het terrein geïnstalleerd. Zo wordt deze streek langzamerhand een echte bijenoase, van cruciaal belang voor de inkomsten uit de bijenteelt. 🌱

5.4. WE BOUWEN DE ZORGPLICHT IN ONZE HELE WAARDEKETEN IN

In de introductie van dit verslag hadden we het al over de opzet van ons zorgplichtbeleid en hoe we dit cyclisch aanpakken. Hier gaan we graag wat dieper in op onze focus binnen dit beleid en op de zaken die we al implementeerden; we hebben het ook over wat er nog te gebeuren staat en hoe we onszelf elk jaar verder kunnen verbeteren.

Binnen de waardeketen richten we ons in eerste instantie op ketens en geografische gebieden waar kleinschalige producenten de grootste uitdagingen ervaren en de meeste ondersteuning nodig hebben. Onze focus ligt daarom voornamelijk op de upstream waardeketens (van veld tot haven).

Onze aanpak van zorgplicht omvat een eerlijke verdeling van lasten en inspanningen. We nemen hierbij de verantwoordelijkheid en ondersteunen onze partners/leveranciers. Daarnaast hechten we veel waarde aan betekenisvol overleg met belanghebbenden om een gedragen aanpak te ontwikkelen die rekening houdt met diverse perspectieven. We hebben ook een feministische en genderresponsieve benadering, waarbij we speciale aandacht besteden aan kwetsbare groepen (i.e. vrouwen en meisjes) die mogelijk extra worden getroffen. Als laatste willen we ervoor zorgen dat ons zorgplichtbeleid geen tick the box-strategie wordt via documentenanalyse, maar een écht verhaal dat impact creëert voor échte mensen.

Laat ons even dieper ingaan op de cyclussen binnen het zorgplichtbeleid:

1) COMMIT

We zijn bezig met de opzet van een engagementsverklaring met betrekking tot mensenrechten en milieu. Het doel is om deze verklaring op onze website te publiceren en zo de hoeksteen zal zijn voor het zorgplichtbeleid van Oxfam Fair Trade.

2) IDENTIFY

Uit een eerste analyse op basis van Fairtrade International, blijken dit in de upstream waardeketens de voornaamste risico's te zijn:

- Impact van klimaatcrisis
- Gebrek aan een leefbaar inkomen
- Niet-duurzaam watergebruik
- Verlies van biodiversiteit en ontbossing
- Genderongelijkheid en schendingen van de rechten van het kind
- Schending van arbeidsrechten
- Gebrek aan toegang tot gezondheidszorg

Daarnaast is het de bedoeling om volgende mechanismen te gebruiken om meer info te genereren over de specifieke risico's in onze ketens:

- Certificeringsrapporten van externe certificeerders, meestal Fair Trade International.
- Rechtstreeks contact met coöperaties biedt ons ook directe informatie over mogelijke risico's.
- Uitgevoerde studies waarbij alle belanghebbenden betrokken zijn.

We deden al een initiële risicoanalyse van alle coöperaties waarmee we op landniveau samenwerken.



HREDD-SCAN EN OPVOLGING KOOPMANSKLOOF, WIJNPARTNER, ZUID-AFRIKA

We volgen onze wijnpartner Koopmanskloof in Stellenbosch al sinds de start van de samenwerking in 2008 van nabij op. Fair trade betekent 'hired labour' voor de wijnproducenten van Zuid-Afrika, omdat er nu éénmaal geen Zuid-Afrikaanse fairtradewijn is van kleinschalige producentenorganisaties.

Na de Bitter Grapes-documentaire in 2016, en de daaropvolgende boycot in Scandinavië van enkele Zuid-Afrikaanse wijnen uit Robertson, wilden we de realiteit op Koopmanskloof Farm nog meer doorgronden.

Tijdens de dienstreis in 2017 was er een eerste contact met een lokale NGO die strijdt voor betere arbeids- en levensomstandigheden voor vrouwelijke seizoenarbeiders. We brachten hen in contact met Koopmanskloof, hielden Focus Group discussies met de arbeidsters, en startten een gezamenlijk project gericht op vorming aan verschillende arbeidscomités binnen Koopmanskloof.

Na deze samenwerking gingen we ter ondersteuning van de arbeiders op Koopmanskloof Farm in zee met Fairtrade Africa en diverse Zuid-Afrikaanse NGO's. De focus lag op financieel management en projectmanagement, leiderschapskwaliteiten en computervaardigheden inclusief e-banking.

We steunden de arbeiders in hun onderhandelingen met het management over de besteding van de Fairtrade premiebudgetten. In 2022 startten we een HREDD risk scan analyse. In een eerste videocall lichtten we de algemene methodiek uitgebreid toe, gevolgd door 2 sessies waarin we de methodiek toepasten, in open dialoog met het management. De huisvestingcondities waren een belangrijke prioriteit. Ondertussen zijn er al heel wat herstel- en onderhoudswerken uitgevoerd, maar blijft het een aandachtspunt. Koopmanskloof houdt zich uiteraard aan de normen voor het correct gebruik van de toegelaten chemische middelen, maar toch blijft dit een inherent risico. We pushen Koopmanskloof naar een overschakeling op biologische teelt, wat klimatologisch niet evident is in de Stellenbosch-regio. We zien nauw toe op het uitbetalen van de minimumlonen (+bonussen); ook de seizoenarbeiders hebben contracten. Het gebrek aan toiletten in de wijngaard is een sectorieel probleem in Zuid-Afrika. Idealiter ontstaan er lokaal bedrijven die deze service kunnen aanbieden. Een ander kwetsbaar punt was de kwaliteit van het drinkwater, dat tijdens een recente dienstreis in 2023 door de arbeiders niet langer als een probleem werd ervaren. De enorme werkloosheid en verstoorde arbeidsmarkt, de grote inkomensongelijkheid, verslavingsproblematiek (alcohol, drugs, ...) en daaraan gerelateerd geweld en criminaliteit die de Zuid-Afrikaanse samenleving tergen, treffen jammer genoeg (soms) ook het gemeenschapsleven op Koopmanskloof Farm. In deze moeilijke context probeert het management in respectvolle dialoog met de arbeiders toch te bouwen aan een constructieve community, met het oog op betere levensomstandigheden en vooruitgang voor alle betrokkenen. 🌱



COARENE EN COMSA, KOFFIEPARTNERS HONDURAS

In Honduras hebben we ons eerste veldonderzoek gedaan. Het was een echte pilootstudie die ons twee inzichten gaf: hoe kunnen we dergelijke studie het best uitvoeren en met welke methodes? Hoe moet dit praktisch gebeuren? En welke resultaten komen er naar boven. In de studie in Honduras trokken we volledig de kaart van een bottom-up benadering, waarbij de landbouwers zelf bepaalden welke risico's ze het meeste ervaren. Uiteindelijk bleek uit deze studie dat deze aanpak niet altijd even diep bepaalde problemen kon blootleggen. 🌿🌿 Maar dit heeft ons voldoende input gegeven om een volgende studie anders aan te pakken in Oeganda (zie verder)



3) ADDRESS AND REMEDIATE

Om de risico's te remediëren en te verminderen, kiezen we resoluut voor:

- Transparante aanvoerketens die volledig Fairtrade-gecertificeerd zijn.
- Het onderhouden van langetermijnrelaties met handelspartners, voornamelijk boerencoöperaties.
- Directe en nauwe contacten om problemen snel op te sporen en effectief te reageren.
- Projecten die verder gaan dan de Fair Trade-standaarden, zoals het nastreven van een leefbaar inkomen.
- Begeleiding van handelspartners bij de overstap naar biologische landbouw en agro-ecologieprojecten.
- Financiële ondersteuning in vraaggestuurde projecten met betrokken handelspartners, naast onze klimaatbijdragen
- De opzet van Human Right Impact Assessments bij handelspartners (bijv. ACPCU, Uganda - koffieparker)

4) TRACK

We monitoren onze vooruitgang ook kwantitatief met verschillende KPI's:

- B Corp Score
- Hoeveelheid betaalde fairtradepremie per jaar
- % dat bio-gecertificeerd is
- Aantal co-creatieprojecten en klimaatbijdragen
- Leefbaar inkomen premie
- Aantal projecten ondersteund ter verbetering van de positie van vrouwen in de waardeketen
- %CO₂-uitstoot

Maar ook op kwalitatieve wijze: Rapportering en beschrijvende impactmeting van de co-creatieprojecten

5) COMMUNICATE

Het duurzaamheidsverslag is voor ons het communicatiemiddel om al onze belanghebbenden te informeren over de cyclische aanpak van ons zorgplichtbeleid en hier transparant over te delen: wat goed loopt, maar ook wat minder goed loopt.

Wat we moeten onthouden, is dat deze aanpak cyclisch is en ervan uitgaat dat een risicovrije productieketen niet bestaat. Bepaalde zaken dienen dus zeker aangepakt.



CASE ACPCU

Op basis van de lessen die we trokken uit ons onderzoek in Honduras hebben we voor de Human Rights Impact Assessment (HRIA) dit maal gekozen voor de Oegandese koffiecoöperatie ACPCU. Hiervoor werden er ter plaatse verschillende focusgroepen georganiseerd met mannelijke en vrouwelijke leden, kinderen, seizoensarbeiders en kinderen van de seizoensarbeiders. Op die manier kregen we een zo compleet mogelijk beeld. Er kwamen enkele risico's aan de oppervlakte, vooral bij de kwetsbaarder groepen. Aangezien HREDD net gaat over het identificeren en erkennen van bepaalde risico's, kunnen we nu de cyclus verder zetten. Momenteel zijn we samen met de coöperatie aan het kijken hoe we deze risico's samen verder kunnen aanpakken en mitigeren. Dit zal dus opnieuw een nieuw project zijn dat we in samenspraak met een handelspartner opzetten.

Deze veldstudie vormt nu de basis om ieder jaar bij minstens 1 partner een HRIA uit te voeren, volgens een vaste methodiek. Dit zal ook gebeuren door de andere leden van de European Fair Trade Association, waar we lid van zijn. ☕

5.5 WE GAAN STRATEGISCHE PARTNERSCHAPPEN AAN

Onze missie is duidelijk: naar een eerlijk en duurzaam handelssysteem voor iedereen. Maar zo'n opgave kunnen we niet alleen realiseren. Daarom smeden we banden met bevriende organisaties en gaan we strategische partnerschappen aan om het bedrijfsleven en de industrie van binnenuit te herorganiseren.

WIJ WERKEN SAMEN MET DE VOLGENDE ORGANISATIES EN ZITTEN IN DE VOLGENDE PARTNERSCHAPPEN

B Corp	Als gecertificeerde B Corporatie zijn we lid van een heus netwerk gelijkgestemden in België (via The Shift), Europa en wereldwijd.
Beyond chocolate	Partnerschap voor duurzame Belgische chocolade, waarin we zetelen samen met de chocolade-industrie, supermarkten, de overheid en het middenveld.
Coffee barometer	Tweejaarlijks rapport naar de status van duurzaamheid en uitdagingen in de koffiesector, dat we uitbrengen samen met Hivos, Solidaridad en Conservation international.
EFTA (European Fair Trade Association)	Europese vereniging van fairtrade-importeurs, wij zijn als Belgische speler actief.
Fairtrade Belgium	De nationale fairtrade-organisatie van België, die het fairtradelabel verleent aan onze producten.
The Shift	The Shift is het Belgische verzamelpunt voor duurzaamheid.
BioForum	BioForum is de sectororganisatie voor Vlaamse biolandbouw en -voeding.



6.

**OVER DIT
VERSLAG**

SLOTWOORD

Met trots presenteren we jullie het slotwoord van ons Duurzaamheidsverslag, waarin we het belang van zorgplicht als essentiële pijler van ons werk bij Oxfam Fair Trade benadrukken. Dit verslag biedt niet alleen een inkijk in onze inspanningen op het gebied van duurzaamheid, maar ook in onze voortdurende toewijding aan transparantie en verantwoordelijkheid.

Een belangrijk aspect van onze zorgplicht is onze inzet voor transparantie. We geloven dat het essentieel is dat onze klanten en stakeholders volledig op de hoogte zijn van onze praktijken en beslissingen. Daarom blijven we open en eerlijk communiceren over ons beleid, onze processen en onze prestaties op het gebied van duurzaamheid. We willen dat jullie weten wat jullie kopen en waar het vandaan komt, zodat jullie met vertrouwen voor onze producten kunnen kiezen.

Elk product dat de naam Oxfam Fair Trade draagt, is zorgvuldig dubbel gecheckt op de impact ervan, zowel op sociaal als op ecologisch gebied. We zijn er trots op dat we (h)eerlijke producten kunnen aanbieden die niet alleen de smaakpapillen verwennen, maar ook bijdragen aan een rechtvaardigere en duurzamere wereld.

Als slotwoord willen we onze dankbaarheid uitspreken aan iedereen die ons heeft gesteund in onze duurzaamheidsinspanningen. Samen hebben we al veel bereikt, maar we weten dat er nog veel werk aan de winkel is. Laten we blijven samenwerken en streven naar een toekomst waarin zorgplicht en duurzaamheid de norm zijn, voor ons allemaal. En dat ons businessmodel een voorbeeld mag zijn voor de hele voedingssector!





7.

BIJLAGEN

7.1. MATERIALITEITSANALYSE

Onze bevraging onder stakeholders draaide rond de vraag welke doelstellingen belangrijk zijn voor Oxfam Fair Trade en welke essentieel zijn voor onze stakeholders als het over onze werking gaat. We organiseerden hiertoe een bevraging bij onze meest directe stakeholders: onze eigen medewerkers, medewerkers en vrijwilligers van Oxfam-Wereldwinkels, coöperaties in het Zuiden, Europese verwerkers, leveranciers en andere Europese partners.

We ontvingen feedback van in totaal 87 mensen op volgende vragen:

1. Aan welke SDG's moet Oxfam Fair Trade volgens jou bijdragen?
2. Welke oplossingen moet Oxfam Fair Trade ondersteunen om die SDG's aan te pakken?

Deze bevraging resulteerde in de materialiteitsmatrix van Oxfam Fair Trade, met een prioritering van onze SDG's:

→ ZIE FIGUUR 22 

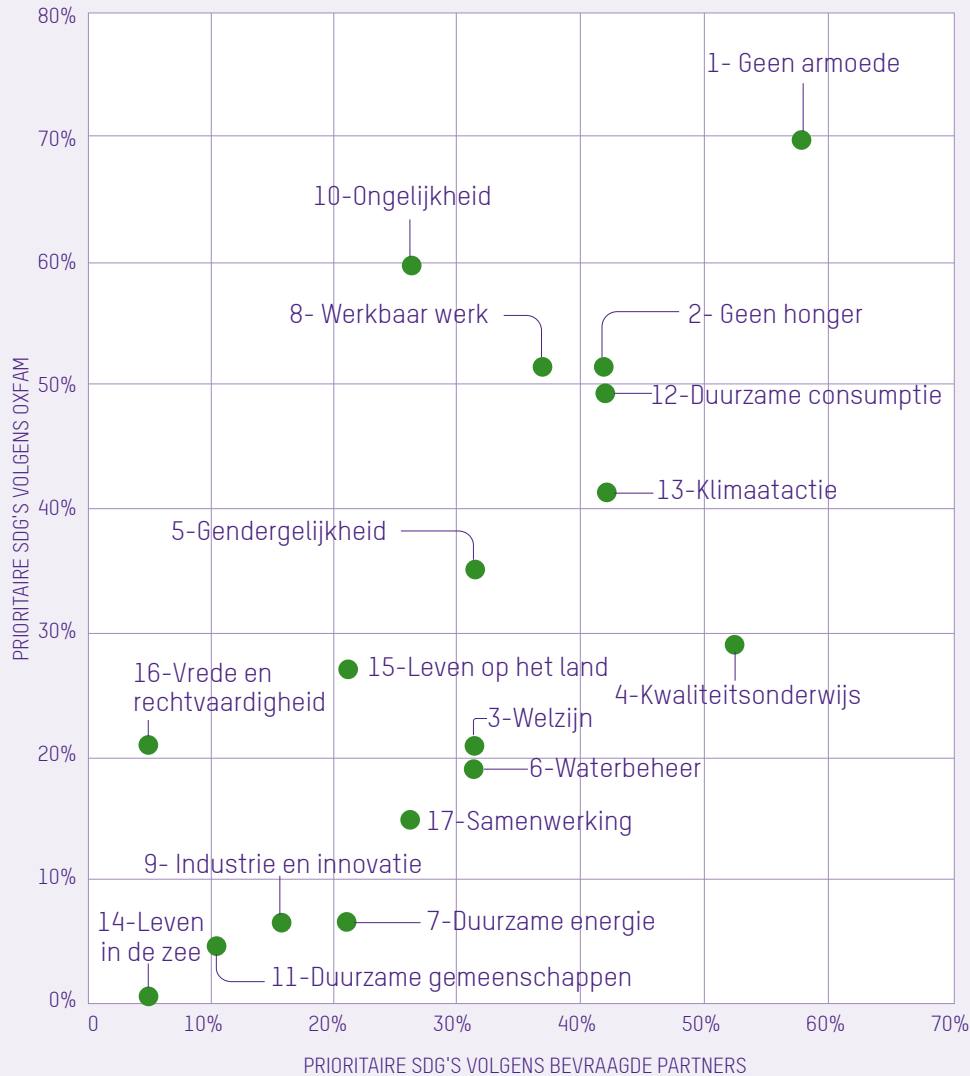
Aan de voorgestelde oplossingen kenden onze stakeholders het volgende belang toe:

→ ZIE FIGUUR 23 



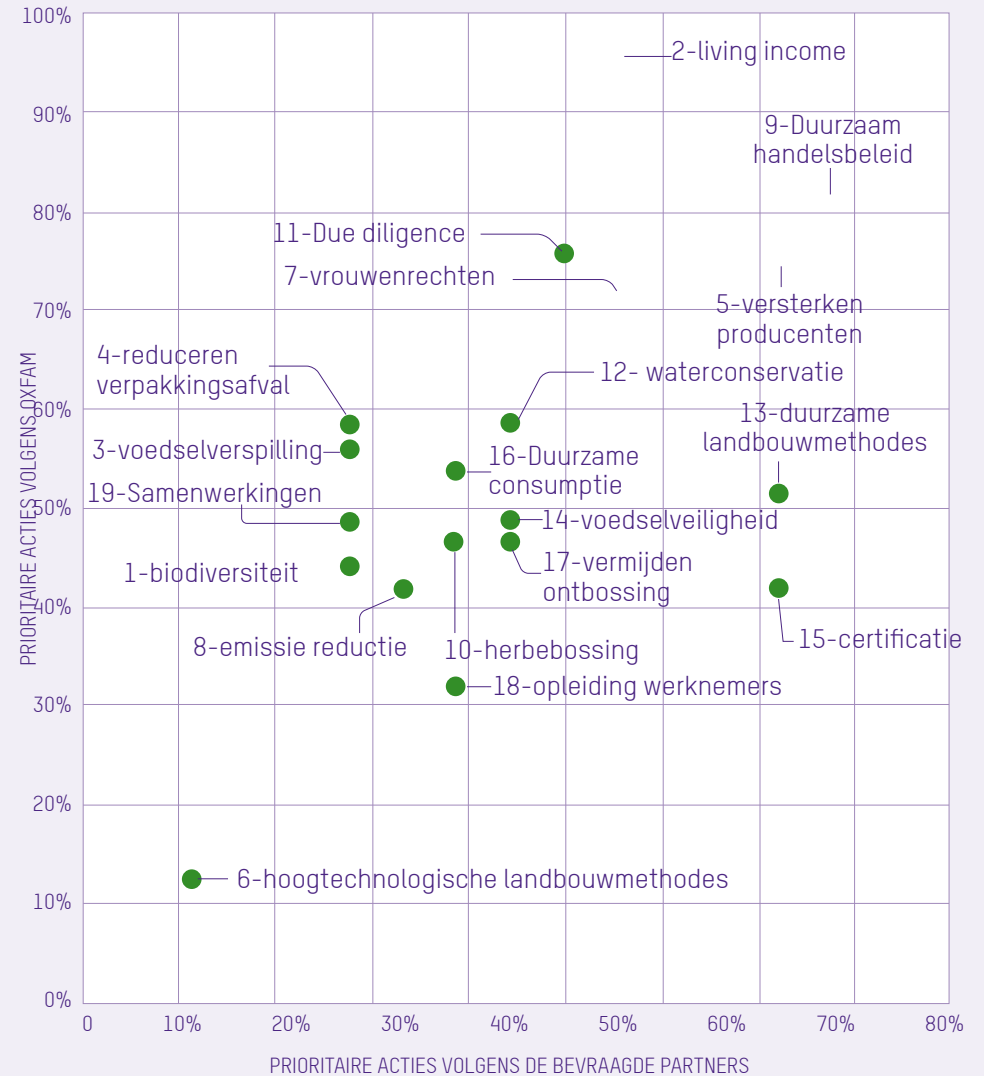
FIGUUR 22

DE MATERIALITEITSMATRIX DIE RESULTEEERDE UIT ONZE STAKEHOLDERBEVRAGING



FIGUUR 23

DE PRIORITERING VAN DE BELANGRIJKSTE ACTIES VOLGENS ONZE STAKEHOLDERS



7.2. KWALITEITSSCORE

Als maatstaf voor de werking van ons kwaliteitssysteem, berekenen we jaarlijks een kwaliteitsscore(uitgedrukt op 10 punten).

Daarbij nemen we een gemiddelde van de volgende drie criteria:

→ ZIE FIGUUR 24

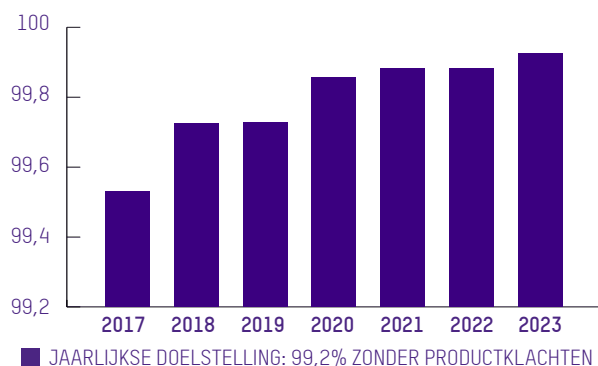
FIGUUR 24

DE BEREKENING VAN ONZE KWALITEITSSCORE SINDS 2017

1

PRODUCTKLACHTEN IN DE ZENDLIJNEN

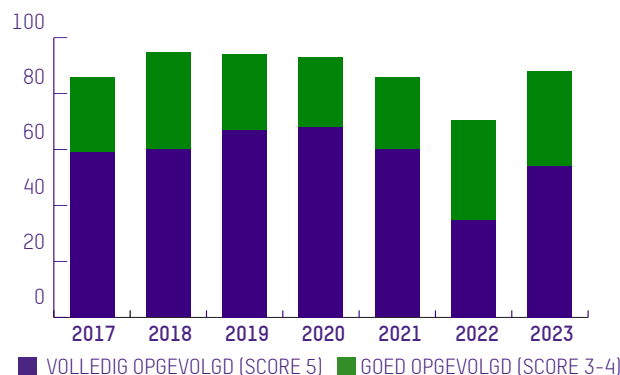
We gaan na hoeveel zendlijnen zonder productklachten blijven. In 2023 waren maar liefst **99,92%** van onze lijnen foutloos! Dat is een score waar we echt wel trots op mogen zijn.



2

LEVERANCIERSOPVOLGING

We berekenen het percentage leveranciers waarvan we voldoende informatie in ons kwaliteitsoopvolgingsstelsel hebben: een kwaliteitsevaluatie, kwaliteitsovereenkomst en indien beschikbaar voedselveiligheidscertificaten. Onze doelstelling is dat elke leverancier van grondstoffen en/of eindproducten een score van 3 of hoger haalt (uitgedrukt op 5). In 2023 landden we op 88%, afgelopen jaar is er een tandje bijgestoken door een maandelijkse opvolging en werd ook een nieuwe kwaliteitsovereenkomst opgestart.



3

KLACHTEN PER LEVERANCIER

Hier zien we in 2023 dat het aantal leveranciers met enkele, op gebied van voedselveiligheid niet zo ernstige, klachten op hun naam is gestegen. Het aantal leveranciers in de kritieke zone is met 3 % gedaald tegenover vorig jaar. Bovendien heeft 46 % van de leveranciers zelfs geen enkele klacht bij zijn naam.

Klachten per leverancier (%)

	2021	2022	2023
(<3): zware fouten	4	6	3
{3}: een of enkele fouten	49	48	53
{5}: geen fouten	47	46	44





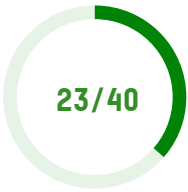
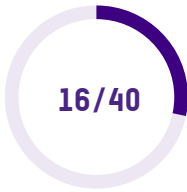



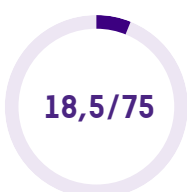
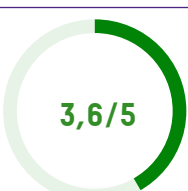
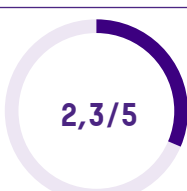
7.3. ONZE B CORP-AUDIT

Binnen de B Corp-audit wordt elk bedrijf **beoordeeld op vijf domeinen: bestuurswijze, arbeidsrechten, gemeenschap, leefmilieu en klanten**. Bij elke domeinscore staat een vergelijking met gelijkaardige organisaties naar geografie (land), sector en bedrijfsgrootte. Hieronder geven we onze scores, en de gemiddelden van onze sector.

→ ZIE FIGUUR 25 

FIGUUR 25

DE VOORNAAMSTE RESULTATEN VAN ONZE B CORP-AUDIT

DOMEIN	WAT WORDT ER IN DIT DOMEIN GEËVALUEERD?	WAT IS ONZE SCORE?	WAT IS HET SECTORGEMIDDELDE?	EEN TOELICHTING BIJ ONZE SCORE
Bestuurswijze	Algemene missie en engagementen	 8,2/20	 6,6/20	In dit domein scoren we iets hoger dan gemiddeld. We haalden onze punten voornamelijk vanwege het feit dat we georganiseerd zijn als een coöperatie, en scoorden goed op het criterium 'ethiek en transparantie'.
Arbeidsrechten	Bijdragen aan de financiële zekerheid, gezondheid en veiligheid, welzijn, loopbaanontwikkeling en betrokkenheid van de werknemers	 23/40	 16/40	Uit deze resultaten bleek dat met name de verloning van onze medewerkers een moeilijk punt is. Op het gebied van gezondheid en welbevinden, en engagement en tevredenheid scoren we een pak beter.
Gemeenschap	Betrokkenheid bij en de impact op de gemeenschappen waar we actief zijn	 60,2/100	 32,5/100	In dit domein behaalden we ronduit een topscore! Hier komen dan ook de typische uitgangspunten en sterktes van Oxfam Fair Trade aan bod: fairtrademodellen, gelijkheid en inclusie, maatschappelijke betrokkenheid, coöperatieve businessmodellen, lokaal gerichte economische ontwikkeling en formele donatiestromen ...
Leefmilieu	Algemene milieubeheerpraktijken en onze impact: zowel directe impact als onze toeleveringsketen en distributiekanaal	 28,1/75	 18,5/75	In het milieudomein scoren we beter dan anderen, maar willen we onze score nog opkrikken. In veel van onze projecten spelen onderwerpen als water, biodiversiteit, bodemrijkheid ... al een grote rol. Maar die acties zijn nog niet allemaal geformaliseerd of beschreven in onze werking. Dit is dan ook een van onze duidelijkste doelen voor de volgende audit.
Klanten	Kwaliteit van onze producten en diensten, privacy en veiligheid, feedbackkanalen	 3,6/5	 2,3/5	Ook hier mogen we trots zijn op ons resultaat! Onze producten hebben een specifieke positieve impact op onze klanten. Ook de ondersteuning die we bieden aan de wereldwinkels, drijft onze score in deze pijler op.
		TOTAAL: 123	SECTORGEMIDDELDE: 76	



8.

GRI STANDARDS REFERENCE TABLE

8.1. ALGEMENE INFORMATIE-ELEMENTEN (GRI)

Materiële thema's en	Beschrijving	Hoofdstukken uit het rapport GRI-norm
1. Geen armoede		
103-1 - 103-3	Managementbenadering	1.4.1 Zorgplicht: een toewijding aan duurzaamheid 2.2.1 Eerlijke prijs
GRI 202: Marktaanwezigheid 2016		
202-1	De verhouding tussen het standaard aanvangssalaris en het lokale minimumloon, op geslacht	2.2.1 Eerlijke prijs
2. Ongelijkheid		
103-1 - 103-3	Managementbenadering	1.4.1 Een momentum voor de wereld 2.2.1 Eerlijke prijs 2.2.2 Sociale structuren in balans 2.2.3 Co-creatieprojecten op vraag van de handelspartners 2.3.1 Samenwerken op lange termijn
GRI 204: Aanbestedingspraktijken 2016		
204-1	Proportie van uitgaven aan lokale leveranciers	2.2.1 Eerlijke prijs
GRI 413: Lokale gemeenschappen 2016		
413-1	Operaties die lokale gemeenschappen omvatten, effectenstudies en ontwikkelingsprogramma's	2.2.3 Co-creatieprojecten op vraag van de handelspartners 2.3.1 Samenwerken op lange termijn 5.3 We zetten ons in met klimaatbijdragen bij de partners
GRI 405: Diversiteit en gelijke kansen 2016		
103-1 - 103-3		
405-2	Verhouding tussen het basissalaris en de bezoldiging van vrouwen en mannen	2.2.2 Sociale structuren in balans
3. Geen honger		
103-1 - 103-3	Managementbenadering	1.4.1 Zorgplicht: een toewijding aan duurzaamheid 4.2.2 Minder afval
Eigen indicator	vermindering in volume van verpakkingsmateriaal	4.2.2 Minder afval

8.1 ALGEMENE INFORMATIEELEMENTEN (GRI 102) (VERVOLG)

Materiële thema's en	Beschrijving	Hoofdstukken uit het rapport GRI-norm
4. Werkbaar werk		
103-1 - 103-3	Managementbenadering	2.2 We drijven eerlijke handel met onze handelspartners 2.2.1 Eerlijke prijs 2.2.2 Sociale structuren in balans 3.1 Onze engagementen 3.2 We verhogen de tevredenheid en het welzijn in het team
GRI 404: Opleiding en onderwijs 2016		
404-2	Programma's voor de verbetering van de vaardigheden van werknemers en bijstand bij overgang	3.2 We verhogen de tevredenheid en het welzijn in het team
GRI 409: Gedwongen of verplichte arbeid 2016		
409-1	Activiteiten en leveranciers die een aanzienlijk risico lopen op gevallen van gedwongen of verplichte arbeid	2.2.2 Sociale structuren in balans
5. Duurzame consumptie		
103-1 - 103-3	Managementbenadering	4.2 We bieden een eerlijk en duurzaam productassortiment aan 4.2.1 Conform aan externe certificeringen en referentiekaders 4.3 Op kwaliteitsgebied trachten we de verwachtingen en regelgevingen over onze producten te overstijgen 7.1 Materialiteitsanalyse 7.2 Kwaliteitsscore 7.3 Onze B Corp-audit
GRI 417: Marketing en etikettering 2016		
Eigen indicator	Biolabel	4.2.1 Conform aan externe certificeringen en referentiekaders
Eigen indicator	Fairtradelabel	4.2.1 Conform aan externe certificeringen en referentiekaders
GRI 416: Gezondheid en veiligheid van de klant 2016		
416-1	Beoordeling van de gezondheids- en veiligheidseffecten van product- en dienstencategorieën	4.3 Op kwaliteitsgebied trachten we de verwachtingen en regelgevingen over onze producten te overstijgen
416-2	Gevalen van niet-naleving van de gezondheids- en veiligheidseffecten van producten en diensten	4.3 Op kwaliteitsgebied trachten we de verwachtingen en regelgevingen over onze producten te overstijgen 7.2 Kwaliteitsscore



TOGETHER WE MAKE A POSITIVE IMPACT

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

oxfamfairtrade.be 



OXFAM
Fair Trade