



INFORMATIE

NUTTIG VOOR

- Managers en vrijwillige trainers, organisaties die met vrijwilligers werken
- Vrijwilligers en operators in de organisaties

TYPE TOOL

Goede Praktijk

BELANGRIJKSTE ACTIEGEBIEDEN

Actie op economische keuzes

Circulaire economie

Ethische aankopen

Fair Trade

Groene acties

SDGs Bewustwording

Sociale economie

Duurzaamheid

Actie ondernemen

Diensten zonder impact

GERELATEERDE SDGs

[12 - Verantwoorde consumptie en productie](#)

SUPERMARKT-VRIJE UITDAGING

De campagne gewijd aan agro-ecologie, uitgevoerd door Oxfam- Magasins du Monde in 2024, nodigt het publiek uit om na te denken over een eerlijke en duurzame manier van cultiveren. "Hoe zit het met het heroveren van de controle over onze voeding?" is de slogan van de campagne.

BESCHRIJVING (deel 1)

De Supermarktloze Februari is een uitdaging om een maand (**of korter of langer, kan worden aangepast**) te overleven zonder naar grote supermarkten te gaan. Het bevat een "overlevingspakket" om mensen te helpen alternatieven te vinden die menselijke omstandigheden en het milieu voorop stellen (in plaats van winst). Het overlevingspakket biedt de lezer ook nuttige achtergrondinformatie (gebaseerd op statistieken) om de redenen achter de actie te begrijpen en het door te geven aan anderen. Het document kan online worden gedeeld of afgedrukt.

Extra activiteit: het onderzoeksteam van de campagne Oxfam- Magasins du Monde heeft een **podcast gemaakt** met extra achtergrondinformatie en **interviews met mensen op straat over hun consumptiegewoonten** ("Zou u zich klaar voelen om de uitdaging aan te gaan om een maand te leven zonder naar de supermarkt te gaan?"). Zie onderstaande links.

Context: Nu de agro-industrie een steeds belangrijkere rol speelt (naast het intensieve gebruik van pesticiden, synthetische meststoffen en fossiele brandstoffen), zijn we onze voedselsoevereiniteit kwijtgeraakt. Deze situatie heeft ook een reeks schade aan onze gezondheid, onze bodems, ons klimaat, onze biodiversiteit en onze landschappen veroorzaakt.

In het kader van deze campagne moedigde Oxfam- Magasins du Monde mensen aan om de uitdaging “**Supermarktloze Februari**” aan te gaan . Deze uitdaging werd een paar jaar geleden gelanceerd. Enkele journalisten uit Engeland en Frankrijk waren de eersten die het probeerden, daarna verspreidde het zich een beetje overal.





INFORMATIE

NUTTIG VOOR

- Managers en vrijwillige trainers, organisaties die met vrijwilligers werken
- Vrijwilligers en operators in de organisaties

TYPE TOOL

Goede Praktijk

BELANGRIJKSTE ACTIEGEBIEDEN

Actie op economische keuzes
Circulaire economie
Ethische aankopen
Fair Trade
Groene acties
SDGs Bewustwording
Sociale economie
Duurzaamheid
Actie ondernemen
Diensten zonder impact

GERELATEERDE SDGs

12 - Verantwoorde consumptie en productie

SUPERMARKT-VRIJE UITDAGING

De campagne gewijd aan agro-ecologie, uitgevoerd door Oxfam- Magasins du Monde in 2024, nodigt het publiek uit om na te denken over een eerlijke en duurzame manier van cultiveren. "Hoe zit het met het heroveren van de controle over onze voeding?" is de slogan van de campagne.

BESCHRIJVING (deel 2)

“Het doel van de challenge blijft onveranderd: **onafhankelijke winkels aanmoedigen, lokale supermarkten herontdekken, kleine producenten ondersteunen, bulkverkoop en lokale handel promoten, markten opnieuw bevolken en opnieuw leren hoe je alleen de essentiële producten koopt.** Het idee is om in februari nieuwe consumentengewoonten uit te proberen en deze het hele jaar door duurzaam te adopteren. Deze challenge is ook een kans om **de supermarkten te laten weten dat we het niet eens zijn met oververpakking, voedselkilometers die de scores laten exploderen, de uitbuiting van mensen of prijsbeleid** dat kleine producenten verplettert en lokale handel doodt.”

Bron: <https://envertetcontretout.ch/2023/01/31/fevrier-sans-supermarche-edition-2023-est-lancee>

Voor praktisch advies heeft Oxfam- Magasins du Monde ook een **overlevingsgids zonder supermarkt gepubliceerd.** Zo kunnen mensen lokale initiatieven vinden **die een ander consumptiemodel hanteren en begrijpen waarom deze actie belangrijk is.**

Gemaakt door Oxfam- Magasin du Monde; CONSOMactie ; je passe au vrac en collectif 5C.

ONLINE HULPMIDDELEN (alleen beschikbaar in het Frans)

[Le guide de survie sans supermarché](#)

[Campagne voor agro-ecologie](#)

[Podcast “Ça va le fair”](#)

[Achtergrondinformatie over de supermarktloze februari](#)

