

Enabel 

Lokale belgische en europese
eerlijke handel



Redactie: Samuel Poos, coördinator van het Trade for Development Centre van Enabel, met bijdragen van Peter Cristiaensens (voorstelling van eerlijke handel in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland), Griet Rebry (Voedselteams) en Charline Cauchie (voorstelling van Biogarantie Belgium).

Deze studie valt onder de verantwoordelijkheid van de auteurs. Deze publicatie vertegenwoordigt niet de mening van Enabel noch die van de Belgische ontwikkelingssamenwerking.

Tweede editie: maart 2023

Omslagfoto's: © Vervícoop

Inhoudstafel

INLEIDING: MELKPRODUCENTEN MENGEN ZICH IN HET DEBAT OVER EERLIJKE HANDEL.....	5
I. LOKALE EERLIJKE HANDEL IN BELGIË	6
Lokale initiatieven van actoren gespecialiseerd in eerlijke Noord-Zuidhandel.....	6
<i>Oxfam Fair Trade</i>	6
<i>Ethiquable</i>	7
<i>Paysans du Nord en Open Food Network bij Oxfam-Magasins du monde</i>	9
Specifieke actoren van lokale eerlijke handel in België.....	12
Noord-Noordbenadering van BFTF (<i>Belgian Fair Trade Federation</i>)	12
Initiatieven van landbouwproducenten – producentenfederaties.....	13
<i>Fairebel</i>	13
<i>Prix Juste Producteur, een specifiek label voor Belgische landbouwers</i>	16
Enkele initiatieven vanuit producenten/consumentencoöperaties in het kader van de korte keten .	17
<i>Collectif 5C: Collectif des Coopératives Citoyennes pour le Circuit Court</i>	17
<i>CoopESEM</i>	19
<i>Li Terroir</i>	19
<i>Agricovert</i>	19
<i>Kort'om Leuven</i>	21
Verwerkers	21
<i>Brasserie de la Lesse – Het voorbeeld van brasseries</i>	21
<i>Brasserie Coopérative Liégeoise</i>	22
Coöperatieve en participatieve supermarkten	22
Andere	23
<i>Altérez-Vous</i>	23
Het belangrijkste Belgische biolabel kiest voor lokaal rade	24
<i>Het label 'Biogarantie Belgium': biologische landbouw, lokale productie en eerlijke prijs</i>	24
IN BELGIË WINT DE VERKOOP VAN EERLIJKE LOKALE PRODUCTEN AAN BELANG	26
II. INTERNATIONALE LABELS VOOR EERLIJKE HANDEL	27
<i>Fair for Life</i>	27
<i>Het garantiesysteem van de WFTO</i>	27
<i>Fairtrade</i>	28

III.	ENKELE INITIATIEVEN VAN LOKALE EERLIJKE HANDEL IN EUROPA.....	29
	Frankrijk.....	29
	<i>De pioniers</i>	29
	<i>Wet inzake eerlijke handel</i>	29
	<i>Nationaal Charter van 'Commerce Équitable Origine France'</i>	30
	<i>Enkele labels</i>	32
	Italië.....	35
	<i>Solidale Italiano</i>	35
	Duitsland.....	37
	<i>Naturland Fair</i>	37
	<i>FairBio</i>	38
	Oostenrijk en Zwitserland.....	38
	Griekenland.....	38
IV.	Typologie van de actoren.....	39
V.	Transversale analyse.....	40
	Definitie en criteria van eerlijke handel.....	40
	Wat is kenmerkend voor de lokale eerlijke handel in België en Europa?.....	41
	<i>Eerlijke prijzen en lonen</i>	42
	<i>Georganiseerde producenten</i>	42
	<i>Waardige arbeidsvoorwaarden</i>	42
	<i>Familiale landbouw en achtergestelde producenten</i>	43
	<i>Lokale verankering: korte keten?</i>	44
	<i>Biologische landbouw, agro-ecologie, milieuvriendelijkheid, ... of niet</i>	44
	<i>Engagement op termijn en onafhankelijkheid van de producenten</i>	45
	<i>Traceerbaarheid en transparantie</i>	46
	<i>Burgerdynamiek die verder gaat dan de commerciële activiteit of het promoten van de merken</i>	46
	<i>Bewustmaking rond eerlijke handel</i>	47
	Samenvattende tabel: gebruikte criteria voor lokale eerlijke handel.....	48
VI.	ENKELE AANDACHTSPUNTEN.....	49
VII.	BESLUIT.....	51
	EINDNOTEN.....	52

INLEIDING: MELKPRODUCENTEN MENGEN ZICH IN HET DEBAT OVER EERLIJKE HANDEL

Flashback: 2009, de melkcrisis in Europa bereikt een hoogtepunt. Schokkende beelden gaan de wereld rond. In een wei lozen boze Belgische boeren, op de rand van het failliet, miljoenen liters melk.

Waarom? De prijzen die de boeren voor hun melk krijgen, volstaan niet eens om de productiekosten te dekken. Sindsdien is er niets veranderd. Dus eisen de boeren uit onze streken ook een eerlijke prijs en een eerlijke handel. En daar heeft de consument wel oren naar. Volgens de barometer eerlijke handel 2022¹ gepubliceerd door het Trade for Development Centre vindt 68% van de mensen in België dat eerlijke handel ook mogelijk moet zijn voor producten van Belgische of Europese boeren.

Zo doet een handel, die de Belgen goed kennen maar gericht is op solidair handelsverkeer tussen het Zuiden en het Noorden, bij ons zijn intrede in het debat over ons landbouwbeleid.

De fairtradebenadering wordt voortaan ook gebruikt door de verschillende Belgische en Europese producenten om een duurzaam landbouwmodel te bekomen dat het sociale weefsel stimuleert: producenten die hun boerderij als een levend ecosysteem zien en

hoogwaardige, gezonde en voedzame producten aanbieden die respect hebben voor grondstoffen en consumenten.

We zien drie bewegingen: de opkomst van specifieke lokale fairtradespelers, zoals Fairebel of het label 'Prix Juste Producteur'; lokale initiatieven van de 'historische' fairtrade-organisaties; en het openstellen van bepaalde internationale labels voor lokale eerlijke handel.

Op de volgende pagina's overlopen we op niet-exhaustieve wijze enkele initiatieven in België (waarvan het merendeel lid is van de Belgian Fair Trade Federation - BFTF) en in Europa waarvan we de praktijken als lokale eerlijke handel zouden kunnen omschrijven. We sluiten dit document af met een typologie van de actoren en een transversale analyse van de gelijkenissen en verschillen op het vlak van productieproces, prijsbepaling, ... Tot slot staan we stil bij enkele aandachtspunten zoals het toenemende aantal labels, het onduidelijke imago, de eventuele nood aan wetgeving en aandacht voor dierenwelzijn, en het 'samenleven' van producten uit het Zuiden met producten uit het Noorden.

Samuel Poos





I. LOKALE EERLIJKE HANDEL IN BELGIË

LOKALE INITIATIEVEN VAN ACTOREN GESPECIALISEERD IN EERLIJKE NOORD-ZUIDHANDEL

Oxfam Fair Trade

De strijd voor eerlijke handel die *Oxfam Fair Trade* en Oxfam-Wereldwinkels voeren – die allebei tot Oxfam België behoren – kent geen grenzen. De uitdagingen waarmee landbouwproducenten hier en elders geconfronteerd worden, zijn namelijk erg vergelijkbaar: de klimaatverandering, de volatiliteit van de prijzen, de inkomensonzekerheid en zelfs de voedselonzekerheid. Daarom zitten ook producten van Europese landbouwers in het fairtrade-assortiment van *Oxfam Fair Trade*. Dat werkte een kader voor de partnerschappen met producenten uit het ‘Noorden’ uit.

Kader voor partnerschappen met producenten uit het Noorden

 <p>Richtlijnen voor de partners</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De partner is bij voorkeur een organisatie uit de sociale economie die focust op collectieve actie. • De partner deelt de politieke analyse en de missie van Oxfam België. • De partner doet aan duurzame, kleinschalige landbouw of koopt in bij leveranciers die deze principes respecteren. • De partner is onafhankelijk op de markt. De organisatie sluit geen exclusiviteitscontracten, creëert zoveel mogelijk toegevoegde waarde binnen de organisatie en vermijdt onderaanneming in de mate van het mogelijke.
 <p>Richtlijnen in verband met het productieproces</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Traceerbaarheid is de basis van een duurzame keten. De partners traceren hun keten dus voor zover dit mogelijk is. • De partner gebruikt geen genetisch gemodificeerde organismen (ggo's). • De partner beperkt de milieu-impact. Dit betekent dat hij kiest voor biologische landbouw en agro-ecologie, groene verpakkingen, hernieuwbare energie en de vermindering van broeikasgasemissies. • De partner respecteert de dierenrechten. • De partner opteert voor de korte keten (lokale werkgelegenheid, inbreng van lokaal te betrekken producten) en respecteert het bestaande evenwicht op de lokale markten. • De partner respecteert de arbeidsvoorwaarden die de Belgische wetgeving, de ter zake geldende Europese verordeningen en de verdragen van de IAO voorschrijven. • De partner past het non-discriminatieprincipe toe bij al zijn activiteiten.

Sinds 2018 werkt *Oxfam Fair Trade* samen met De Drie Wilgen om een 100% vers, duurzaam en eerlijk Belgisch **appelsap** aan te bieden, afkomstig uit boomgaarden in omschakeling naar biologische landbouw. De prijs die Oxfam voor dit appelsap betaalt, is een eerlijke prijs die met de fruittelers overeengekomen werd. Er wordt steeds een correcte minimumprijs gegarandeerd.

In 2019 lanceerde *Oxfam Fair Trade* de JUSTE fairtrade**bieren**. Ze worden gebrouwen door de *Brasserie des Légendes* in Ath op basis van biologische gerst en hop. Een groot deel van de gerst wordt in de buurt van de brouwerij geteeld. Meester-brouwer Pierre Delcoigne en zijn vader selecteren oude variëteiten die geen gebruik van pesticiden vereisen. De hop wordt ook in België geteeld zodat de bieren het label 'Belgische hop' kregen. Daarnaast ontvingen ze ook het Fairtrade-label omdat de Belgische ingrediënten gecombineerd worden met ingrediënten afkomstig van eerlijke handel: jasmijnrijst uit Thailand, cacao bonen uit Peru en quinoa uit Bolivia.



Jan Hellemans (De Drie Wilgen) © Oxfam Fair Trade



Meester-brouwer Pierre Delcoigne (rechts) en zijn vader (links)
(Brasserie des Légendes)

Ethiquable

Onder impuls van het landbouwsyndicaat *Confédération Paysanne* verbond Ethiquable zich er in 2011 toe om de Franse boeren te steunen in het kader van het charter *Paysans d'ici* dat op het model voor eerlijke handel Noord-Zuid is gebaseerd. Dit charter werd inmiddels binnen het label 'bio-équitable en France' (zie verder) geïntegreerd, maar Ethiquable Benelux gebruikt het nog steeds als referentie voor de producten 'uit het Noorden' die het buiten Frankrijk onder zijn merk 'terra etica' verkoopt: pasta van oude Siciliaanse tarwesorten, tapenades, olijfolie, pruimen en ook Belgische producten zoals Luikse stroop, enz. *"De consumenten tonen steeds meer belangstelling voor lokale producten. We moeten hen meer in contact brengen met de boerenlandbouw van bij ons zodat de bio- en fairtradeproducten de*



Pasta en tapenade van het merk 'terra etica'

conventionele producten op hun bord gaan vervangen”, aldus Vincent De Grelle, codirecteur van Ethiquable Benelux.²

Charter Paysans d'ici / terra etica van Ethiquable

Het charter *Paysans d'ici* van Ethiquable, dat we hieronder³ beknopt samenvatten, omvat een hele reeks criteria op vlak van landbouwpraktijken (agro-ecologie en biolandbouw), organisatie (coöperatieve modellen – boerenlandbouw) en streekproducten. Daarnaast moeten de landbouwers een project voor lokale ontwikkeling voorleggen dat verder gaat dan het louter verkopen van hun producten. Ethiquable verbindt zich er op zijn beurt toe om eerlijke prijzen te garanderen, een voorfinanciering te verlenen, een premie aan het project toe te kennen en volledige transparantie te bieden.

Boerenlandbouw

Producenten en productiewijze	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinschalige familiebedrijven die familiale en/of lokale werkgelegenheid creëren • Gecertificeerde bioboerderijen • Agro-ecologische landbouwpraktijken • Landbouwactiviteit die het grondgebied en de lokale uitwisseling ten goede komt
Organisatie van Producenten	<ul style="list-style-type: none"> • Gedeelde coöperatieve waarden • Transparantie van informatie en traceerbaarheid van de productie is gewaarborgd • Commerciële onafhankelijkheid • Bestaan van een lokaal en collectief ontwikkelingsproject dat verder gaat dan de handelsactiviteit
Producten en verwerking	<ul style="list-style-type: none"> • Voorrang voor streekproducten, specifieke knowhow en eigenheden op het vlak van smaak • Biologische, lokale en natuurlijke grondstoffen afkomstig van eerlijke handel • Natuurlijke technieken om aroma's te bewaren • Lokale verwerking, bij voorkeur door de organisatie van de producent zelf

Eerlijke handel

Eerlijke en transparante handelsvoorwaarden	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtstreekse handelsrelaties • Engagement van minstens 3 jaar via een partnerschapsovereenkomst • Eerlijke prijs die in overleg wordt bepaald • Het grootste deel (minstens 40 %) van de prijs die de consument betaalt, gaat naar de producenten • Transparante informatiestromen in verband met de prijsstructuur • Storting van een ontwikkelingspremie • Voorfinanciering mogelijk indien nodig
Lokaal ontwikkelingsproject	<ul style="list-style-type: none"> • Lokaal project op lange termijn dat verder gaat dan de handelsactiviteit • Actieve betrokkenheid van de producenten en Ethiquable bij dit project • Dient de belangen van de producenten en het grondgebied
Evaluatie	<ul style="list-style-type: none"> • Jaarlijkse vergadering om de wederzijdse verbintenissen van de partners aan een zelfevaluatie te onderwerpen

Paysans du Nord en Open Food Network bij Oxfam-Magasins du monde

Paysans du Nord

Onder de naam *Paysans du Nord* biedt *Oxfam-Magasins du monde* – de Franstalige tegenhanger van Oxfam-Wereldwinkels - sedert 2013 een assortiment aan van duurzame landbouwproducten die afkomstig zijn van verschillende Belgische en Europese leveranciers. Dit assortiment omvat producten die worden geïmporteerd via Oxfam Fair Trade (De drie wilgen, Libera Terra, Brasserie des légendes) maar ook via andere Belgische leveranciers. Bijvoorbeeld koekjes van de boerderij Nos Pilifs, bieren van Brasserie de la Lesse en Brasserie de la Senne, sappen van FruitCollect en broodstengels en pruimen van Terra Etica.



“We speelden binnen de beweging al lang met het idee. Verschillende winkels van Magasins du monde werkten ook al jaren als afhaalpunt voor de abonnementen op biogroentepakketten”, vertelt Sophie Tack die verantwoordelijk is voor de bewustmakingscampagnes en partnerschappen.

Charter Paysans du Nord⁴

Het charter *Paysans du Nord* van *Oxfam-Magasins du monde* omvat basiscriteria (uitsluitingsgronden) en evolutieve criteria. Met dit initiatief, waarmee het methoden van boerenlandbouw ondersteunt, wil *Oxfam-Magasins du monde* bijdragen tot de democratisering van de economie en de voedselsoevereiniteit in het belang van boeren en burgers-consumenten.

Producenten en productiewijze	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinschalige familiebedrijven die voornamelijk op lokaal niveau banen scheppen • Landbouwinitiatief om de lokale bevolking van voedsel te voorzien • Weinig intensieve en niet-industriële landbouw • Agro-ecologisch productiesysteem • Inachtneming van de voorwaarden inzake waardig werk conform de geldende nationale wetgeving of de minimumnormen van de IAO, naargelang welk van beide het strengst is
Organisatie van Producenten	<ul style="list-style-type: none"> • Collectieve organisatie van producenten die coöperatieve waarden toepassen • Transparante organisatie die de traceerbaarheid van de producten garandeert • Organisatie die in commercieel opzicht onafhankelijk is • Producenten worden betrokken bij een kwaliteitsvolle collectieve actie, waarover ze controle hebben, om hun productie te valoriseren
Producten	Verse producten <ul style="list-style-type: none"> • Alleen groente en fruit in de versafdeling in de winkels • Naleving van de FAVV-voorschriften voor het opslaan van producten in de wereldwinkels • Lokale teams zijn de rechtstreekse gesprekspartners van de producenten

	<p>Verwerkte producten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verwerkte producten worden op een gecentraliseerde manier opgeslagen en verdeeld • De verkoop van verwerkte producten leidt niet tot concurrentie tussen producentenorganisaties <ul style="list-style-type: none"> - Complementariteit tussen producten uit het Noorden en producten uit het Zuiden - Lokale producten hebben voorrang op Europese producten • Ingrediënten van gemengde verwerkte producten die via eerlijke handel verkrijgbaar zijn, moeten ook van eerlijke handel komen • Producten worden bij voorkeur door de producentenorganisaties verwerkt
<p>Handelsrelatie / partnerschap</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gewaarborgde eerlijke prijzen voor de producenten • Producenten krijgen toegang tot voorfinanciering • Langdurige contractuele verbintenis van <i>Oxfam-Magasins du monde</i> met de producenten • <i>Oxfam-Magasins du monde</i> verstrekt transparante informatie aan producenten en consumenten • Evolutief criterium: <i>Oxfam-Magasins du monde</i> wil dat de producenten lokale projecten starten die ten dienste staan van de lokale sectoren van de boerenlandbouw
<p>Toeleveringsketen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De waardeketen telt een beperkt aantal actoren • De traceerbaarheid van de producten is gewaarborgd • De milieu-impact van de verpakking en het transport van de producten is beperkt • Evolutief criterium: in de toekomst kan een waarborgsysteem gebruikt worden waartoe alle stakeholders zich verbinden, om de geloofwaardigheid te vergroten
<p>Specifieke criteria voor onrechtstreekse leveranciers</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De onrechtstreekse leveranciers behoren tot de sociale en solidaire economie • De onrechtstreekse leveranciers zijn organisaties die de rechten van de werknemers respecteren • De onrechtstreekse leveranciers zijn organisaties die economisch levensvatbaar zijn • De onrechtstreekse leveranciers zijn transparante organisaties • Evolutief criterium: de onrechtstreekse leveranciers zijn democratische organisaties
<p>Verbintenis ten aanzien van <i>Oxfam-Magasins du monde</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • De onrechtstreekse leveranciers kunnen informatie verschaffen over de toeleveringsketen • De onrechtstreekse leveranciers staan <i>Oxfam-Magasins du monde</i> toe om contact op te nemen en rechtstreekse acties te ondernemen met de partners • De onrechtstreekse leveranciers respecteren de contractuele voorwaarden • De onrechtstreekse leveranciers beschikken over een systeem voor de opvolging en beoordeling van de producenten • Evolutief criterium: de onrechtstreekse leveranciers worden aangemoedigd om met een extern en onafhankelijk waarborgsysteem te werken

Open Food Network Belgium

Sinds 2018 faciliteert *Oxfam-Magasins du monde* het coöperatief platform van producenten en burgers *Open Food Network Belgium*.

“De verkopers (boerderijen, coöperaties, samenaankoopgroepen) kunnen een onlinewinkel opzetten om het dagelijks beheer van de bestellingen te vereenvoudigen. Het platform werkt intuïtief en flexibel en de gemeenschap van *Open Food Network* is bereid om ondersteuning te bieden.

De kopers (grootkeukens, retailers, eters) kunnen de producten online aankopen via de lijst van

beschikbare leveranciers of via de interactieve kaart. Het voordeel is dat dit systeem volkomen transparant is: de kopers hebben zicht op alle leveranciers en krijgen een beschrijving van de producten.”⁵ Sinds 1 januari 2023 komt dit neer op meer dan 600 bestellingen per maand, voor meer dan 350 kopers en meer dan 100 producenten en ambachtslieden.



Miel Maya Honing

Miel Maya Honing (MMH) is een erkende ngo en vereniging zonder winstoogmerk die in 1975 in de regio Luik werd opgericht. Met 47 jaar ervaring is MMH een van de fairtrade pioniers in België. MMH heeft zich altijd ingezet om imkers van verschillende herkomst, vooral uit Latijns-Amerika, samen te brengen om bijenteeltproducten van hoge kwaliteit (honing, stuifmeel, was, koninginnengelei, propolis, enz.) te produceren en op de markt te brengen. Producten die garant staan voor een eerlijke verloning en die een duurzame en gediversifieerde wereld bevorderen waarin planten, dieren en mensen samenwerken in het belang en met respect voor iedereen. Om de verkoop van fairtrade producten van hier en elders te boosten opent Miel Maya Honing binnenkort een honingwinkel in haar lokalen in Luik waar lokale en/of fairtrade honing te ontdekken zal zijn.



© Miel Maya Honing

SPECIFIEKE ACTOREN VAN LOKALE EERLIJKE HANDEL IN BELGIË

Noord-Noordbenadering van BFTF (*Belgian Fair Trade Federation*)



in tegenspraak zijn”, heeft de *Belgian Fair Trade Federation* (BFTF) “zich tot doel gesteld om zowel de Belgische fairtrade-organisaties te verenigen en te ondersteunen die de normen van de *World Fair Trade Organisation* voor eerlijke Noord-

Vanuit de vaststelling dat “eerlijke Noord-Zuidhandel en eerlijke Noord-Noordhandel elkaar meer aanvullen dan dat ze met elkaar

Zuidhandel respecteren als diegene die aan de criteria van het label *Prix Juste Producteur* voor eerlijke handel Noord-Noord beantwoorden.”⁶ BFTF telt onder zijn leden Fairebel (het inmiddels welbekende merk voor melk van eerlijke handel), de coöperatieve en participatieve supermarkten Coopéco en Vervicoop en verscheidene Belgische producenten en verdelers van landbouwproducten die voorrang geven aan de korte keten.

Overzicht van de BFTF-toetredingscriteria voor actoren op het vlak van eerlijke Noord-Noordhandel

<p>Aard van de organisaties</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Doel is niet zozeer winst maken dan wel ten dienste staan van de leden van de betrokken organisatie en de gemeenschap • Zelfstandig beheer • Participatieve besluitvorming • Eerlijke verdeling van de meerwaarde tussen de verschillende schakels van de keten
<p>Economische praktijken van de organisaties: de handelsrelatie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Eerlijke prijs die een stabiel en eerlijk onderhandeld loon mogelijk maakt zodat de producenten een waardig loon uit hun activiteit kunnen halen. • Rechtstreekse keten • Relatie op lange termijn • Voorfinanciering (producenten krijgen een deel van hun bestelling vooruit betaald, tenzij ze dit niet wensen) • Traceerbaarheid en transparantie (tot op het niveau van de grondstoffen en hun producenten)
<p>Economische praktijken van de organisaties: praktijken per vakgebied</p>	<p>Organisaties van producenten</p> <ul style="list-style-type: none"> • De individuele producenten behoren op een formele of informele manier tot één of meer producentenorganisaties • Lokale verankering op het vlak van productie en bevoorrading • Deelname aan een lokale ontwikkelingsdynamiek • <i>Empowerment</i> van de producenten en hun gezinnen • Mutualisering van middelen en competenties • Familiaal karakter van de productie • Verrijkende arbeidsomstandigheden en waardig loon voor de werknemers (naast de naleving van de IAO-normen, indien deze van toepassing zijn) • Respect voor het milieu

	<p>Invoerders, groothandelaars en verwerkers (BtoB)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bevoorrading voornamelijk bij producentenorganisaties die aan de criteria voor eerlijke Noord-Zuid- en/of Noord-Noordhandel beantwoorden (om te beginnen minstens 75 % van de totale omzet met de doelstelling om tot 100 % te komen zodra ze lid zijn) <p>Verdelers-retailers (BtoC)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bevoorrading voornamelijk met producten die aan de criteria voor eerlijke handel beantwoorden: 60 % van de verkoopwaarde (doelstelling om tot 100 % te komen zodra ze lid zijn, voor retailers die uitsluitend niet-voedingsproducten aanbieden) <p>Organisaties die actief zijn op het vlak van educatie, bewustmaking en lobbying inzake eerlijke handel enerzijds en organisaties die technische ondersteuning en financiering bieden aan familiale landbouwproducenten die bij een initiatief voor eerlijke handel betrokken zijn anderzijds, kunnen lid zijn van de BFTF.</p>
--	--

Initiatieven van landbouwproducenten – producentenfederaties

Fairebel

Het solidaire merk Fairebel verenigt meer dan 500 Belgische landbouwers en in totaal meer dan 1.300 burgercoöperanten. Fairebel biedt onder meer halfvolle melk, chocolademelk, boter en verschillende soorten roomijs aan. "Onze missie is zorgen voor een melkprijs die de

productiekosten dekt, inclusief een waardig loon, en familiebedrijven beschermen",⁷ zegt Erwin Schöpges, voorzitter van Faircoop, de coöperatie achter het merk Fairebel.



De coöperatie werd tien jaar geleden in België opgericht. Ze wil een duurzame en familiale landbouw ondersteunen door zuivelproducten (melk, boter, kaas, ijs) tegen een hogere prijs te verkopen. Daarbij krijgen de producenten gegarandeerd 45 cent per liter.

Sinds oktober 2019 is de cacao in de chocolademelk van Fairebel Fairtrade-gecertificeerd. Op die manier krijgen ze de garantie van een betere prijs. Voor elk verkocht product gaat 1 cent naar de Fairtrade-premie die de gecertificeerde coöperaties genieten. Er wordt eveneens 1 cent gedoneerd aan het ontwikkelingsproject 'Women School of Leadership' in Ivoorkust. Dat is een school van vrouwelijke leiders opgericht door Fairtrade Africa. Het doel is de economische empowerment van vrouwen te versterken en hen aan te moedigen en uit te rusten om deel te nemen aan het beheer van de producentenorganisaties.

Het Fairebel-concept wordt ook elders in Europa toegepast. *"Hetzelfde initiatief bestaat in Frankrijk, onder de naam 'FaireFrance', in Luxemburg, in Duitsland ... In totaal is het aanwezig in zes Europese landen"*, weet Erwin Schöpges. *"Het idee is in Oostenrijk ontstaan en de European Milk Board heeft het concept overgenomen en ter beschikking gesteld aan zijn leden."*

En sinds 2018 blijft het niet meer beperkt tot Europa. FaireFaso is een gelijkaardig merk dat in

Burkina Faso werd ontwikkeld, op initiatief van Burkinese en Belgische producenten. Het wordt gesteund door Oxfam-Solidariteit en Operatie 11.11.11. Het merk 'Faire ...' maakt zich nu op om uit te breiden naar andere West-Afrikaanse landen: FaireSen (Senegal) en FaireMali. In Niger willen producenten het project ook opstarten.

In september 2020 richtte Fairebel zijn pijlen op een tweede sector: die van het fruit. Een vijftiental coöperanten uit Vlaanderen en Wallonië (met name uit de streek rond Aubel en Voeren) sloten zich aan bij het initiatief. De minimumprijs voor hun appels en peren bedraagt 1 euro per kilo, in plaats van de 0,70 cent die ze doorgaans krijgen.

Hoe zit het Fairebel-systeem in elkaar? We nemen appels en peren als voorbeeld. De coöperatie FAIRCOOP stelde zeer gedetailleerde lastenboeken op om appels en peren bij de telers te kopen. Vervolgens worden de vruchten verpakt in de typische Fairebel-verpakking met de Belgische kleuren en met de vermelding 'goed-fair'.

Daarna worden de appels en peren in de supermarkt verkocht. Hun prijs ligt hoger dan die van bulk- of huismerkproducten. FAIRCOOP maakt dus extra winst op de verkoop. Die winst wordt achteraf herverdeeld onder de coöperanten. Net als bij melk en andere producten, is het dus niet noodzakelijk de appel of peer van een Fairebel-producent die je koopt.⁸

Le Lait de la Baraque

Acht melkproducenten, oprichters en leden van de coöperatie Pure Ardenne, staan aan de wieg van 'Lait de la Baraque', een eerlijke en ecologische melk. De naam 'Baraque' verwijst naar de Baraque Fraiture, een van de hoogste punten van België gelegen in de gemeente Vielsalm, een gebied met veel weilanden.

De acht producenten hadden er genoeg van dat de melkprijs onveranderd bleef terwijl hun kosten wel steeds stegen. Daarom besloten ze hun krachten te bundelen om terug controle te krijgen over de markt. Dat was in 2017. Na heel wat vergaderingen werd een veeleisend lastenboek opgesteld. Daarna duurde het een hele poos eer ze een partner vonden om de melk te pasteuriseren en te verpakken in kartonnen pakken. Maar 'de acht' vonden uiteindelijk een mini-melkerij die met hen wou samenwerken. Die melkerij is koolstofneutraal en wordt beheerd

door een boer in Kruikebeke, ten zuiden van Antwerpen.

Sinds maart 2022 wordt de 'Lait de la Baraque' verkocht in tal van coöperatieve en collaboratieve supermarkten (zie verder) en via verschillende producenten- en consumentencoöperaties. "Wij hebben bewust voor de korte keten gekozen en niet voor de groothandel. In de groothandel hebben we immers geen controle over onze volumes en zeker niet over onze prijzen, terwijl we in de korte keten alles onder controle houden,"⁹ aldus Thierry Duffey, lid van Pur Ardenne.

De koeien (een 70-tal per bedrijf) worden gevoerd zonder ggo's of soja, hoofdzakelijk met voer van de boerderijen en regionale supplementen. De koeien kunnen minimaal 180 dagen per jaar buiten grazen.



Prix Juste Producteur, een specifiek label voor Belgische landbouwers



Het label *Prix Juste Producteur* is een fairtrade-initiatief voor Belgische landbouwproducenten. Het wil hen in staat stellen om rekening te houden met hun productiekosten (inclusief werktijd).

Het label werd opgericht door het *Collège des Producteurs*¹⁰ dat in het kader van de Waalse Landbouwwet werd opgericht en 12.000 Waalse producenten vertegenwoordigt. Het *Collège des Producteurs* verenigt een grote verscheidenheid aan actoren, al staan de producenten steeds centraal. Het college telt 64 vertegenwoordigers: 44 landbouwer-vertegenwoordigers en 22 vertegenwoordigers van diverse verenigingen van

belanghebbenden in de verschillende sectoren. Het gaat om milieuverenigingen, landbouwsyndicaten, consumentenverenigingen, Fevia (federatie van de Belgische voedingsindustrie) en Comeos (federatie van de distributie). Op die manier heeft de hele keten zich verenigd om te investeren in informatievoorziening (voor het grote publiek) en economische en institutionele aspecten.

Het lastenboek van het label *Prix Juste Producteur* is gebaseerd op vijftien criteria die gegroepeerd zijn rond 4 pijlers: aandacht voor de productiekosten, onafhankelijkheid van de producenten, producentengroepen, en transparantie en duur van de verbintenissen.

De 15 criteria

1. Bestaan, beschrijving en identificatie van het product	9. De prijs wordt gedefinieerd op basis van de kwaliteit
2. Bestaan, beschrijving en identificatie van het merk	10. Korte betalingstermijn Maximaal 30 dagen eind van de maand voor de betalingen aan de producenten.
3. Bestaan, beschrijving en identificatie van de spelers	11. Een contract legt de afspraken vast tussen de producent en zijn eerste afnemer
4. Identificatie van de producentengroep De grondstoffenleveranciers moeten tot een groep landbouwers behoren die in een al dan niet formele organisatie verenigd zijn, ongeacht de betrokken actoren binnen de sector.	12. Traceerbaarheid van de producten
5. Democratisch bestuur van de producentengroep	13. Herkomst van de producten De producten die het label dragen moeten bij voorrang afkomstig zijn van gecertificeerde producenten.
6. Organisatie van de productie binnen de producentengroep Definiëren van een productieplan om de onderhandelingen te vergemakkelijken over de regels voor de waardeverdeling tussen landbouwer en eerste afnemer.	14. Duur van de verbintenis Een formele verbintenis van minstens een jaar. Deze periode kan tijdens de eerste drie jaar van de handelsrelatie met telkens een jaar verlengd worden; daarna moet de duur van de verbintenis steeds met minstens drie jaar verlengd worden.
7. Gecoördineerd prijsbeleid binnen de producentengroep	15. Onafhankelijkheid van de producenten Afgezien van de afspraken in verband met de kwaliteit van de producten, behoudt de producent de volledige beslissingsmacht met betrekking tot de productiemiddelen. De producent is eigenaar van zijn of haar productie.
8. De prijs wordt gedefinieerd op basis van de productiekosten, inclusief het aspect arbeidsverloning	

De eerlijke prijs is enerzijds gebaseerd op de productiekosten en anderzijds op het loon dat berekend is op basis van het minimumloon dat door het Paritair Comité 144 (werknemer in de landbouw) vastgelegd is. Dit komt overeen met 12 euro per uur.

Het label staat voor de kwaliteit van de handelsrelatie tussen de producent en zijn eerste afnemer (in geval van rechtstreekse verkoop is dit de eindgebruiker, maar anders is de eerste afnemer een melkerij, een slachthuis, ...). “Europa heeft erkend dat, gezien de moeilijke situatie in de sector, dit soort prijsafspraken tussen producent en eerste afnemer niet in strijd is met de mededingingsregels”, vertelt Emmanuel Grosjean, coördinator van het *Collège des Producteurs*.¹¹ “In de andere segmenten vinden

duis andere onderhandelingen plaats tussen distributeurs om de prijs aan te passen, maar de garantie van een eerlijke aankoop voor de producent blijft.”

Een ander belangrijk element: “*We wilden dat de producenten zelf achter de eerlijke verloning zouden staan en deze aanmoedigen. Daarvoor mag de certificering van het label niet te duur zijn. Wij willen eerder vertrouwen opbouwen dan een duur auditsysteem opzetten. Het Producentencollege is gemachtigd om controles uit te voeren. Het is zelfcontrole en de producent zelf blijft eigenaar van het begrip eerlijke prijs.*”¹²

Meer dan 700 producenten (individueel, in coöperaties of groepen) hebben de goedkeuring gekregen om het logo te mogen gebruiken.

Enkele initiatieven vanuit producenten/consumentencoöperaties in het kader van de korte keten

Collectif 5C: Collectif des Coopératives Citoyennes pour le Circuit Court



Een aantal leden van de BFTF zoals CoopESEM en *Li Terroir* zijn producenten/consumentencoöperaties die actief zijn in de korte keten en deel uitmaken van *Collectif 5C*, een netwerk dat momenteel een 40-tal burgercoöperaties uit heel Wallonië verenigt.

Op de websites voor onlineverkoop van deze coöperaties en in de hoevewinkels van hun leden worden ook producten van eerlijke Noord-Zuidhandel aangeboden, indien die geen concurrentie vormen voor lokale producten.

Waarden en strategieën van *Collectif 5C*¹³

<p>Burgerdynamiek en economische dynamiek</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Collectif 5C</i> verenigt burgercoöperaties die zelf consumenten, producenten en onafhankelijke of coöperatieve distributeurs samenbrengen, allemaal burgers die zich inzetten voor een ander landbouw- en consumptiemodel. • Economische ambitie: tonen dat er een alternatief is door de actoren van de korte keten te professionaliseren en door het marktaandeel van de sector te vergroten, net als de synergiën en de solidariteit tussen de actoren. • Politieke ambitie: werken aan een mentaliteitswijziging, een collectief project uitwerken, modaliteiten voor collectief en democratisch bestuur tot stand brengen.
--	---

Territoriale ontwikkeling	<ul style="list-style-type: none"> • Elke coöperatie kadert haar actie binnen een strategie voor de ontwikkeling van een grondgebied of een leefgemeenschap, door actoren aan te zetten tot samenwerking en bij te dragen tot de opkomst van nieuwe producenten. • Aanmoediging van uitwisseling en solidariteit tussen grondgebieden en coöperaties in Wallonië en elders.
Agro-ecologie	<ul style="list-style-type: none"> • Het agro-ecologisch model bestendigen tegenover het productivistische model dat door de agro-voedingsindustrie en de grootdistributie gestuurd wordt. • Kleinschalige productie-eenheden met gediversifieerde knowhow. • Beperking van het gebruik van chemische inputs, versterking van de band met de landbouwgrond en van systemen inzake voederautonomie voor de veestapel. • Voedselsoevereiniteit van de regio's.
Consumptiebeheersing	<ul style="list-style-type: none"> • Streven naar een beheersing van de consumptie (weerstand aan verkoopstrategieën op basis van emotie en sociale segmentatie). • Een eerlijke prijs is niet de laagste prijs maar de prijs waarmee een producent die een redelijke efficiëntie aan de dag legt, een toereikend loon kan verdienen binnen het agro-ecologisch paradigma. • Zelfproductie (tuinieren, koken) is ook een logische aanvulling bij de bevoorrading via korte keten.
Korte keten	<ul style="list-style-type: none"> • Om het ontstaan van nieuwe vertrouwensrelaties tussen producenten en consumenten mogelijk te maken.
Sociale beweging	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkeling van onlineverkoop. • Samenwerking tussen producenten: via het uitwisselen van producten, het optimaliseren van de productiemiddelen en het creëren van werkgeversgroeperingen of doorgangsbouwen ('<i>hall relais</i>'). • Uitwisseling van goede praktijken. • Gemeenschappelijke communicatie van de coöperatieven op regionaal niveau.

Een voorbeeld: Paysans-Artisans

De coöperatie met sociaal oogmerk *Paysans-Artisans* werd in 2013 opgericht. Zij is gevestigd in 9 gemeenten in de provincie Namen en telt bijna 800 coöperanten. Zij verkoopt de lokale en artisanale producten van meer dan 100 producenten via een webwinkel, 18 afhaalpunten ('*Points de R'Aliments*') waar de klanten hun bestellingen komen ophalen, een gerichte aanwezigheid op een aantal markten, hoevewinkels en vijf eigen winkels in Namen, Jambes, Salzinne, Lustin en Saint-Gérard.

De ambitie van *Paysans-Artisans*: de commercialisering via korte keten uitbouwen en professionaliseren, met het doel de korte keten een reële economische basis te verschaffen en de kleine boeren en artisanale producenten te ondersteunen.



De winkel van Paysans-Artisans in Saint-Gérard.

De coöperatie stelt 22 mensen rechtstreeks tewerk, evenals een tiental anderen via een systeem voor het delen van arbeidskrachten in het kader van een werkgeversgroepering.

Paysans-Artisans ziet het groot. Ze richtten een korte keten fabriek op in de omgeving van Suarlée. Er zijn 5 partners ondergebracht op een oppervlakte van 2760 m²: een klein slachthuis voor gevogelte en konijnen, een vleesversnijdingsatelier, een bedrijf voor de verwerking van groenten, een bokalenfabriek, en het hoofdkantoor en de opslagplaatsen van Ethiquable Benelux.

Om een gemeenschap van producenten en consumenten uit te bouwen, worden de activiteiten voor permanente vorming niet uit het oog verloren. De vzw *Les ateliers de Paysans-Artisans* organiseert initiatieven voor de uitwisseling van knowhow en een volksuniversiteit voor de ontwikkeling van een gedeelde visie op diverse kwesties die verband houden met landbouw en voeding.



Paysans-Artisans wil wegen op het debat en werkt mee aan een tijdschrift: *Tchak, la revue paysanne et citoyenne qui tranche*. Samen met een twintigtal andere organisaties lanceerde *Paysans-Artisans* dit blad dat gewijd is aan de uitdagingen waarmee de boerenlandbouw, de agro-ecologie en de nieuwe productie-, distributie- en consumptiemodellen af te rekenen hebben. *Tchak* richt zich tot 'al wie de band met de agro-industrie en de grootdistributie wil doorknippen'. *Paysans-Artisans* is sterk betrokken bij de vzw 5C.

CoopESEM

CoopESEM is een burgercoöperatie waarin consumenten en meer dan 50 producenten zich verenigd hebben om de korteketendistributie van lokale producten in de regio Entre-Sambre-et-Meuse uit te bouwen. De coöperatie is vooral

actief in de gemeenten Couvin, Florennes, Gerpennes, Gourdinne, Matagne-la-Petite, Mettet, Philippeville en Villers-deux-Eglises. CoopESEM maakt deel uit van Collectif 5C.

Li Terroir

Li Terroir is een coöperatie met sociaal oogmerk waarin producenten en consumenten van 8 gemeenten in de omgeving van Durbuy zich verenigd hebben. Bij *Li Terroir* kunnen mensen online producten aankopen die in afhaalpunten

of aan huis geleverd worden. Twee keer per maand zijn de producenten ook te vinden op een overdekte markt. Net als CoopESEM behoort *Li Terroir* tot de vzw 5C die we hierboven voorstelden.

Agricovert

Agricovert is een ecologische landbouwcoöperatie met sociaal oogmerk die in Gembloux gevestigd is. Ze verenigt een dertigtal lokale producenten (groente- en veeboeren, artisanale producenten) met biocertificering of in omschakeling, naast meer dan 1300

coöperanten-'consumactoren'. De verkoop gebeurt via 30 afhaalpunten voor biopakketten, 1 slagerij, 1 bakkerij en twee verkooppunten. Agricovert is ook actief als cateringcollectief en heeft een project voor sociaalprofessionele inschakeling.

Voedselteams in Vlaanderen

De beweging Voedselteams bestaat al 26 jaar en groepeert in heel Vlaanderen 120 burgergroepen die meer contrôle willen over de manier waarop hun voeding wordt geproduceerd.

“Elk Voedselteam is een groepje consumenten dat voedsel koopt bij producenten uit hun buurt. Die bepalen zelf hun eerlijke prijs, rekening houdend met hun kosten én de milieukost van hun producten.” legt coördinatrice Sofie Vanthournout. “In de webwinkel zien onze consumenten heel transparant hoe de prijs voor een product samengesteld is: hoeveel krijgt de producent, hoeveel gaat er naar transport en administratie, enzovoort.” De organisatie screent elke producent via een zelf ontwikkeld Participatief GarantieSysteem (PGS). Dit bestaat uit een combinatie van een héél uitgebreide vragenlijst en regelmatige bedrijfsbezoeken aan de producent. *“We hanteren geen lijst met strikte criteria, maar kijken ook naar hun plannen en engagements om zaken aan te passen. Er is ruimte voor een groeitraject. Een producent met*

bepaalde minpunten kan soms toch al lid worden, als hij of zij ons een concreet plan kan voorleggen.” verduidelijkt Sofie Vanthournout.

De vragen die een kandidaat-producent op de rooster leggen, gaan over duurzaamheid in de brede zin. Ze peilen naar de aanpak op het vlak van ecologie, omgaan met medewerkers, water- en energieverbruik, transparantie, traceerbaarheid, bedrijfsvoering ...

“Voor producenten die verwerkte producten verkopen, bekijken we ook hun verpakkingen, de herkomst van de ingrediënten die ze aankopen, en dergelijke,” voegt de coördinatrice van de organisatie toe. Aansluitend bij de vragenlijst, volgt een bedrijfsbezoek. Een Voedselteamsploeg bestaande uit producenten die al lid zijn en speciaal opgeleide vrijwilligers screent de kandidaat-producent en geeft tegelijk advies en ondersteuning. Deze mensen doorlopen een continu leerproces, met regelmatige vormingsmomenten.



Kort'om Leuven

Kort'om Leuven werd opgericht in 2020. Deze coöperatie streeft naar een duurzaam regionaal voedsel- en landbouwsysteem.

Via een online winkel brengt de coöperatie het aanbod van boeren en producenten uit de regio Leuven samen met de vraag van lokale klanten (supermarkten, restaurants, traiteurs, schoolkantines, enz.). De coöperatie biedt ook diensten als vervoer, verpakking, koeling en administratieve verwerking van de verkoop.

Bovendien ondersteunt zij haar leden bij productverbetering, prijsstelling, marketing en duurzaamheid.

Het doel van Kort'om Leuven is tot een regionaal voedselsysteem te komen. Daarom streeft ze naar sterke banden tussen producenten, B2B-klanten en burgers. Er worden bijvoorbeeld winkelbezoeken, boerderijbezoeken en smaakmarkten georganiseerd.

Verwerkers

Brasserie de la Lesse – Het voorbeeld van brasseries

De *Brasserie de la Lesse*¹⁴ is gevestigd in het hart van het dorp Éprave en werd in 2011 opgericht in de vorm van een coöperatie met sociaal oogmerk. De coöperatie telt 450 coöperanten voor een kapitaal van 300.000 euro.

De coöperatie produceert *La Marie Blanche* (witbier), *La Chinette* (goudblond bier), *La Cambrée* (amberkleurig bier), *La Rouge Croix* (romig bruin bier), *L'Hiveresse* (winterbier), *L'Esprit Triple's* (blonde tripel) en *La Top Lesse* (pils). Al deze bieren zijn biogecertificeerd en worden gemaakt met lokale gerst en hop.

In 2021 produceerde de coöperatie 2.000 hectoliter bier. Sinds de oprichting nam de productie toe met gemiddeld 10 %. Het team bestaat uit zes personen: 4 partners en 2 werknemers.

Julien Collard, communicatieverantwoordelijke van de brouwerij: “Naast bierbrouwen willen we ook aantonen dat het mogelijk is een modern bedrijf op te richten aangepast aan de 21e eeuw dat rekening houdt met alle ecologische, maatschappelijke, sociale en economische uitdagingen.



© Julien Collard, directeur reclame van de Brasserie de la Lesse

Met andere woorden: een eerlijk en duurzaam bedrijf dat niet in de eerste plaats zichzelf en de aandeelhouders wil verrijken. Het ecologische aspect is belangrijk voor ons. Sinds het begin werken we 100 % biologisch, we hoeven geen uitzondering aan te vragen (een biologisch bier mag immers tot 5 % niet-biologische ingrediënten bevatten). Wij besteden ook aandacht aan de relocatie van de economie. In Belgische bieren zitten soms weinig Belgische ingrediënten. Maar bij ons zijn alle ingrediënten Belgisch. Onze hop komt uit Poperinge en het mout komt uit Hannut, van een boer die 10 hectare brouwergerst teelt die we daarna laten

mouten. Wij gaan er prat op dat vandaag tussen 95 en 97 % van onze grondstoffen lokaal zijn. Ook nadien werken we lokaal. Wij doen niet aan export en werken ook niet met grootwarenhuizen. Onze bieren zijn te vinden in supermarkten, maar we werken alleen met lokale zelfstandigen en franchisenemers. 60 % van ons energieverbruik is afkomstig van houtblokken en 40 % van gas. We beseffen dat de keuzes die we vijf jaar geleden maakten toen we om ecologische redenen verhuisden, nu economisch renderen en zinvol zijn in de crisissen die we doormaken en zullen blijven doormaken.”¹⁵

Brasserie Coopérative Liégeoise

De *Brasserie Coopérative Liégeoise* bevindt zich op de site van *La Ferme à l'Arbre* in Lantin. Deze microbrouwerij was de eerste biobrouwerij in het Luikse. Zij produceert bieren op basis van

grondstoffen (gerst en hop) die ter plaatse met biologische landbouwtechnieken worden verbouwd.
Lid van de BFTF.

Coöperatieve en participatieve supermarkten

Coöperatieve en collaboratieve supermarkten zijn supermarkten die zijn opgericht en worden gerund door hun klanten. Die klanten moeten een aandeel kopen (afhankelijk van de winkel, tussen 25 en 100 euro) om deel uit te maken van de coöperatie. Alle klanten moeten zo'n drie uur van hun tijd per maand besteden aan het draaiende houden van de winkel: aan de kassa zitten, de rekken vullen, producten kiezen, de voorraad beheren, enz.

Het doel is om toegang te bieden tot kwaliteitsvolle voeding tegen een betaalbare prijs en dat op een milieu- en mensvriendelijke manier.

Dergelijke winkels bieden een alternatief voor de klassieke supermarkten en zijn de laatste tijd in Brussel en Wallonië aan een opmars bezig: Bees Coop (de eerste) in Brussel, le Pédalo in Elsene, Wandercoop in Anderlecht, Vervîcoop in Verviers, Coopéco in de regio Charleroi, en vele andere. Al deze winkels zijn geïnspireerd op voorbeelden uit New York (Park Slope Food Coop) en Parijs (La Louve).

Coopéco is gevestigd in het hart van Marchienne-au-Pont in de voormalige slachthuizen net achter de moskee. Dit wordt gezien als een eerder 'moeilijke' wijk. Het idee en de uitdaging van Coopéco zijn eenvoudig. Waarom zouden de

inwoners van Charleroi geen gezonde producten mogen eten, met respect voor de producenten?

Waarom zouden die producten voorbehouden zijn aan een elite of aan mensen met geld? Marie-Françoise Lecomte is advocate aan de balie van Charleroi en een van de initiatiefnemers. Ze namen contact op met kleine producenten en maakten in het eerste instantie manden klaar die de mensen konden ophalen in de garage van een van de leden. De organisatie

groeide toen uit van een feitelijke vereniging tot een coöperatie met sociaal oogmerk.

In 2018 ontving de coöperatie Coopéco de prijs 'Hainaut Horizons'. De jury was aangesproken door het Coopéco-project "dat de vier pijlers van duurzame ontwikkeling – economie, milieu, het sociale aspect en burgerparticipatie – harmonieus ontwikkelt en dat deel uitmaakt van een transitie waarbij de burgers eigenaar worden van hun consumptie."¹⁶

Andere

Altérez-Vous

Altérez-Vous is een burgercafé in Louvain-la-Neuve dat aanzet tot verantwoorde consumptie. Daarvoor biedt het kwaliteitsproducten aan die afkomstig zijn van eerlijke handel, biologische landbouw en lokale productie. Deze coöperatieve vennootschap met sociaal oogmerk (CVBA SO) organiseert ook specifieke animatieactiviteiten zoals debatten en conferenties over maatschappelijke uitdagingen, culturele avonden, optredens en creatieve workshops.

HET BELANGRIJKSTE BELGISCHE BIOLABEL KIEST VOOR LOKAAL RADE

Het label 'Biogarantie Belgium': biologische landbouw, lokale productie en eerlijke prijs



Het label 'Biogarantie' werd in 1987 gecreëerd. De Europese regelgeving over biologische landbouw, die van 1991 dateert, bestond toen nog niet. Inmiddels is er ook

een Biogarantie 'Made in Belgium' waarvoor niet alleen biologische maar ook sociale criteria in overweging genomen worden. 'Met respect voor mens en milieu': zo wordt het label 'Biogarantie Belgium' op de website¹⁷ samengevat. Net als het label 'Biogarantie' wordt het gezamenlijk beheerd door BioForum Vlaanderen (dat alle operatoren – producenten, verwerkers en distributeurs – uit Vlaanderen en Brussel vertegenwoordigt), Probila-Unitrab (dat verwerkers en distributeurs uit Wallonië en Brussel vertegenwoordigt) en UNAB (Nationale Unie van Belgische Agrobiologen die de bioproducenten in Wallonië vertegenwoordigt).

Eerlijke prijs

Naast de herkomst legt het label de nadruk op een eerlijke beloning van de werknemers in de sector. De producent moet een eerlijke prijs voor zijn product krijgen, d.w.z. een prijs op basis van de productiekosten, rekening houdend met een correct loon en de mogelijkheid tot investeren. Biogarantie vzw engageert zich om een rekenmodel te ontwikkelen of te gebruiken voor aankooprijzen voor elke productiesector. *"We proberen een analyse van de hele keten te maken. We willen boeren die aan familiale landbouw doen in de kijker zetten. Zo verkopen kleine tuinders kleinere hoeveelheden producten dan grotere bedrijven die op grote schaal werken. Als je op 10 hectare biologische uien teelt, kun je ze goedkoper verkopen dan uien die op kleine percelen worden geoogst. Daar moet rekening mee worden gehouden om een correcte prijs te bepalen"*, vindt Jacques.

De verwijzing naar een correcte prijs, die inderdaad in het productdossier staat, wordt momenteel niet gecontroleerd. De prijs van een biologisch product is al hoger dan die van een conventioneel product, maar is geen garantie voor een waardige vergoeding.

Voor de certificering zorgen Certysis, Quality Partner en Tuv-Nord.

Het label 'Biogarantie Belgium' zal in de komende jaren het label 'Biogarantie' deels vervangen, "ook al zal het oude nog steeds actief zijn voor de export terwijl het nieuwe dient om de consument bewust te maken van de Belgische productie en verwerking", vertelt Dominique Jacques, voorzitter van UNAB.¹⁸

Het label 'Biogarantie Belgium' wordt toegekend aan producten die in België vervaardigd zijn en waarvan het voornaamste ingrediënt (dat meer dan 50 % van het voedingsproduct uitmaakt of waarmee de consument in het algemeen de naam van het product associeert) in België geteeld werd. Wanneer verscheidene landen bij de productie van een product betrokken zijn, moet de laatste belangrijke verwerking van het product in België plaatsvinden.

Om tot handelsrelaties op lange termijn te komen, moeten de producenten en hun klanten minstens één keer per jaar overleggen over de volumes, het prijsbeleid en de kwaliteitsvereisten. Zo kan opnieuw een akkoord voor een jaar worden opgesteld. De betaling aan de producent moet binnen 30 dagen na de levering gebeuren.

Wat de labels 'Biogarantie' en 'Biogarantie Belgium' gemeen hebben op het vlak van eerlijke handel: bereide en verwerkte levensmiddelen die meer dan 5 % rietsuiker, cacao, koffie, bananen of thee bevatten uit een land waar geen rekening gehouden wordt met sociale duurzaamheid, mogen het label 'Biogarantie' slechts gebruiken indien het ingrediënt in kwestie is gecertificeerd volgens een lastenboek over sociale verantwoordelijkheid door een organisme dat erkend is door de vzw Biogarantie¹⁹. Bijlage 2 van het lastenboek bevat de lijst van sociale standaarden die door Biogarantie erkend worden (waaronder Fairtrade, Fair for Life (IMO), Naturland Fair, Rainforest Alliance...), en de lijst van landen waarvoor de verplichting tot fairtradecertificering geldt.

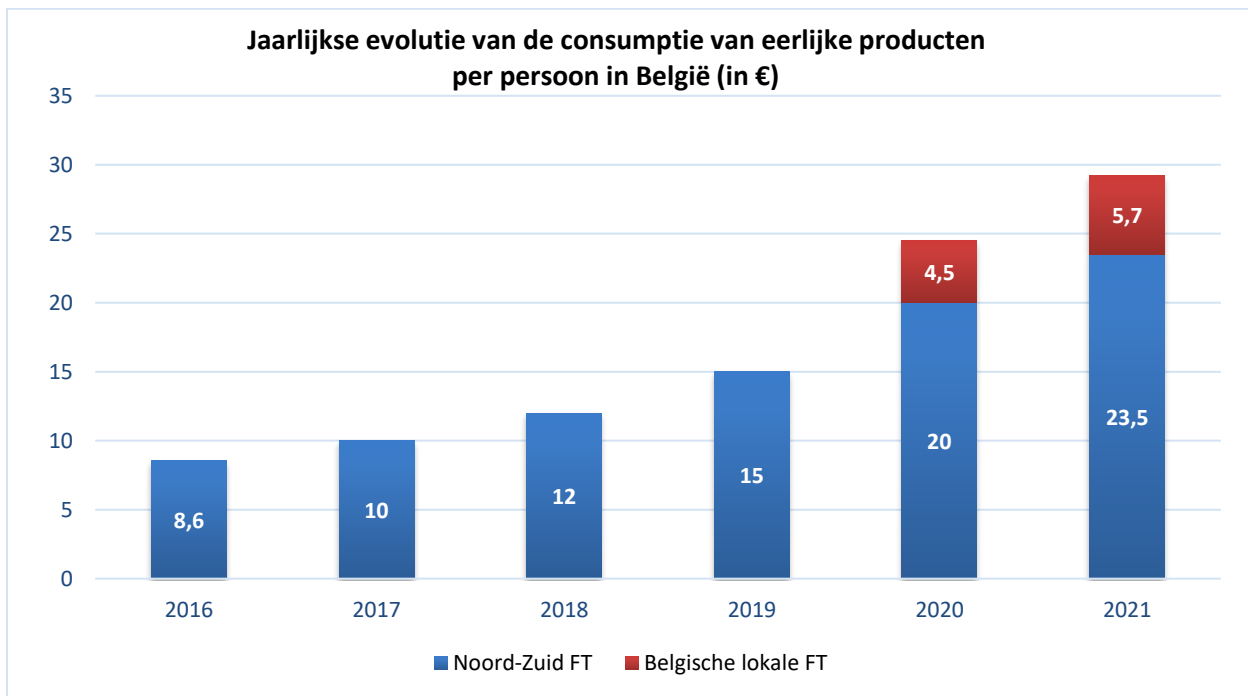
De eerste producten met het label

De producten die door Biofresh verkocht worden, behoorden tot de eerste die het label 'Biogarantie Belgium' kregen. Nu zijn er een twintigtal producten met het label in Vlaanderen en acht in Wallonië. Het zijn dus wel degelijk de producten van Belgische landbouwers die gelabeld worden. "Of in het geval van een melkveehouder is het zijn boerderij die het label krijgt. De winkels krijgen het niet, maar ze zullen wel kunnen uitpakken met het Biogarantie Belgium-label."



IN BELGIË WINT DE VERKOOP VAN EERLIJKE LOKALE PRODUCTEN AAN BELANG

Elk jaar schat het Trade for Development Centre van het Belgisch ontwikkelingsagentschap Enabel hoeveel de Belgen hebben uitgegeven aan fairtradeproducten. De evolutie is zeker positief. Van de 29,28 euro die in 2021 per persoon werd uitgegeven, ging 23,55 euro naar Zuid-Noord fairtradeproducten (koffie, cacao, bananen, bloemen, enz.) en 5,72 euro naar lokale Belgische fairtradeproducten. Dat is een stijging van bijna 27 %.



II. INTERNATIONALE LABELS VOOR EERLIJKE HANDEL

Fair for Life



Heel wat producten van *Commerce Équitable Origine France* zijn door *Fair for Life*²⁰ gecertificeerd. In augustus 2020 was *Vignobles Gabriel & Co*

bijvoorbeeld de eerste Franse wijnbouwer die als ‘eerlijke handel’ werd gecertificeerd.

Het certificeringsprogramma *Fair for Life* werd in 2006 opgericht in Zwitserland door Bio-Foundation en het IMO (*Institute for Marketecology*).

Dit programma had als doel om alle producenten en actoren van eerlijke handel – ook deze die niet aan de voorwaarden van *Fairtrade International* voldoen – toegang te verlenen tot een onafhankelijke certificering die aantoont dat zij bepaalde criteria respecteren zoals eerlijke verloning, afwijzing van dwangarbeid en kinderarbeid, vrijheid van vereniging, veilige en waardige arbeidsomstandigheden, enz. *Fair for Life* is een label voor alle producten, alle landen en alle productieketens.

Op het vlak van de toeleveringsketen moedigt het label een economisch model aan dat inzet op de veerkracht van elke schakel. De *Fair for Life*-certificering is een instrument voor de valorisering en bescherming van voorbeeldketens met actoren die kiezen voor een verantwoorde manier van werken op basis van goede economische, sociale en ecologische praktijken. Wanneer zij werken binnen het kader dat door de *Fair for Life*-certificering gedefinieerd wordt, kunnen producenten, verwerkers en eigenaars van handelsmerken hun verkoopcijfers en hun bevoorrading veiligstellen met behulp van instrumenten zoals langetermijncontracten waarin prijzen en volumes vastgelegd zijn, en door onderling een echte relatie op te bouwen.

In 2017 werden de normen van *Fair for Life* en *Ecocert Equitable* samengevoegd tot de nieuwe *Fair for Life*-certificering die door Ecocert SA beheerd wordt.

Het garantiesysteem van de WFTO



In 2013 lanceerde de *World Fair Trade Organisation* (WFTO) een garantiesysteem voor eerlijke handel²¹ op maat van zijn leden.

Het systeem omvat 5 elementen: een toelatingsprocedure voor nieuwe leden, een zelfbeoordelingsprocedure, een controleaudit, een peer-beoordeling en de

Fair Trade Accountability Watch (FTAW), een participatief opvolgingsmechanisme dat iedereen in staat stelt om de niet-naleving van de criteria te melden.

De leden die de verschillende fasen van het garantiesysteem doorlopen hebben, krijgen het statuut van ‘gecertificeerde fairtrade-organisatie’ (*Guaranteed Fair Trade Organisation*). Zij mogen

op hun producten het WFTO-label aanbrengen. Dit garandeert dat deze producten beantwoorden aan de criteria voor eerlijke handel die de WFTO heeft opgesteld.

Tijdens de algemene vergadering van 2017 in Delhi besliste de WFTO om zijn systeem open te stellen voor de producenten uit het Noorden. Zij moeten de basisvoorwaarden van de WFTO naleven en de tien principes van eerlijke handel in acht nemen.

Om lid te kunnen worden van de WFTO moeten actoren uit het Noorden overigens economisch achtergestelde kleine producenten, ambachtslieden of boeren zijn, of samenwerken

met een groep (d.w.z. een vereniging of een coöperatie) van achtergestelde kleine producenten, ambachtslieden of boeren.

Kleine producenten (ambachtslieden of boeren) worden gedefinieerd als organisaties die op kleine schaal actief zijn en niet de middelen hebben om grote volumes te leveren zoals industriële producenten.

Boeren moeten een certificering voor biolandbouw of landbouw in omschakeling kunnen voorleggen of moeten deelnemen aan een participatief garantiesysteem (PGS).²²

Fairtrade



® Na de verschillende crisissen in de Europese landbouwwereld werd het bekende Fairtrade-label ertoe aangezet “zijn internationale strategie te actualiseren en de Europese landbouwketens op te nemen in het panorama van potentiële begunstigden van zijn model”²³.

Er worden verschillende proefprojecten op poten gezet, onder andere in de tarwe- en melksector in Frankrijk en in de tomatensector in Italië (zie de paragrafen over deze twee landen hieronder).

III. ENKELE INITIATIEVEN VAN LOKALE EERLIJKE HANDEL IN EUROPA

FRANKRIJK

In Frankrijk heeft de lokale eerlijke handel zich ontwikkeld door Noord-Zuid-handelsinitiatieven, zoals Ethiquable en Alter Eco, maar ook door de Franse boerenbeweging. De nationale wet inzake eerlijke handel leidt alles in goede banen, net als het charter voor eerlijke handel 'Origine France'. Niet minder dan acht labels certificeren producten of diensten. Het resultaat is een enorme toename van de verkoop in de hele fairtradesector, internationale ketens zoals koffie, cacao... inbegrepen. Een overzicht.

De pioniers

In Frankrijk lanceerden twee bekende fairtradespelers, Alter Eco en Ethiquable, in 2011 een eerlijke, bio- en lokale aanpak ten voordele van kleine Franse boeren. Ethiquable heeft altijd al de kleine boeren verdedigd. Geen sprake van om 'eerlijke' producten van grote plantages op de markt te brengen. Trouw aan deze logica steunt het gamma 'Paysans d'ici' op een charter om in Frankrijk kleinschalige landbouw te behouden. Alter Eco van zijn kant heeft een

gamma van Franse landbouwproducten gelanceerd met Corab, een biologische coöperatieve gespecialiseerd in peul-, graan- en oliehoudende gewassen (1). Vóór deze twee 'klassieke' fairtradebedrijven was er al Biocoop, een netwerk van kleinhandelaars, dat al geruime tijd Noord-Zuid-fairetrade producten verdeelt en in de jaren 2000 partnerschappen is aangegaan met Franse producentenorganisaties.

Wet inzake eerlijke handel

De Franse wetgeving, van toepassing op kleine ondernemingen, beschrijft en erkent sinds 2005 het begrip 'eerlijke handel'. In mei 2014 werd dit begrip uitgebreid tot de Noord-Zuidrelaties.

Deze wet, die past binnen de nationale strategie voor duurzame ontwikkeling, verduidelijkt dat eerlijke handel "als doel heeft om werknemers die vanwege hun precare toestand, loon en kwalificaties economisch achtergesteld zijn en die in democratisch bestuurde structuren georganiseerd zijn, te verzekeren van economische en sociale vooruitgang door middel van handelsrelaties met een afnemer".

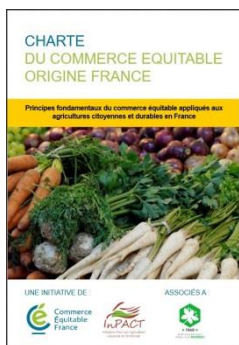
Die relaties moeten aan drie voorwaarden voldoen:

- Een langlopende verbintenis.
- De betaling van een lonende prijs "vastgesteld op basis van geïdentificeerde productiekosten en evenwichtige onderhandelingen tussen de contractanten".
- "De toekenning door de afnemer van een bijkomend verplicht bedrag bedoeld voor collectieve projecten, bovenop de aankoopprijs of geïntegreerd in deze prijs, om de vaardigheden en capaciteitsopbouw van de werknemers en hun organisatie te versterken."

Daarnaast moeten ondernemingen die verkondigen dat ze deze principes aanhangen "informatie verschaffen over de traceerbaarheid van de producten" en deelnemen "aan bewustmakings- en vormingsactiviteiten in verband met sociaal en ecologisch duurzame productie- en consumptiewijzen". Alleen producten die aan deze verschillende voorwaarden voldoen, mogen de term 'eerlijke handel' opnemen in hun verkoopbenaming.²⁴

De Franse klimaatwet, die op 4 mei 2021 in de Assemblée Nationale werd aangenomen, vervolledigt het regelgevend kader. De wet erkent officieel dat eerlijke handel de ecologische en solidaire transitie versnelt. De wet bepaalt dat fair trade milieuvriendelijkere productiemethoden, zoals agro-ecologie, bevordert door ze duurzamer te maken. Een bedrijf dat beweert een fairtradebedrijf te zijn, is nu verplicht een label te gebruiken.

Nationaal Charter van 'Commerce Équitable Origine France'



Het nationaal charter van *Commerce Équitable Local* dat in 2014 werd opgericht, kreeg in 2018 een nieuwe naam: *Charte Nationale du Commerce Équitable Origine France*.²⁵ Het charter kwam er op initiatief van het *Plateforme*

du Commerce Équitable (PFCE) en het netwerk van initiatieven voor boerenlandbouw en territoriale landbouw (*Inpact National*), in samenwerking met de *Fédération Nationale d'Agriculture Biologique* (Fnab).

Het charter omvat dertien basisprincipes die rond drie engagementen opgebouwd zijn: het

engagement voor een eerlijke en verantwoorde handelsrelatie, voor een duurzame burgerlandbouw, en voor een verandering van de handelspraktijken. "Dit charter wil de vele economische standaarden en labels die de jongste jaren ontstaan zijn, samenbrengen en ze zichtbaarder en coherenter maken. Daarmee komt het tegemoet aan een sterke vraag bij de burgers naar eerlijkere economische relaties, ook in Frankrijk. Het moet ons in staat stellen om de aan de gang zijnde experimenten te consolideren en ze een kader te geven om goede praktijken uit te wisselen en erop verder te bouwen."²⁶

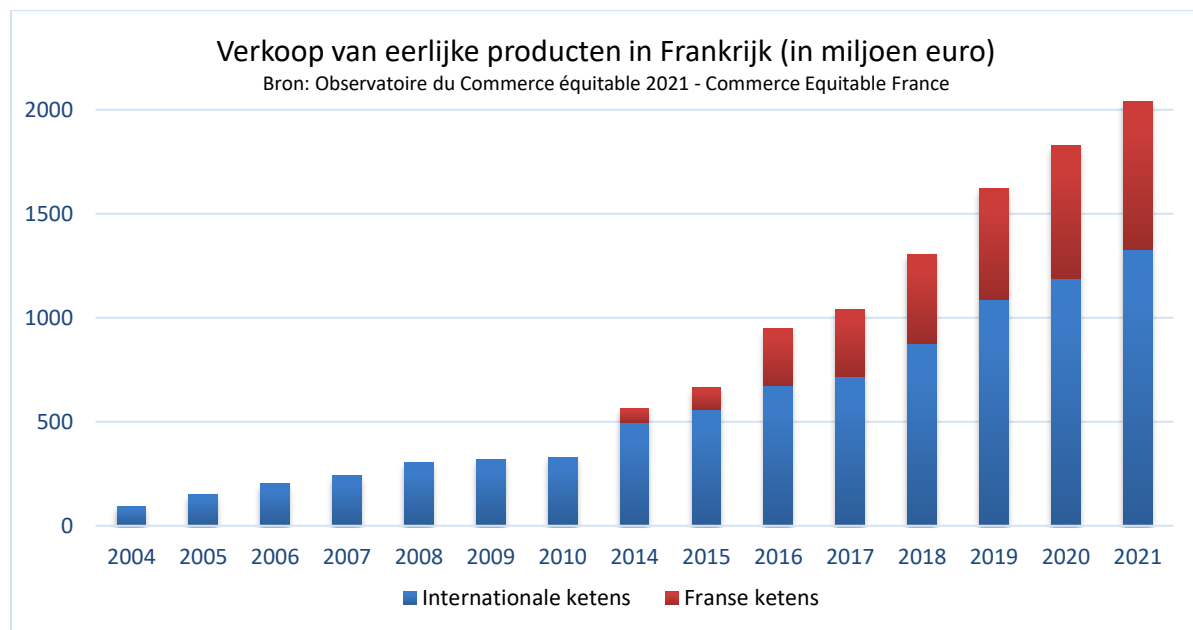
Dit charter is geen garantiesysteem als basis voor een certificeringsmechanisme maar biedt een referentiekader.

Basisprincipes van het charter

<p>I. ENGAGEMENT VOOR EEN EERLIJKE EN VERANTWOORDE HANDELSRELATIE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Een transparante en lonende prijs • Een handelsrelatie op lange termijn • Een niet-exclusieve relatie die de autonomie van de producenten vrijwaart • Een gedeeld ontwikkelingsproject • Een ecologisch verantwoorde keten • Arbeidsvoorwaarden die de menselijke waardigheid respecteren
<p>II. ENGAGEMENT VOOR DUURZAME BURGERLANDBOUW</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Een territoriale burgerlandbouw • Duurzame, autonome en transparante landbouwpraktijken die steunen op biologische en/of agro-ecologische productiemethoden van boerenlandbouw • Een democratische producentenorganisatie op mensenmaat • Een productie die op lokale middelen en eigenheden gebaseerd is
<p>III. ENGAGEMENT VOOR EEN VERANDERING VAN DE HANDELSPRAKTIJKEN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transparantie en communicatie ten aanzien van de consumenten • Bewustmaking en vorming van de consumenten • Lobbywerk bij economische en politieke besluitnemers

De verkoop zit in de lift

Sinds de eerlijke handel in 2014 ook producten van 'Franse oorsprong' omvat, steeg de verkoop van fair trade er explosief. De verkoop verviervoudigde in 7 jaar tijd. En dat gaat niet ten koste van producten uit het Zuiden, zoals blijkt uit onderstaande tabel. Tussen 2018 en 2021 waren producten uit het Zuiden goed voor gemiddeld 66 % van de verkoop en Franse producten voor 34 %.



Enkele labels

Biopartenaire



Biopartenaire, een label dat in 2002 werd opgericht, brengt biolandbouw en eerlijke handel samen: bio garandeert namelijk niet dat de

producenten een eerlijk loon krijgen en eerlijke handel impliceert niet noodzakelijk milieuvriendelijkheid.

Het label biedt een kader voor de relaties tussen producenten, grondstoffenleveranciers, groothandelaars en verwerkers en garandeert de producenten afzetmarkten voor een gewaarborgde minimumprijs gedurende een periode van minstens 3 jaar.

Voor verwerkers is het handig omdat ze kwaliteitsproducten tot hun beschikking krijgen. In elke fase van de keten worden controles uitgevoerd door externe organismen op basis van het lastenboek van twee standaarden: *Fair for Life* en FiABLE.

Biopartenaire koos ervoor om zijn label slechts toe te kennen aan producten die in winkels voor biologische voeding of gelijkaardige handelszaken verkocht worden. Eind 2021 werd de kaap van 1000 referenties bereikt. Het gaat om meer dan 90 spelers en 60 sectoren in de hele wereld, waarvan 15 in Frankrijk: van granen over thee, rijst, vlees en aromatische en medicinale planten tot en met cashewnoten.

Label Tourisme Equitable



De *Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire* (ATES) is een Frans netwerk van actoren en specialisten op het vlak van eerlijk en solidair

toerisme. Het werd opgericht in 2006 en verenigt reisagentschappen, tussenpersonen en aangesloten leden die van reizen een hefboom voor ontwikkeling en internationale solidariteit willen maken. Het label *Tourisme Équitable* was aanvankelijk voorbehouden voor reisagentschappen, maar kan sinds begin 2020 door alle actoren uit de toeristische sector in Frankrijk worden aangevraagd. Het is niet langer nodig om lid te zijn van ATES. Professionals die zich inzetten voor een ethisch, verantwoord en solidair toerisme en die hun reis-, activiteiten- of

onthaalaanbod een meerwaarde willen geven, kunnen het label verwerven. Het richt zich tot gespecialiseerde en algemene reisagentschappen die hun aanbod geheel of gedeeltelijk willen laten certificeren, en tot toeristische onthaalstructuren in Frankrijk (verblijfsaccommodaties, recreatieparken, culturele sites, aanbieders van activiteiten, evenementen, restaurants, receptieve agentschappen in Frankrijk, ...). Op basis van bijna 50 criteria staat het label garant voor een eerlijk beheer van de aankopen en de partnerschappen, een milieuvriendelijke activiteit die zuinig omspringt met natuurlijke hulpbronnen, een democratisch en eerlijk bestuur van de organisatie, en een activiteit die lokaal verankerd is en de lokale bevolking ten goede komt.

Bio Equitable En France



Het label BIO ÉQUITABLE EN FRANCE werd op 12 mei 2020 gelanceerd door Ethiquable en Biocoop, een netwerk van 637 biowinkels. Het verenigt bijna 5.000 landbouwbedrijven

(verenigd in 34 landbouwgroepen) en 46 bedrijven met bioproducten om de eerlijke, 100% biologische landbouw van Frankrijk te verdedigen.

Om coherente ketens te creëren, besloten de verenigingen ook de verwerkingsbedrijven (melkerijen, vleeswarenbedrijven, maalderijen, ...) bij het label en het bestuur ervan te betrekken.

Het label richt zich op familiale boerderijen die als zelfstandige groepering georganiseerd zijn. Criteria bepalen precies de omvang van de bedrijven, zodat de talloze boerderijen die op het grondgebied banen scheppen en inkomsten genereren, kunnen worden ondersteund. Het label richt zich tot zelfstandige producentengroeperingen en afzetteren van hun producten die coöperatieve en democratische waarden huldigen. De boerderijen moeten over een biocertificering beschikken. De invoering van agro-ecologische methoden maakt integraal deel uit van de omschakeling naar andere productiewijzen die door het label aangemoedigd worden.

Het label waarborgt door de producenten gedefinieerde prijzen en een regelmatige controle. Elke producentengroepering bepaalt zijn prijzen op basis van:

- de kosten van de landbouwproductie (inclusief het landbouwriscico);
- een toereikende bezoldiging om in de basisbehoeften te voorzien en de levensstandaard te verbeteren van de producenten en hun gezinnen;
- een marge die de producentenverenigingen in staat stelt om hun werkingskosten te dekken en de nodige investeringen te doen om de efficiëntie van hun productiemiddelen en de commercialisering van hun producten te verbeteren.

Sinds september 2020 krijgen alle producten van *Paysans d'ici* het label *BIO ÉQUITABLE EN FRANCE*.

Het FNAB-label



De Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) lanceerde in 2020 een eigen label. "De FNAB labelt boerderijen die de biodiversiteit en de sociale criteria van het lastenboek respecteren. Merken (verwerkers, distributeurs) die landbouwproducten gebruiken van boerderijen met FNAB-keurmerk kunnen hun producten alleen labelen als ze voldoen aan de criteria voor eerlijke handel. (...) Het

FNAB-label is te vinden in alle distributiekanaalen, zowel in de lange als in de korte keten: rechtstreekse verkoop, gespecialiseerde winkels, grote en middelgrote supermarkten, enz." ²⁷ Courgettes, maïs, speziebonen en wortelen waren de eerste groenten die het label kregen.

Agri-Éthique



Agri-Éthique werd in 2013 opgericht door de coöperatieve groep Cavac uit de Vendée en is op dit ogenblik het belangrijkste Franse fairtradelabel. Alles begon met de graansector als reactie op

de volatiliteit van de prijzen, maar Agri-Ethics heeft nu ook betrekking op andere granen - zoals rogge, spelt en gerst - en op zuivel, vlees, fruit, honing, zout, groenten en peulvruchten. Het label werkt samen met 22 producentengroepen en meer dan 1700 landbouwbedrijven. Daardoor zijn meer dan 500 producten geëtiketteerd.

De werking van Agri-Éthique berust op multilaterale afspraken tussen landbouwers, opslaghouders, verwerkers en verdelers voor een

periode van minstens 3 jaar om eerstgenoemde economische zekerheid en een eerlijk loon te garanderen. De productiekosten in de betreffende regio en de kenmerken van de landbouwbedrijven uit de sector dienen als basis voor het bepalen van de gewaarborgde prijzen.

In 2021 was het label goed voor een omzet van 394 miljoen euro, wat neerkomt op 56 % van de totale omzet uit producten die als *Commerce Équitable Origine France* gelabeld zijn. Afgezien van de geproduceerde volumes is het label ook belangrijk om de conventionele landbouwsectoren warm te maken voor het systeem en hen te begeleiden bij de agro-ecologische omschakeling.

Max Havelaar Frankrijk



® Sinds 5 mei 2021 experimenteert Max Havelaar France met de uitbreiding naar eerlijke handel in streekproducten, meer bepaald tarwe uit het departement Gers en melk uit de regio's Charentes en Poitou. Ze hanteren een methode waarbij een minimumprijs wordt vastgesteld op basis van de productiekosten, de specifieke kenmerken van het gebied en een berekende inkomensdoelstelling. "We hebben de lessons learned uit onze historische sectoren gebruikt om deze nieuwe, aan

Frankrijk aangepaste specificaties op te stellen in samenspraak met de producenten", zegt Blaise Desbordes, CEO van Max Havelaar Frankrijk. Melk kan ook worden gecombineerd met ingrediënten die door boeren in Afrika, Azië of Latijns-Amerika worden geproduceerd zoals cacao, vanille of koffie.

De traditionele collectieve premie die specifiek is voor eerlijke handel, de automatische ontvankelijkheid in geval van omschakeling naar biologische landbouw en een lastenboek dat verenigbaar is met Hoge Milieuwaarde (HEV) zijn instrumenten om hen richting duurzame landbouw te begeleiden. De territoriale aanpak en de ontvankelijkheid voor jongeren die met landbouw starten, dragen bij tot het behoud van de landbouwactiviteit in achterblijvende gebieden.

Het Fairtrade-logo kan worden gebruikt op producten waarop duidelijk vermeld staat dat ze in het Noorden werden gemaakt. In mei 2022 kreeg het Max Havelaar France Fairtrade-label voor Franse tarwe en melk concreet vorm met de lancering van de eerste producten die ingrediënten combineren uit het Zuiden (vanille uit Madagaskar en rietsuiker) en uit Frankrijk (melk uit de Cotentin-regio).

De belangrijkste garanties van de Fairtrade/Max Havelaar-standaard voor de tarwe- en melksector in Frankrijk

Voor de producenten	<ul style="list-style-type: none"> • Een minimumprijs die aan de landbouwers wordt betaald en op basis van de kostprijs wordt vastgesteld • Een premie gefinancierd door alle schakels van de landbouwvereniging, collectief beheerd door de producenten en bestemd voor sociale projecten en de ecologische transitie. • Het engagement van de hele sector tot meerjarencontracten
Om de impact te vergroten van het engagement van de fairtradespelers	<ul style="list-style-type: none"> • Certificering voor kwetsbare landbouwers in kwetsbare gebieden • Certificering voor jonge landbouwers • Certificering ter ondersteuning van de ecologische transitie • Certificering voor collectief georganiseerde landbouwers
Steun aan de producentenorganisatie	<ul style="list-style-type: none"> • Ondersteuning om aan de certificeringsvereisten te voldoen • Opleiding in meer duurzame praktijken
Voor de omgeving en de gezondheid	<ul style="list-style-type: none"> • Controle op de naleving van de milieuwetgeving • Criteria in verband met de Hoge Milieuwaaarde-certificering – HVE • Controle op het gebruik van fytosanitaire producten • Evoluerende eisen inzake de ecologische overgangsmarkeringen (gebruik van fytosanitaire producten, bemesting, opslag van dierlijk afvalwater, watergebruik, bodembedekking, behoud van biodiversiteitsgebieden, diervoeder, dierenwelzijn, enz.)

ITALIË

Solidale Italiano

Italië is een heuse pionier op het vlak van eerlijke Noord-Noordhandel. Altromercato, de grootste fairtradeorganisatie in het land waarbij ook 300 wereldwinkels aangesloten zijn, lanceerde in 2010 na jaren van voorbereiding de productlijn *Solidale Italiano*²⁸ om producten van sociale coöperaties en in de eerste plaats die van Libera Terra aan de man en de vrouw te brengen.

Sinds 1995 voert de beweging in heel Zuid-Italië strijd tegen de maffia door landbouwprojecten op te starten op in beslag genomen gronden van maffiosi. Italiaanse wereldwinkels bieden lokale

producten aan zoals wijn en olijfolie, *limoncello*, *passata* en *pomodori*. Ook producten van coöperaties die met gedetineerden en ontspoorde jongeren samenwerken en sauzen en bosbessenconfituren uit Bosnië via een project met vredesorganisaties zitten in het aanbod.

Veel Italiaanse wereldwinkels zetten zich in voor de verspreiding van lokale bioproducten waarmee ze strijden voor een ander landbouwmodel, zowel in het Zuiden als in het Noorden.

Fairtrade Italia

Als symbool van de Italiaanse landbouw werd de tomatenketen uitgekozen door Fairtrade Italia om een lokaal proefproject te ontwikkelen voor eerlijke handel. Op zijn zachtst gezegd zijn de arbeidsomstandigheden van boeren en arbeiders op zowel productie- als verwerkingsniveau niet altijd ideaal in deze waardeketen. “In Zuid-Italië worden buitenlandse landarbeiders zo slecht betaald dat veel ngo's hun omstandigheden hebben beschreven als een moderne vorm van slavernij.”²⁹

In haar nieuwe aanpak handhaafde de organisatie twee van de belangrijkste pijlers van de ‘traditionele’ Fairtrade-certificering: de minimumprijs die de productiekosten van de boeren dekt en de Fairtrade-premie om de sociale omstandigheden te verbeteren. Fysieke traceerbaarheid is momenteel niet vereist en de administratieve lasten worden tot een minimum beperkt.

Voor de lancering van haar project kon Fairtrade Italia rekenen op de bijdrage van twee SIPLA-projecten (Integrated Protection System for Agricultural Workers). Die worden gezamenlijk gefinancierd door het ministerie van Arbeid en Sociaal Beleid (in het kader van het nationale plan voor inclusie) en het Europees Fonds voor asiel, migratie en integratie, dat door het ministerie van Binnenlandse Zaken wordt beheerd.

De eerste fase van het project liep van 2020 tot 2022 en omvatte veldaudits en uitwisselings- en opleidingssessies met toonaangevende internationale spelers in de sector. In een tweede fase is een commerciële test gepland met daarnaast ook de uitbreiding van het model voor andere landbouwproducten van Italiaanse oorsprong. Er wordt eveneens een communicatiestrategie voor lokale eerlijke handel ontwikkeld.³⁰



Een Senegalese arbeidsmigrant toont geogste tomaten op een Italiaanse tomatenboerderij. De eigenaars rekenen op Afrikaanse migranten die naar Zuid-Italië komen om er te werken in de tomatenteelt © [REUTERS/Alessandro Bianchi](#).

DUITSLAND

Naturland Fair



Het Duitse *Naturland*, een organisatie die sinds 1982 op het vlak van biolabels pionierswerk leverde, wilde zijn certificeringssysteem in 2010 vervolledigen met een component 'eerlijke handel'.

Die is in eerste instantie bedoeld voor de producenten, coöperaties,

voedselverwerkers en traders die al over het biolabel van *Naturland* beschikken en die hun engagement willen versterken door meer rekening te houden met de sociale en economische dimensie.

De internationale organisatie gebaseerd in Duitsland stond al bekend om de kwaliteit en strenge regels van haar lastenboeken op het vlak van biologische productie. Zij ontwikkelde dit nieuwe label om een geïntegreerde certificeringsstructuur op te zetten rond de 3 pijlers van duurzame ontwikkeling: biologische landbouw (milieu), verantwoordelijkheid en rechtvaardigheid (maatschappij) en eerlijke handel (economie).

De primeur was voor een producentengroep uit de Beierse Alpen. Hun biomelk van eerlijke handel wordt samen met cacao en suiker – eveneens van eerlijke handel – verwerkt in een uitgebreid assortiment zoals melkchocolade van Gepa, de belangrijkste Duitse organisatie voor eerlijke handel. Andere partners en producenten zijn dit voorbeeld gevolgd. Italiaanse

landbouwers uit de regio Le Marche leveren bijvoorbeeld harde tarwe als basisingrediënt voor quinoaspaghetti.

Hoewel het label *Naturland Fair* in theorie aan elk type producten kan worden toegekend, is het vooral terug te vinden bij voedingsmiddelen in landen van het Zuiden (bij producenten van koffie, olijfolie, thee, fruit, enz.) maar ook in de landen van het Noorden (melk- en graanproducten en groenten/fruit).



Beierse landbouwers die 'hun' eerlijke chocolade promoten © Gepa

Bijna 40 jaar ervaring op het vlak van biocertificering en de uitwisseling van knowhow met erkende organisaties voor eerlijke handel hebben er blijkbaar voor gezorgd dat dit fairtradelabel even hoge eisen stelt als zijn grote broer, het biolabel. Producten met het logo *Naturland Fair* moeten bijvoorbeeld, voor zover dit mogelijk is, voor 100 % uit fairtrade-ingrediënten bestaan, en dit geldt evengoed voor melk of tarwe uit Duitsland als voor producten zoals koffie of tropisch fruit.

FairBio



Het label *FairBio* werd opgericht in 2017 om producenten, handelaars, verwerkers en consumenten bewust te maken van de problematiek van de eerlijke handel op het vlak van binnenlandse biologische producten. Afgezien van eerlijke prijzen voor de producten garandeert de organisatie ook beperkte loonverschillen in functie van de omvang van de bedrijven en ondernemingen.

OOSTENRIJK EN ZWITSERLAND

Sinds 1986 stelt de Oostenrijkse organisatie EZA een groep Oostenrijkse landbouwers uit Mühlviertel voor als partner voor biologische aromatische theesoorten. Er zitten overigens hier en daar ook enkele Oost-Europese producenten bij, al blijft hun aantal vooralsnog uiterst beperkt.

Claro, de Zwitserse organisatie voor eerlijke handel, sloot in 2004 een partnerschap met landbouwers afkomstig uit bergdorpen in de omgeving van Tirana. Zo kunnen Zwitserse consumenten sindsdien kiezen tussen eerlijk geproduceerde olijfolie uit Albanië of uit Palestina.

GRIEKENLAND

De coöperatie voor een solidaire economie *Syn Allois* (Grieks voor 'samen met de anderen') werd in de herfst van 2011 opgericht in Athene. Als lid van de WFTO (*World Fair Trade Organisation*) verkoopt *Syn Allois* producten van eerlijke en solidaire handel die afkomstig zijn uit het Zuiden, zoals koffie uit Chiapas (Mexico). Op het hoofdkantoor in de Griekse hoofdstad – dat ook dienst doet als winkel, verdeelcentrum en onthaalruimte voor events – biedt *Syn Allois* ook producten aan die afkomstig zijn van lokale collectieve projecten en kleine landbouwers en fabrikanten waarmee de coöperatie rechtstreekse en langdurige relaties onderhoudt.³¹ *Syn Allois* verdeelt zijn producten in heel Griekenland door gebruik te maken van een alternatief netwerk dat vooral bestaat uit detailhandelaars en cafés uit de sociale economie.

IV. TYPOLOGIE VAN DE ACTOREN

In deze brochure groepeerden we de initiatieven op het vlak van lokale eerlijke handel in België. We begonnen met een overzicht van de initiatieven van de ‘klassieke’ Noord-Zuid fairtrade-actoren. Daarna bekeken we de initiatieven van de actoren die specifiek met lokale eerlijke handel of de beweging voor biolandbouw bezig zijn. Tot slot overliepen we een aantal internationale labels die lokale fairtrade certificeren en enkele initiatieven in andere Europese landen.

We hadden ook voor een andere indeling kunnen kiezen, zonder rekening te houden met de herkomst van de initiatieven. We hadden de labels bijvoorbeeld kunnen indelen zonder te kijken naar de schaal waarop ze actief zijn (nationaal of wereldwijd) of hun roots in de beweging voor biologische landbouw. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de indeling van de verschillende initiatieven die in deze brochure aan bod komen.

	Merken/Gamma's	Labels		Korte keten
		Wereldwijd	Nationaal	
Ontstaan vanuit ‘klassieke’ eerlijke Noord-Zuidhandel	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Paysans d’Ici</i> (Frankrijk-België) • <i>Paysans du Nord</i> – Oxfam-MDM • <i>Coffret miel du monde</i> (MMH) • <i>Solidale Italiano</i> (Italië) • <i>Oxfam Fair Trade</i> • EZA (Oostenrijk), Claro (Zwitserland) en <i>Syn Allois</i> (Griekenland) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fair for Life</i> • WFTO 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Bio Equitable En France</i> • ATES (label <i>Tourisme Equitable</i>) 	
Ontstaan vanuit bewegingen voor biologische landbouw		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Naturland Fair</i> (Duitsland) 	<ul style="list-style-type: none"> • Biogarantie Belgium • <i>Bio Français Equitable</i> 	
Ontstaan vanuit landbouwproducenten	<ul style="list-style-type: none"> • Fairebel 		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Prix Juste Producteur</i> • Agri-Ethique (Frankrijk) 	
Ontstaan vanuit coöperaties van producenten / consumenten (korte keten)				<ul style="list-style-type: none"> • <i>Li Terroir</i> • <i>Agricovert</i> • <i>5C</i>, <i>CoopESEM</i> en <i>Paysans-Artisans</i> • <i>Open Food Network</i>
Ontstaan vanuit verwerkers	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brasserie Coopérative Liégeoise</i> • <i>Brasserie de la Lesse</i> 			

V. TRANSVERSALE ANALYSE

Met deze transversale analyse van de verschillende actoren van de lokale eerlijke handel in België willen we de gelijkenissen en verschillen op het vlak van aanpak onderzoeken. Zo willen we eventueel de voornaamste kenmerken identificeren van wat we 'lokale eerlijke handel' in België zouden kunnen noemen.

Welke factoren onderscheiden de eerlijke handel van de conventionele sectoren, zowel voor wat betreft het profiel van de actoren als inzake bestuur, productiewijzen, handelspraktijken, prijszettingmethoden en collectieve sociale projecten?

DEFINITIE EN CRITERIA VAN EERLIJKE HANDEL

Voor we aan deze analyse beginnen, moeten we de definitie van eerlijke handel en zijn voornaamste kenmerken nog even overlopen.

Eerlijke handel is ontstaan vanuit het besef dat de welvaarts kloof tussen rijke en arme bevolkingsgroepen steeds groter wordt en de wil om daar iets aan te doen door handel te drijven op een eerlijkere manier. Eerlijke handel wil het dus over een andere boeg gooien: betere prijzen betalen en waardige werkomstandigheden creëren voor boeren, ambachtlieden en arbeiders.

In 2001 keurden de voornaamste wereldwijde netwerken van de beweging voor eerlijke handel

de volgende definitie goed: "Eerlijke handel verwijst naar een handelspartnerschap op basis van dialoog, transparantie en respect dat naar meer gelijkheid in de internationale handel streeft. Hij draagt bij tot duurzame ontwikkeling door achtergestelde producenten en arbeiders, voornamelijk in het Zuiden, betere handelsvoorwaarden aan te bieden en hun rechten veilig te stellen. Met de steun van de consumenten zetten organisaties voor eerlijke handel zich actief in voor de ondersteuning van de producenten. Ze werken aan bewustmaking en voeren strijd voor een verandering van de regels en praktijken van de conventionele internationale handel."

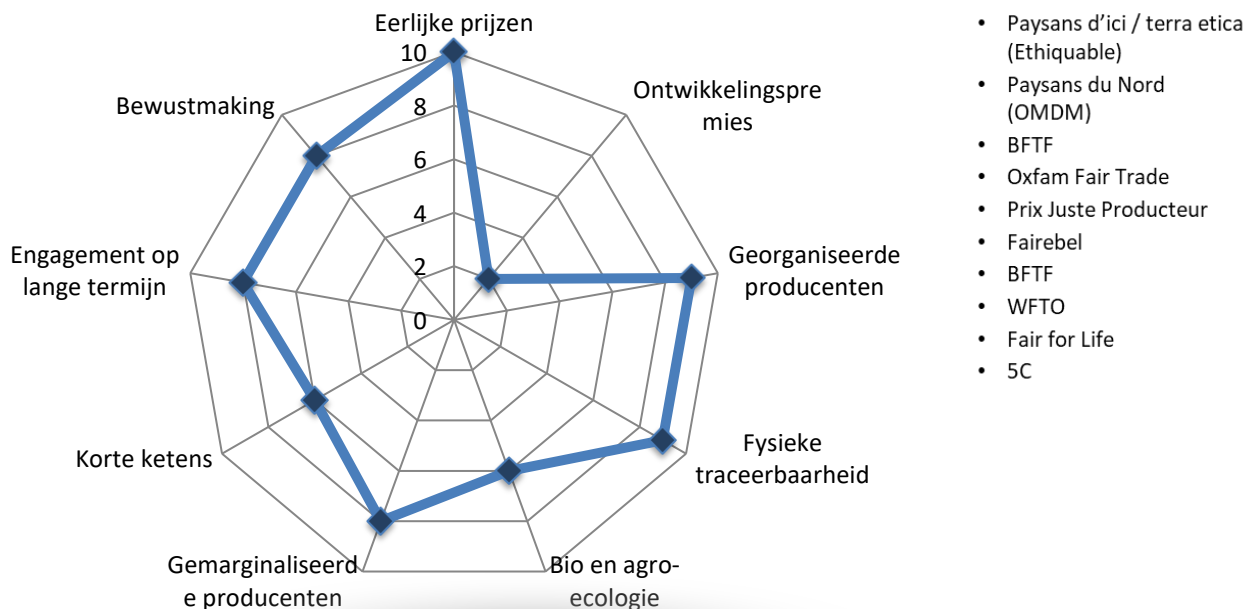
Daarnaast definieerde de *World Fair Trade Organisation* (WFTO) de volgende 10 principes van eerlijke handel:

1. Kansen creëren voor economisch achtergestelde producenten
2. Transparantie en verantwoordelijkheid bevorderen
3. Handelspraktijken op basis van wederzijds vertrouwen en respect garanderen
4. Betaling van een eerlijke prijs garanderen
5. Kinderarbeid en dwangarbeid uitbannen

6. Zich verbinden tot non-discriminatie, gendergelijkheid en economische emancipatie van vrouwen, en vrijheid van vereniging
7. Goede arbeidsomstandigheden verzekeren
8. Capaciteitsopbouw, opleidingskansen voor de producenten en de arbeiders creëren
9. Eerlijke handel promoten
10. Zorg dragen voor het milieu

Voor meer informatie over de principes van eerlijke handel verwijzen we naar het Internationaal Handvest van de eerlijke handel.³² Het Handvest bevat een beknopte toelichting bij de algemene doelstellingen en benaderingswijzen die de meeste initiatieven voor eerlijke handel gemeen hebben. Dit document “mag niet worden beschouwd als een handleiding voor eerlijke handelspraktijken noch als standaard om de benadering van andere organisaties te beoordelen. Het mag dus niet worden gebruikt om de aanspraken of verwijzingen van om het even welke organisatie, onderneming of netwerk met betrekking tot eerlijke handel te rechtvaardigen.”

WAT IS KENMERKEND VOOR DE LOKALE EERLIJKE HANDEL IN BELGIË EN EUROPA?



Eerlijke prijzen en lonen

Dit is het voornaamste kenmerk van de initiatieven op het vlak van lokale Belgische en Europese eerlijke handel: uitgaan van de productiekosten en niet van de markt om, in overleg met de producenten, eerlijke prijzen/lonen te bepalen.

Voor het label *Prix Juste Producteur* wordt de prijs bepaald “op basis van de productiekosten, inclusief de vergoeding van de arbeid” en “op basis van de kwaliteit”.

Bij *Collectif 5C* klinkt dit als volgt: “Een eerlijke prijs is niet de laagste prijs maar de prijs waarmee een producent die een redelijke efficiëntie aan de dag legt, een toereikend loon kan verdienen binnen het agro-ecologisch paradigma.”

Oxfam Fair Trade en *Fairebel* lijken vooralsnog de enige te zijn die minimumprijzen vastleggen: 45 cent per liter voor de *Fairebel*-melk (nadat de

European Milk Board een Europese studie naar de productiekosten had uitgevoerd) en 1 euro/kg voor het fruit van *Fairebel* (appels en peren).

BFTF voorziet ook nog in een eerlijke verdeling van de meerwaarde over de verschillende schakels van de keten. *Paysans d’ici* (Ethiquable) legt deze verdeling vast door het grootste deel (minstens 40 %) van de door de consument betaalde prijs voor te behouden voor de producenten.

BFTF, *Paysans d’ici*, *Fair for Life* en *Paysans du Nord* (*Oxfam-Magasins du monde*) bieden voorfinanciering voor de bestellingen aan.

De betaling van de producenten binnen een redelijke termijn zou deel moeten uitmaken van een eerlijke vergoeding: deze termijn bedraagt maximaal 30 dagen bij *Prix Juste Producteur* en *Biogarantie Belgium*.

Georganiseerde producenten

Dit is een tweede belangrijk kenmerk dat we in deze studie vaststellen bij de verschillende initiatieven voor lokale eerlijke handel in België. Met uitzondering van de labels *Biogarantie Belgium* en *Miel Maya Honing* (dit laatste als gevolg van de geringe volumes)

moeten de lokale fairtrade producenten deel uitmaken van een producentenorganisatie met een democratisch bestuur. Het kan gaan om een informele structuur of een formele structuur zoals een coöperatie van producenten of van producenten en consumenten.

Waardige arbeidsvoorwaarden

Goede arbeidsvoorwaarden en meer in het algemeen de naleving van de basisverdragen van de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) zoals vakbondsvrijheid, afwezigheid van dwangarbeid, ... behoren tot de elementaire criteria van eerlijke handel. Hiernaar wordt verwezen door *Oxfam-Magasins du monde* in het charter *Paysans du Nord*, BFTF en *Oxfam Fair Trade*, net als door de labels van *Fair for Life* en de WFTO die allemaal gespecialiseerd zijn in eerlijke Noord-Zuidhandel.

Dit aspect wordt minder beklemtoond door de andere initiatieven voor lokale eerlijke handel, wellicht omdat het reeds in de Europese wetgeving opgenomen is.

Familiale landbouw en achtergestelde producenten

Eerlijke handel zegt met achtergestelde producenten te werken. Wat zou dit kunnen betekenen wanneer het om Belgische en Europese producenten gaat? Krijgt de kleinschalige, familiale landbouw voorrang?

In zijn publicatie '*Northern producers within WFTO*' definieert de *World Fair Trade Organisation* een achtergestelde groep als "mensen of gemeenschappen die in de onderlaag of in de marge van de economie vastzitten en die worden verhinderd om deel te nemen aan de belangrijkste economische activiteit als gevolg van factoren buiten hun wil." De factoren die ervoor zorgen dat iemand 'economisch achtergesteld' is, variëren sterk van plaats tot plaats, maar volgens de WFTO speelt minstens een van de volgende elementen daarbij een rol:

- wonen in een regio of een land met onvoldoende werkgelegenheidskansen, m.a.w. op een plaats met hoge en aanhoudende werkloosheid;
- geen of onvoldoende toegang hebben (met name om financiële redenen) tot onderwijs of een beroepsopleiding;
- een mentale of fysieke beperking hebben die inschakeling op de conventionele arbeidsmarkt verhindert;
- te lijden hebben onder discriminatie waardoor bestaande mogelijkheden inzake (waardig) werk of onderwijs/opleidingen niet kunnen worden benut;
- niet in staat zijn om zich als een gelijkwaardige handelspartner op de markt te begeven als gevolg van oneerlijke handelsregels, bestaande monopolies of politieke restricties.

Als voorbeeld wordt onder meer verwezen naar "in coöperaties georganiseerde landbouwers die hun gezin geen waardig leven kunnen bieden en dus het risico lopen om uit de landbouw te stappen." We herinneren eraan dat België tussen 1980 en 2019 maar liefst 68 % van zijn landbouwbedrijven verloor. Dit fenomeen ging hand in hand met een belangrijke toename van de gemiddelde omvang van de bedrijven: van 8,4 ha in 1980 naar 26,7 ha in 2019.³³

Werken met kleinschalige familiebedrijven staat dus centraal binnen de acties van initiatieven als *Paysans du Nord*, *Paysans d'ici*, *Oxfam Fair Trade* en de BFTF. Als reden hiervoor wordt verwezen naar het feit dat de familiale landbouw en de boerenlandbouw de concurrentie moeten aangaan met de grote agrovoedingsbedrijven. Hun lonen zijn te laag en hun inkomsten onzeker.

Om de labels van *Fair for Life* of de WFTO te verkrijgen, moeten organisaties economisch achtergestelde producentengroepen (ambachtslui of landbouwers) zijn of hiermee samenwerken.

WFTO en *Fair for Life* geven voorrang aan kleine producenten (door WFTO gedefinieerd als organisaties die op kleine schaal opereren en niet over de middelen beschikken om grote volumes te leveren zoals geïndustrialiseerde producenten) maar laten de deur ook open voor de certificering van zeer grote bedrijven en contractlandbouw.

BFTF voorziet in de *empowerment* van de producenten en hun gezin, evenals in het gemeenschappelijk stellen van middelen en competenties.

Lokale verankering: korte keten?

BFTF, *Paysans du Nord*, *Paysans d'ici*, *Oxfam Fair Trade* en *Collectif 5C* verwijzen duidelijk naar korte ketens en sluiten zich daarmee aan bij een dynamiek die de streek, de lokale werkgelegenheid en handel en zelfs de voedselsoevereiniteit ten goede komt.

“Wie het logo Biogarantie ‘made in Belgium’ gebruikt, moet kunnen aantonen dat het product in België geproduceerd is en dat het voornaamste bestanddeel³⁴ van dit product in België werd geteeld.”

Voor *Collectif 5C*: “Elke coöperatie kadert haar actie binnen een strategie voor de ontwikkeling

van een grondgebied of een leefgemeenschap, door actoren aan te zetten tot samenwerking en bij te dragen tot de opkomst van nieuwe producenten.” De unie van producenten- en consumentencoöperatieven in Wallonië gaat overigens verder dan dat en ambieert op termijn de voedselsoevereiniteit van de regio’s.

Paysans d'ici legt de klemtoon op een ander specifiek gegeven: voorrang voor streekproducten, specifieke knowhow en eigenheden op het vlak van smaak.

Biologische landbouw, agro-ecologie, milieuvriendelijkheid, ... of niet

In vergelijking met de eerlijke Noord-Zuidhandel wordt een bijkomend engagement gevraagd aan de producenten die bij de Franse lokale eerlijke handel betrokken zijn. Het nationaal charter van *Commerce Équitable Origine France* zegt uitdrukkelijk: “Duurzame, autonome en transparante landbouwpraktijken die steunen op biologische en/of agro-ecologische productiemethoden van boerenlandbouw”. Voor 92 % van de deelnemers aan de jaarvergadering van *Commerce Équitable France* “moet eerlijke handel een dubbele doelstelling nastreven: een

eerlijk loon voor de producenten én de omschakeling naar een agro-ecologische landbouw.”³⁵

Dit voornemen steunt op het IPCC-verslag van augustus 2019. “Hoewel de intensivering in de landen van het Zuiden dringend is met het oog op de verbetering van het rendement per hectare, meent het IPCC dat de OESO-landen in de eerste plaats moeten streven naar het promoten van landbouwproductiesystemen die in staat zijn om niet alleen het productiepotentieel van de ecosystemen te beschermen maar ook de

wereldwijde klimaatopwarming te beperken door koolstof op te slaan in biomassa en in de bodem.”³⁶

De voorgestelde initiatieven voor lokale eerlijke handel in België zijn hierover verdeeld. Sommige bieden geen keuze. Het charter *Paysans d’ici* van Ethiquable, *Oxfam Fair Trade* en de labels van Biogarantie Belgium en de WFTO werken binnen het kader van de biologische landbouw en *Fair for Life* moedigt dit sterk aan. *Paysans d’ici*, *Collectif 5C*, *Paysans du Nord (Oxfam-Magasins du monde)* en *Oxfam Fair Trade* kiezen duidelijk voor een agro-ecologische productie.

Fair for Life en *Oxfam Fair Trade* vermelden uitdrukkelijk het verbod op ggo’s. Voor *Fair for Life* mogen de zaden en planten die in de bedrijven gebruikt worden, niet genetisch gemodificeerd zijn (inclusief deze die voor diervoeding gebruikt worden).³⁷ Dit verbod is overigens uitdrukkelijk opgenomen in de lastenboeken van de standaarden voor

biologische landbouw³⁸ en zit impliciet vervat in de agro-ecologische praktijken. Het maakt deel uit van het 9e principe van het charter van *Commerce Équitable Origine France*.

De BFTF houdt het bij een algemeen ‘milieuvriendelijk’ voor wat betreft de vereisten in verband met de productiewijze. *Fairebel* en *Prix Juste Producteur* zeggen in hun vereisten daarentegen niets over de bescherming van het milieu.

Een ander verschil in zienswijze: industriële en niet-industriële landbouw bestaan naast elkaar op het vlak van Belgische en Europese producten van eerlijke handel. *Collectif 5C* stelt agro-ecologie tegenover “het productivistische model dat door de agro-voedingsindustrie en de grootdistributie gestuurd wordt” en *Paysans du Nord* verwijst naar een weinig intensieve en niet-industriële boerenlandbouw. Dat hoeft dan weer niet voor een coöperatie als *Fairecoop*, een initiatief van het industriële melkmerk *Fairebel*.

Engagement op termijn en onafhankelijkheid van de producenten

De voorgestelde initiatieven voor lokale eerlijke handel in België voorzien in beheersautonomie en commerciële onafhankelijkheid van de producenten. *Prix Juste Producteur* formuleert het als volgt: “Afgezien van de afspraken in verband met de kwaliteit van de producten, behoudt de producent de volledige beslissingsmacht met betrekking tot de productiemiddelen.

De producent is eigenaar van zijn productie.” Doorgaans wordt met de producenten een formele overeenkomst op langere termijn gesloten. Het gaat om een overeenkomst voor minstens 3 jaar bij *Prix Juste Producteur* (verkort tot één jaar tijdens de eerste 3 jaar), *Paysans d’ici* en *Fair for Life*, en voor 1 jaar bij Biogarantie Belgium. WFTO heeft het over een engagement op lange termijn maar preciseert de duur niet.

Traceerbaarheid en transparantie

De traceerbaarheid van de productie wordt gewaarborgd door *Paysans du Nord, Paysans d'ici*, Biogarantie Belgium en *Prix Juste Producteur*. Bij *Fair for Life* is de fysieke en papieren traceerbaarheid een vereiste in alle fasen van de toeleveringsketen. Transparante informatiestromen aangaande de prijsstructuur zijn een bijkomende voorwaarde voor *Paysans d'ici*.

BFTF van zijn kant voorziet in een 'traceerbaarheid en transparantie tot op het niveau van de grondstoffen en de producenten ervan'. Fairebel, dat de fysieke traceerbaarheid van zijn melkketen niet controleert, is hier nochtans lid van. Het ontbreken van deze traceerbaarheid tot bij de producent is overigens de reden waarom *FaireFrance* door de Franse wet niet erkend wordt als fairtrade-actor en geen deel uitmaakt van *Commerce Équitable France*, het overleg- en vertegenwoordigingscollectief van de Franse actoren van de eerlijke handel. Sinds januari 2020 organiseert Fairecoop echter de melkinzameling bij een deel van de leden.

We merken op dat de traceerbaarheid ook in de 'klassieke' eerlijke handel niet altijd verzekerd is tot op het niveau van de producentengroepen. Voor producten als cacao, suiker, thee, vruchtensappen en katoen waarvan de fairtradevolumes tijdens de verwerking in grote fabrieken moeilijk van de overige volumes te scheiden zijn, introduceerde *Fairtrade* het zogenaamde 'mass balance' systeem. De papieren traceerbaarheid komt dan in de plaats van de fysieke traceerbaarheid van het product. Het volume aan chocolade dat een industrieel met het *Fairtrade*-label verkoopt, moet gewoon overeenstemmen met de door hem aangekochte hoeveelheden gecertificeerde cacao, zonder dat de chocoladerepen met het logo van *Fairtrade* noodzakelijkerwijs gecertificeerde cacao moeten bevatten. Er zit dus zowel niet-gecertificeerde cacao in de chocoladerepen mét het label als gecertificeerde cacao in repen zónder het label.

Burgerdynamiek die verder gaat dan de commerciële activiteit of het promoten van de merken

De producenten die aangesloten zijn bij het initiatief *Paysans d'ici* maken werk van een "lokaal en collectief ontwikkelingsproject dat verder gaat dan de handelsactiviteit" en dat "de belangen van de producenten en een grondgebied dient". Zij ontvangen hiervoor een ontwikkelingspremie, net als alle producenten van producten die door *Fair for Life* gecertificeerd zijn.

Collectif 5C verenigt burgercoöperatieven met een economische ambitie (tonen dat er een alternatief is door de actoren van de korte keten te professionaliseren en door het marktaandeel van de sector te vergroten, net als de synergiën en de solidariteit tussen de actoren) en een politieke ambitie (werken aan een mentaliteitswijziging, een collectief project uitwerken, modaliteiten voor collectief en democratisch bestuur tot stand brengen). *Oxfam-Magasins du monde* wil dan weer "dat de producenten lokale projecten starten die ten dienste staan van de lokale sectoren van boerenlandbouw (evolutief criterium)".

Bewustmaking rond eerlijke handel

Zoals de internationale definitie uit 2001 aangeeft, is bewustmaking één van de pijlers van de eerlijke handel: “Met de steun van de consumenten zetten organisaties voor eerlijke handel zich actief in voor de ondersteuning van de producenten. Ze werken aan bewustmaking en voeren strijd voor een verandering van de regels en praktijken van de conventionele internationale handel.”

De BFTF hanteert de volgende regel:

“Organisaties die actief zijn op het vlak van educatie, bewustmaking en lobbying inzake

eerlijke handel enerzijds en organisaties die **technische ondersteuning en financiering** bieden aan familiale landbouwproducenten die bij een initiatief voor eerlijke handel betrokken zijn anderzijds, kunnen lid zijn van BFTF.”

De leden van de WFTO moeten werk maken van de bewustmaking en/of promotie van eerlijke handel en zijn principes. Zij moeten dit niet alleen intern doen, maar ook ten aanzien van de actoren van de toeleveringsketen en de externe gemeenschap/het brede publiek.³⁹

SAMENVATTENDE TABEL: GEBRUIKTE CRITERIA VOOR LOKALE EERLIJKE HANDEL

	<i>Paysans d'ici / terra etica (Ethiquable)</i>	<i>Paysans du Nord (OMDM)</i>	BFTF	<i>Oxfam Fair Trade</i>	<i>Prix Juste Producteur</i>	Fairebel	Biogarantie Belgium	WFTO	<i>Fair for Life</i>	5C
Producenten en producentengroepen										
Georganiseerde producenten	X	X	X	X	X	X		X	X	X
Kleinschalige familiebedrijven of achtergestelde producenten	X	X	X	X	X			X	X	X
Commerciële onafhankelijkheid	X	X	X	X	X	X	X	X		X
Lokaal en collectief ontwikkelingsproject	X	X	X	X		X		X	X	X
Productiewijzen										
Biologische landbouw	X			X			X	X	X	
Agro-ecologie	X	X		X			X		X	X
Korte keten	X	X	X	X			X			X
Fysieke traceerbaarheid	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Waardig werk		X	X	X				X	X	
Handelsvoorwaarden										
Eerlijke prijzen en lonen	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Minimumprijs						X				
Engagement op termijn	X	X	X		X	X	X	X	X	
Voorfinanciering	X	X	X					X	X	
Ontwikkelingspremie	X								X	
Bewustmaking										
Bewustmaking rond eerlijke handel	X	X	X	X				X	X	X

VI. ENKELE AANDACHTSPUNTEN

Steeds meer labels en een onduidelijk imago

De opkomst van de lokale eerlijke handel heeft geleid tot nieuwe labels zoals 'Prix Juste Producteur' in België, 'Bio Equitable En France' en Agri-Ethique in Frankrijk. Ook heeft het ertoe geleid dat bepaalde labels zoals Biogarantie zich in deze niche hebben gepositioneerd. Dit alles in een context waar de 'klassieke' eerlijke Noord-Zuidhandel al verschillende labels heeft (Fairtrade, Fair for Life, Symbole Producteurs Paysans, WFTO, enz.) en waarvan de consumenten al zeggen dat er te veel labels zijn, dat het moeilijk is om door de bomen het bos te zien.



WETGEVING ?

Nood aan wetgeving?

Frankrijk is het enige Europese land dat wetgeving heeft aangenomen die het begrip 'eerlijke handel' beschrijft en erkent, en dat 'eerlijke handel' in mei 2014 heeft uitgebreid tot de Noord-Noordrelaties. Een dergelijke

wetgeving binnen de Europese Unie zou het mogelijk maken om dingen te verduidelijken, om uit de vaagheid te geraken rond 'wie doet er echt aan eerlijke handel en wie niet?' Zo zou de wetgeving een kader kunnen bieden aan nieuwe

spelers om zich op een iets veiligere manier aan fair trade te wagen. Bovendien zou de consument zo in een oogopslag kunnen zien welke producten fair trade zijn en welke niet. Tot

Aandacht voor dierenwelzijn?

Met fairtrademelk en vlees van Fairebel zijn producten van dierlijke oorsprong in de eerlijke handel binnengeslopen. Daardoor zullen de fairtrade-organisaties uiteindelijk wel verplicht worden om criteria met betrekking tot dierenwelzijn op te nemen. *Oxfam Fair Trade*

Producten uit het 'Zuiden' en uit het 'Noorden' samen op de markt

Zullen lokale producten uit de eerlijke handel weldra concurreren met de eerlijke producten die gewoonlijk uit het Zuiden komen? Onder andere omwille van dat risico stelden de netwerken van de Fairtrade-producenten (Fairtrade is het bekendste label uit de eerlijke handel) hun label tot voor kort niet open voor producten uit het Noorden.

Voor producten als koffie en cacao is die vraag niet aan de orde, omdat deze producten alleen in tropische gebieden kunnen worden geteeld. Maar wat met bloemen, wijn, honing of bepaalde vruchtensappen?

Voor honing is het Europese aanbod kleiner dan de vraag. Dus als we honing van ergens anders laten komen, kan hij maar beter fair zijn. Voor wijn en vruchtensappen – streekgebonden geuren en smaken buiten beschouwing gelaten – moeten we rekening houden met de koolstofbalans en de ecologische voetafdruk van producten uit verschillende geografische

slot zou de wetgeving overheden die fairtradeproducten willen promoten in het kader van projectoproepen nuttige handvatten kunnen aanreiken.

heeft in zijn kader voor partnerschappen met producenten uit het Noorden al het volgende opgenomen: "De partner respecteert de dierenrechten." Welk debat zal dan worden gevoerd tussen de voorstanders van eerlijke handel, vegetarisme en veganisme?

gebieden. Dit debat kunnen we hier uiteraard niet ten gronde voeren, te meer daar ook rekening moet worden gehouden met de productiewijzen. Een biologisch product afkomstig van een agro-ecologisch bedrijf in het Zuiden dat per boot vervoerd is (of per cargozeilschip) zou een kleinere ecologische voetafdruk kunnen hebben dan een product dat afkomstig is van industriële landbouw in Spanje.

Concreet lijkt het 'vreedzaam samengaan' op dit moment nogal te lukken. Oxfam-Magasins du Monde heeft bijvoorbeeld een Chileens appelsap vervangen door een Belgisch en verkoopt daarnaast producten uit het Noorden die het oorspronkelijke assortiment aanvullen.

En wie weet, laten we optimistisch zijn, zal de parallelle ontwikkeling van de lokale eerlijke handel in de landen van het Zuiden op lange termijn een deel van de producten absorberen die niet meer op grote schaal kunnen worden uitgevoerd.

VII. BESLUIT

COVID-19, klimaatverandering, de energiecrisis, oprukkende ongelijkheid, vernietiging van de biodiversiteit, ... Opeenvolgende crisissen herinneren ons eraan dat de manier waarop we de wereldhandel georganiseerd hebben met internationale just-in-time waardeketens, ons uitermate fragiel en kwetsbaar maakt en een enorme druk op onze ecosystemen uitoefent, en dan hebben we het nog niet over de externe sociale gevolgen zoals de groeiende ongelijkheid.

We moeten onze handel opnieuw uitdenken. We moeten dringend een deel van de economische activiteit in essentiële sectoren zoals zorg en voeding herlokalisieren om onze autonomie en onze veerkracht te vergroten. We moeten grondgebieden 'ontspecialiseren' en een nieuwe voedselsoevereiniteit definiëren, door collectief te beslissen hoe we onze voedingsmiddelen willen produceren en op de markt brengen. Eerlijke handel kan daaraan een bijdrage leveren.

Fair trade gaat de lokale toer op

Fair trade is een beweging die voortdurend op zoek is naar samenhang, met een meervoudige dynamiek. Eén daarvan is een belangrijke beweging. De eerlijke handel is lange tijd beperkt gebleven tot de Noord-Zuid-solidariteitshandel maar heeft zich ondertussen opengesteld voor de lokale handel. Eerst in de landen van het Zuiden, zoals in Mexico, India, Zuid-Afrika, Kenia en Ecuador. Brazilië is zelfs zo ver gegaan dat het een wet in die richting heeft afgekondigd. Vervolgens in de Europese landen, om een duurzaam landbouwmodel te verkrijgen dat het sociale weefsel versterkt.

In België zagen verschillende initiatieven het licht: het label 'Prix Juste Producteur', Fairebel-

melk en het 'Biogarantie Belgium'-label, dat bepaalde fairtradecriteria opneemt. Veeleer 'historische' actoren van eerlijke handel zoals Miel Maya, Oxfam, Ethiquable, ... hebben zelf ook een aantal lokale producten geïntegreerd om een echt universele dimensie te verlenen aan het concept en de praktijken van eerlijke handel.

Een brede waaier van benaderingen

De 'klassieke' eerlijke Noord-Zuidhandel was al een vlag die vele ladingen dekte, met bijvoorbeeld organisaties die alleen werken met gemarginaliseerde producenten georganiseerd in coöperaties en andere die contractlandbouw toestaan of grote plantages certificeren.

Hetzelfde geldt voor de lokale Belgische en Europese eerlijke handel. Hoewel alle organisaties zich inzetten voor een billijke beloning van de producenten, en hoewel bijna iedereen met georganiseerde producenten werkt, zijn er verschillen in het landbouwmodel (agro-ecologisch of niet noodzakelijk), de aandacht voor de fysieke traceerbaarheid van de producten, de omvang van de landbouwbedrijven, enz.

Sinds de eerlijke handel meer dan zeventig jaar geleden werd opgestart, was er een constante evolutie en een zoektocht naar meerwaarde. Vandaag heeft eerlijke handel een universele dimensie bereikt, met praktijken die zijn aangepast aan de verschillende lokale contexten. Als fair trade systematisch samengaat met biolandbouw en agro-ecologische praktijken kan het een belangrijke hefboom worden om landbouwers – in het zuiden en in het Noorden - te ondersteunen in de transitie naar een duurzame landbouw.

EINDNOTEN

- ¹ Incidence and Trade for Development Centre, Barometer 2022 over Fair Trade
- ² Cfr. interview van het Trade for Development Centre met Vincent De Grelle: <https://www.tdc-enabel.be/2019/09/01/ethiquable/>
- ³ Uittreksel uit het charter Paysans d'ici van Ethiquable.
- ⁴ Charter Paysans du Nord, initiatief van Oxfam-Magasins du monde om boerenlandbouw te promoten.
- ⁵ Magasins du monde-Oxfam, voorstelling van het Open Food Network, <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/acheter-equitable/open-food-network-belgium/#.Xui5a3uxVPY> [vrije vertaling citaat]
- ⁶ BFTF, brochure 'Een eerlijke prijs voor een menswaardig leven'. [vrije vertaling citaat]
- ⁷ Trade for Development Centre, De Europese melk stroomt bij beken... Maar bij de boeren komt het water aan de lippen
- ⁸ Les humeurs gourmandes de Carlo, Mangeons des poires belges !, tijdens het programma 'Bientôt à table' uitgezonden op 10 december op la Première: <https://audio.rtbef.be/media/bientot-a-table-les-sequences-les-humeurs-gourmandes-de-carlo-mangeons-des-poire-belges-2972281>
- ⁹ RTBF, Quel Temps!, nummer 205, 22 oktober 2022. <https://audio.rtbef.be/media/quel-temps-2952609>
- ¹⁰ <http://www.collegedesproducteurs.be>
- ¹¹ Cfr. volledig interview van het Trade for Development Centre met Emmanuel Grosjean: <https://www.tdc-enabel.be/2020/04/20/prix-juste-producteur-ijvert-voor-een-eerlijke-prijs-voor-belgische-producenten/>
- ¹² Interview met Emmanuel Grosjean, Op. Cit.
- ¹³ <https://collectif5c.be/vision/>
- ¹⁴ <http://www.brasserieedelalisse.be/>
- ¹⁵ Interview afgenomen op 7 oktober 2022 tijdens de 'fairtrademarkt' georganiseerd in de Halle de Han.
- ¹⁶ De vijfde prijs 'Hainaut Horizons' werd toegekend aan de coöperatie COOPECO, <https://www.hainauthorizons.be/5eme-edition-a/>
- ¹⁷ <https://www.probila-unitrab.be/nl>
- ¹⁸ Cfr. volledig interview van het Trade for Development Centre met Dominique Jacques over het label 'Biogarantie Belgium': <https://www.tdc-enabel.be/2020/08/31/label-biogarantie-belgium-biologische-landbouw-lokale-productie-en-eerlijke-handel-in-een/>
- ¹⁹ Biogarantie, Lastenboek, januari 2022
- ²⁰ Zie de rubriek 'Elders in Europa' die gewijd is aan de initiatieven in verschillende Europese landen en in het bijzonder in Frankrijk.
- ²¹ <http://www.wfto.com/standard-and-guarantee-system>
- ²² WFTO-Europe, Northern Producers Within WFTO, Factsheet, april 2018: https://wfto-europe.org/wp-content/uploads/2018/04/Factsheet_NorthernProducersWithinWFTO_Apr20182.pdf
- ²³ Bron: Fairtrade Italia Jaarverslag 2021
- ²⁴ Wet nr. 2005-882 van 2 augustus 2005 ten behoeve van de kleine en middelgrote ondernemingen (Artikel 60), gewijzigd door wet nr. 2014-856 van 31 juli 2014 betreffende de sociale en solidaire economie, artikel 94, en door wet nr. 2019-486 van 22 mei 2019 betreffende de groei en de omvorming van de ondernemingen, artikel 173 [vrije vertaling wettekst].
- ²⁵ <https://www.commerceequitable.org/notre-collectif/commerce-equitable-origine-france/>
- ²⁶ Charte du commerce équitable origine France, Principes fondamentaux du commerce équitable appliqués aux agricultures citoyennes et durables en France, 2018. [Charter van Commerce Équitable Origine France, Basisprincipes van de eerlijke handel toegepast op duurzame vormen van burgerlandbouw in Frankrijk] [vrije vertaling van het citaat]
- ²⁷ Le label FNAB, une opportunité pour valoriser votre engagement environnemental et sociétal, <https://www.fnab.org/wp-content/uploads/2023/01/LABEL-FNAB-BIO-FRANCE-EQUITABLE-2023.pdf>
- ²⁸ https://www.altromercato.it/it_it/solidale-italiano/
- ²⁹ Tobias Jones and Ayo Awokoya, Are your tinned tomatoes picked by slave labour?, How the Italian mafia makes millions by exploiting migrants, The Guardian, 20 juni 2019.
- ³⁰ Fairtrade Italia, Jaarverslag 2021
- ³¹ Bron: WFTO, ledenlijst: <https://wfto-europe.org/our-members-syn-allois/>
- ³² https://docs.wixstatic.com/uq/d/291e20_458dfd84462e4541900013054275d8db.pdf [vrije vertaling van het citaat]
- ³³ Bron: Statbel.
- ³⁴ Dat meer dan 50 % van het product uitmaakt of in het algemeen door de consument met de naam van het voedingsproduct geassocieerd wordt.
- ³⁵ Commerce Equitable France, Commerce Equitable Origine France, 3 leviers, 8 recommandations pour changer d'échelle. <https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/cahier-de-recommandations-vf.pdf>
- ³⁶ Commerce Equitable France, Op. Cit. [vrije vertaling citaat]
- ³⁷ Commerce Equitable France, Fair World Project, FairNess, Forum Fairer Handel, Guide internationale des labels de commerce équitable, editie 2020.
- ³⁸ De drempel van 0,9 % toevallige en technisch onvermijdbare aanwezigheid die de Europese regelgeving voorschrijft, staat niet gelijk aan tolerantie.
- ³⁹ Guide internationale des labels de commerce équitable, Op. Cit.



Belgisch ontwikkelingsagentschap
Hoogstraat 147 - 1000 Brussel
T +32 2 505 37 00
info@enabel.be
enabel.be



Met steun van



België
partner in ontwikkeling