|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  | **Fair trade**  . mensenrechten worden gerespecteerd . er wordt gezorgd voor veilige en gezonde arbeidsomstandigheden . kinderarbeid en dwangarbeid wordt tegengegaan . corruptie wordt vermeden . er wordt een eerlijke prijs betaald voor de producten van de producent  Fair trade initiatieven ontwikkelen zich snel en het aantal fair trade logo’s en certificaten op producten in de supermarktschappen stijgt gestaag. De oorsprong van deze fair trade producten ligt met name bij het Max Havelaarkeurmerk. Consumenten kregen de keuze om meer te betalen voor koffie, thee en chocolade met dit keurmerk. Ze wisten dan dat de boeren in ontwikkelingslanden een eerlijke prijs kregen voor hun producten en tevens makkelijker konden investeren in nieuw zaaigoed. Dat maakte deze boeren bovendien minder afhankelijk van de tussenhandel en van de grote merken. Zo hadden deze boeren minder last van sterk wisselende wereldmarktprijzen.  Alles staat of valt echter met de aanbodkant. Als de hoeveelheid fair trade producten beperkt blijft, zal alleen een select deel van het winkelend publiek biologische en fair trade producten kopen. Pas als het mainstream deel van het winkelassortiment duurzaam geproduceerd wordt, hoeven consumenten niet steeds een keuze te maken, maar wordt de aanschaf van duurzaam geproduceerde artikelen een gewone handeling. Sinds de laatste tien jaar hebben grote bedrijven als Douwe Egberts/Sara Lee, Starbucks, Nestlé en Unilever ook keurmerken ontwikkeld en met betere voorwaarden op het gebied van milieu, arbeidsomstandigheden en loon voor de producenten. Dit heeft grote gevolgen voor de toekomst van de fair trade labels. Als aan de aanbodkant het aantal fair trade producten zich uitbreidt, zullen de betere productieomstandigheden en eerlijke productievoorwaarden – als het goed is – zich uitbreiden tot de meeste boeren in ontwikkelingslanden.   De macht van de consument wordt vaak overschat. Door een wirwar aan fair trade labels, gezondheidslogo’s en allerlei andere plaatjes op pakken thee en koffie van lachende plantage-arbeidsters ziet de consument door de bomen het bos niet meer. Als meer en meer grote merken duurzaam laten produceren, hoeven consumenten niet meer te piekeren over de vraag of ze wel verantwoord consumeren. Voorwaarde is dan wel dat alle fair trade labels en certificeringen door de hele productieketen heen toewerken naar uniforme hoge eisen van duurzaamheid.  Goede en onafhankelijke informatievoorziening is een belangrijke voorwaarde om de macht van de consument te mobiliseren. Fairfood International, een campagne- en lobbyorganisatie zonder winstoogmerk, richt zich op de voedingsmiddelenindustrie. Met campagnes als CoolBrands wil ze consumenten aan het denken zetten over hoe zij een bijdrage kunnen leveren door te letten op de duurzame producten in de supermarktschappen. Zo moet het koopgedrag van de consument de grote merken ertoe brengen hun hele assortiment aan te passen.   Fairfood heeft een online Food Guide waarmee de consument een duurzame keuze kan bij in de supermarkt. Tegelijkertijd voert zij een dialoog met zo’n 1300 bedrijven in ongeveer 60 landen wereldwijd om ervoor te zorgen dat deze bedrijven hun producten verduurzamen.  **Cacao**  Neem: **cacao** en chocolade. In Nederland wordt elk jaar zo'n 37.000 ton cacaobonen, geconsumeerd. Dat is bijna 5 kilo per persoon. Meer dan een kwart van de cacaoverwerking in de wereld vindt plaats in Nederland. Amsterdam is de grootste cacaohaven ter wereld. De omzet per jaar in de Nederlandse cacaosector is € 2,5 miljard en is goed voor meer dan 10.000 banen. Maar plotseling kwam daar het bericht in de media dat de arbeidsomstandigheden op de cacao-plantages zeer slecht zijn. In televisieprogramma’s als de Keuringsdienst van Waarde is daar aandacht aan besteed. De naam Tony's Chocolonely is verbonden aan een medewerker van dit TV programma, Teun van de Keuken, die onderzoek deed naar de arbeidsomstandigheden op cacao-plantages in West-Afrika en ontdekte dat er sprake is van kinderarbeid en slavenarbeid op deze plantages.. Hij deed in 2004 aangifte van medeplichtigheid aan slavernij en gaf daarbij zichzelf aan omdat hij thuis chocoladerepen had gegeten, die door kindslaven was geproduceerd. Omdat slavernij strafbaar is, ben je zelf ook strafbaar als je producten koopt die op criminele wijze zijn verkregen. Er is dan sprake van heling. Journalist Teun van de Keuken meldde zich bij de politie en gaf zichzelf aan omdat hij consument van chocola schuldig was aan heling. Die actie leverde veel publiciteit op en bracht de wantoestanden in de cacao-industrie onder een brede aandacht. Duizenden leden sloten zich aan bij de actie ‘Steun Teun’ die de Consumentenbond was gestart en steunden daarbij de aanklacht van van de Keuken. De aangifte wordt niet-ontvankelijk verklaard en van de Keuken gaat op zoek naar getuigen. Twee kindslaven zijn bereid om tegen chocolade-crimineel Teun van de Keuken te getuigen, en een van hen wordt daarvoor in februari 2007 gehoord door de Nederlandse Rechtbank.   Uit de getuigenis blijkt dat de jongens onder dwang werkten, niet betaald kregen en gevangen werden gehouden. Tussen de bedrijven door lanceert van de Keuken de eerste officieel slaafvrije chocoladereep ter wereld op de markt onder de naam: Tony’s Chocolonely. De rechtbank besluit in 2007 dat Teun van de Keuken niet zal worden vervolgd. Wel erkent het Hof dat de arbeidsomstandigheden in de cacao-industrie mensonterend zijn en dat er sprake is van ernstige misdaden waarvoor ook de consument verantwoordelijkheid draagt. Maar na eigen onderzoek blijkt dat ook Tony’s Chocolonely nog niet aan het keurmerk ‘100% slaafvrij’ kan voldoen. Extra geld dat voor de cacao betaald wordt, komt niet bij de boeren terecht maar blijft hangen bij instanties en tussenpersonen. Reden voor van de Keuken de druk op de ketel van de chocolade-industrie op te voeren en de productieketen nog scherper in de gaten te houden.  Bovendien roept hij op het fair trade systeem te verbeteren. Hijzelf heeft inmiddels het project Tony’s-In-Afrika gestart om sneller veranderingen door te voeren voor de boeren en coöperaties daar. Deze actie is zowel een aanklacht tegen de grote chocolade-merken zoals Nestlé en Mars als een manier om een breed publiek te informeren en consumenten aan te zetten een verantwoorde keuze te maken als ze chocola kopen.  In de cacao-sector bij voorbeeld zijn de grote spelers in Nederland, waaronder Albert Heijn, Plus, CBL die alle supermarkten vertegenwoordigt, Mars, Unilever, Friesland Campina, Hema, de Haven van Amsterdam en o.a. V&D La place en de Vereniging voor Bakkerijen en Zoetwaren, overeengekomen dat zij streven naar een volledig duurzame cacaoconsumptie in het jaar 2025. Er is afgesproken met FNV Bondgenoten, het Initiatief Duurzame Handel, Max Havelaar, Oxfam Novib, Solidaridad, Tropical Commodity Coalition (TCC) en Utz Certified en de Rainforest Alliance dat in 2015 al 50% van de Nederlandse cacao duurzaam moet zijn.  Barry Callebant is een cacao gigant en levert aan Nestlé en Cote d'ore. Het bedrijf heeft in Ivoorkust en Quality Partner Program met trainingen en voorlichting. QPP geldt voor 11 % van de 550 mln kg cacao voor 40.000 boeren van de 660.000 in de productie.    **Thee**  Ook in de theesector vinden veranderingen plaats richting duurzaamheid. Arbeidsomstandigheden op theeplantages zijn verre van goed. Om een goed beeld te geven van de verbeteringen in de keten van de productie van thee, waarvoor landen als Duitsland, Nederland, België en Engeland belangrijke afzetgebieden zijn, heeft de TCC, de Tropical Commodity Coalition, een zogeheten thee barometer ontwikkeld. Deze Tea Barometer geeft een overzicht van de duurzame initiatieven in de theebranche. Zo kan in een overzicht gezien worden welke grote theemerken zoals Nestlé en Unilever serieus de problemen in de productieketen aanpakken en of de trend ook werkelijk richting duurzaamheid gaat  **Bananen**  http://www.duurzaammbo.nl/DuurzaamMBO/DuurzaamMBO/Basismodule/Bananen.jpgEen bananenteeler krijgt 13 euroct per kilo bananen. Hij moet eigenlijk 27 ct krijgen. Dat geeft Max Havelaar  Hoeveel cent duurder zou een kilo fair trade bananen dus moeten zijn als ze in de schappen liggen ? Klopt dat ook ?   |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | |  |  |  | |  | | |   [Terug](http://www.duurzaammbo.nl/dmbo/web/) |  |