



1999 Ge-Seattle-d in de Ververijstraat

Een mooi nieuwjaarscadeau van de provinciale secretariaten: de **materialenbank** verzamelt "methodieken om bepaalde thema's in wereldwinkelactiviteiten aan te brengen". Het laatste weekend van februari wordt **doorgeboemd** in 'De Karmel' in Brugge "over hoe het verder moet met de wereldwinkelbeweging". Een behoorlijke opkomst en een fijn weekend; maar concrete resultaten of spectaculaire vernieuwingen zijn er niet.

Februari is bezoekersmaand: er is niet alleen het project **'Partners**

op bezoek' (zie kader 'De Graantjesmarkt'), ook Patricio, Raúl en José van Sagrada Familia komen langs. Op zijn tocht door Cuba bezoekt de Belgische minister van Buitenlandse Zaken Erik Derycke onze honingpartners: de minister ontvangt er het eerste potje citrushoning voor Oxfam-Wereldwinkels.

In de WeeWeeKrant van februari staat een artikel **'Te huur of te duur'**: over wereldwinkels met hoge huurprijzen en over wereldwinkelgroepen die een eigen winkelpand kopen. Ook dat is een trend van de voorbije vijf jaar: tus-

sen 1995 en 2000 worden 12 groepen hun eigen huisbaas. Nooit eerder meegemaakt: tot 1995 waren er slechts een zestal eigenhuisbezitters.

De zomer van 1999 - weet u nog wel - is dioxine- en eclipszomer in België. "U kan gerust zijn. Alleen in onze Equita-koekjes zitten **eieren** verwerkt. Maar die hebben allemaal een Biogarantielabel." En na de zonsverduistering - kent u nog de datum, geachte quizzers? - bestormt zonnekijkend België de Wereldwinkels met **eclipsbrillen**. Om op te sturen naar de mensen in Angola, Zimbabwe, Mozambique en Madagascar, waar in juni 2001 een eclips zal te zien zijn. De actie is een idee van Oxfam-Solidariteit. Er worden naar schatting 250.000 eclipsbrillen bijeengebracht.

De dienst Verkoop heeft een nieuwe chef (Johan Elsen) en is ambitieus. Maar zijn plannen lokken discussie uit. Het invoeren van een **huismark** "om ons assortiment herkenbaarder te maken" vindt niemand een probleem; maar het logo van Oxfam-Internationaal dat erop prijkt: lijkt dat niet een beetje teveel op 'een VMO-manneke'? En het **marketingplan** is volgens sommigen "een allesomvattend verkoopplan" en dus verderfelijk. Volgens Marc Bontemps heeft marketing echter "wel degelijk betrekking op de verkoop van onze producten en op de wijze waarop we communiceren over onze standpunten. Hoe het aanbod van onze 'producten' (en dat zijn dus zowel koffies als visies) maximaal afstemmen op de noden en de verwachtingen van onze klanten: daar gaat het om in dit Marketingplan." Het plan zal worden goedgekeurd op de Algemene Vergadering van voorjaar 2000.

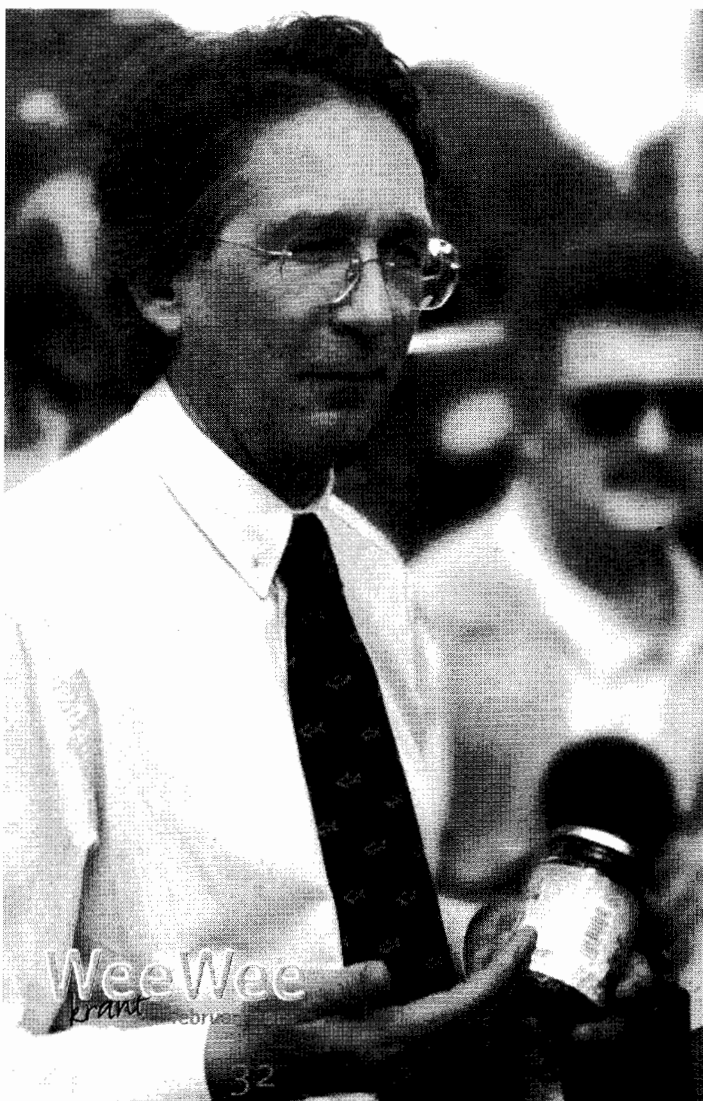
In de herfst sterft **Julius Nyerere**, wereldwinkelheld van de jaren 1970, en kruidt een ander



'Graantjesmarkt'-thema onze activiteiten: **genetische manipulatie**. Na een kleine actie op een proefveld met genetisch gemanipuleerde organismen (ggo's) in Aalter ontdekt ons land het fenomeen. De publieke opinie wordt gekneed met argumenten pro en contra ggo's. Wij doen onze duit in de debatzaak met een aantal stellingen die we rechtstreeks van onze partners in het Zuiden krijgen. En uiteraard zitten er geen ggo's in de producten van Oxfam-Wereldwinkels; dat maken we duidelijk met een Klanteninfo.

De **Klantendag** van 16 oktober zet de derde wereld in de zak en wil de consument tot denken en handelen aanzetten. De meest opgemerkte reactie komt van het NCOS dat zich verslikt in de openingszin van onze advertentie: 'Ontwikkelingshulp zal de Derde Wereld niet redden.' "De Klantendag werd een klaterend succes: het was soms drummen in de Wereldwinkels".

Tijdens de eindejaarsbeurzen staat **wijn in de kijker**. Ter voorbereiding hebben wij radiojournaliste Liesbet Walckiers naar Sagrada Familia gestuurd. Ze keert terug



WTO

Vanaf het najaar kleurt het WTO-jargon de wereldwinkelgesprekken. In de Amerikaanse stad Seattle gaat van 30 november tot 3 december een WTO-conferentie door die zich als historisch aankondigt. Wereldwijd mobiliseren ngo's tegen het vrijhandelsdenken van de WTO dat de rijke landen van het noorden nog rijker zal maken en de ontwikkelingslanden gewoon arm zal houden. Ook Oxfam-Wereldwinkels mobiliseert tegen Seattle. Met een brochure, met artikelen in de WeeWeeKrant, met deelname aan manifestaties in eigen land, met lobbywerk bij de politici. Wij focussen vooral op het **Landbouwakkoord**: "Er moet duidelijk gekozen worden voor voedselveiligheid. Voedsel is een mensenrecht, geen handelswaar." Seattle wordt inderdaad historisch: niet omwille van wat er beslist werd - er werd eigenlijk niets beslist - wel omwille van de straatrellen. De wereld maakt kennis met de antiglobaliseringsbeweging. Wendel Trio van Oxfam-Wereldwinkels was erbij: "We waren met een kern van ruim 7.000 actievoerders die op een vreedzame manier hun ongenoegen wilden uiten. We blokkeerden de toegang tot de gebouwen zodat de openingsceremonie enkele uren moest worden uitgesteld. Tegen het einde van de actie waren er 50.000 betogers. De politie heeft op een bepaald moment krachtig opgetreden en daarna werd de noodtoestand afgekondigd." *Seattle is een mijlpaal in de geschiedenis van het actievoeren.*

Cuba

Een flink aantal WeeWeeKrantbladzijsen wordt in deze periode geschreven door **Luuk Zonneveld**, onze (Oxfam-)man in Havana. Hij borstelt enthousiaste en uitvoerige portretten van onze Cubaanse partners en duikt regelmatig onder in de Cubaanse leefwereld. De zomer wordt tot drie keer toe het uitgelezen moment voor een opstoot van Cuba-koorts. In 1998 trekken 20 wereldwinkeljongeren naar Cuba. "Oorspronkelijk opgevat als een inleefreis, waarbij de jongeren enkele dagen wilden doorbrengen bij gastfamilies in coöperaties, werden we constant behandeld als een officiële delegatie uit België." De reis resulteerde in een leuke workshop. In 1999 publiceren wij een brochure, **De civiele samenleving in Cuba** (een vertaling van een reeks artikelen van de Cubaanse journaliste Maria Lopez Vigil). In 2000 zetten wij Cuba in de kijker (met een productfolder en promotie van rum). Tussendoor doen we mee aan de Cuba-acties van Oxfam-Solidariteit, die vooral ageren tegen de Amerikaanse boycot van het eiland.



met een schitterende brochure die het werk en het leven vertelt van Clorindo en zijn vrienden. De klassieke Gal-cartoons op de wijn-etiketten veroorzaken iets meer deining dan gewoonlijk: mag het wel, een **blote prinses** op onze fles? Onder de kerstboom liggen ook **pralines**; in vier smaken.

Na drie jaar discussie verlaagt de Algemene Vergadering de **marge** op de verkoop. "Een marge van gemiddeld 19 % volstaat om een doorsnee wereldwinkelwerking, zonder personeel, op een degelijk niveau draaiend te houden én toekomstgericht te investeren". Voor groepen met personeel wil het nationaal secretariaat tot 25 % van hun werkelijke personeelskost betoelagen.

En verder

Het **'koekje** bij de koffie' van de Klantendag '98 wordt een permanent product.

We beleven in het voorjaar een vloedgolf van **nieuwe partners**: CCCH uit Honduras (koffie), Recocarno uit Haïti (koffie), Conacado uit de Dominicaanse Republiek (cacao), Coopecanera uit Costa Rica (suiker) en Navdanya uit India (Basmatirijst). Een nieuw product zijn de palmharten van Fundeca uit Costa Rica. De beweging aanvaardt zelfs een leverancier van verse ananas uit Ivoorkust. Maar Marc Bontemps waarschuwt: "Eerst moet de haalbaarheid van een introductie duidelijk aangetoond zijn. Pas dan kan gedacht worden aan het opstarten van de verkoop van ananassen in het wereldwinkelscircuit." Aan de aanwezigheid van Thaise sojaolie in chocopasta komt dan weer een einde; "een sluipmoord, getekend IMF en Thaise overheid".

Nog net voor het jaareinde verschijnt de **Warenkennisgids**, "een losbladige map met algemene informatie over elke productgroep en heel specifieke informatie over elk individueel product".

De Graantjesmarkt

Eind januari verschijnt 'De Graantjesmarkt', "een diareeks over rijstkorrels en sojabonen die samen een pint gaan drinken en verward raken in een verhaal over genetische manipulatie, patentrechten en voedselveiligheid." Kortom: een handvol wereldwinkelthema's voor de komende jaren plasticinegewijs samengepropt in een allesbehalve klassieke diareeks.

De week na de première staan Jagadish uit India en Joy en Trijada uit Thailand in België. Ze logeren gedurende drie weken bij wereldwinkeliers van Hasselt tot Oostende. **'Partners op bezoek'** is een uitwisselingsproject: partners leren Oxfam-Wereldwinkels kennen en wereldwinkeliers horen vertellen over 'De Graantjesmarkt' en het leven van onze rijst- en sojapartners. "We blijven achter met een warme herinnering." In het voorjaar van 2001 zal 'Partners op bezoek' een tweede editie beleven.

De 'Graantjesmarkt'-thema's zijn ook nadrukkelijk aan de orde op de **Wereldwinkeldag** van 8 mei in Gent. 'Eet en zwijg' gaat "over het recht op voedsel en wat bedrijven en politici daarmee te maken hebben." Gasten zijn onder andere Francis Kindt van Chiquita, **gentechologieprofessor** Marc Van Montagu, **SP-boegbeeld** Frank Vandembroucke en Aileen Kwa (Focus on the Global South).