

Overvloed aan keurmerken brengt ethisch gemotiveerde consument danig in verwarring

Wil de echte fairtrade nu opstaan?



FOTO HOLLANDE HOOGTE

■ Een van de belangrijkste criteria die gelden bij het echte Fairtrade-label, is dat er een vaste minimumprijs betaald wordt aan de lokale producent. Ook geldt een absoluut verbod op kinderarbeid en is vakbondsvrijheid een absolute must.

Rainforest Alliance, UTZ of Fairtrade? Voor de consumenten zijn deze labels op voedingswaren en andere landbouwproducten allemaal inwisselbaar. Nochtans is het tegendeel waar. 'Als de consument het verschil niet begrijpt tussen de labels, dan dreigt hij af te haken', waarschuwt men bij Max Havelaar.

DOOR JOHAN CORTHOUTS

BRUSSEL • Nog tot eind volgende week vinden over het hele land acties plaats om fairtrade-producten te promoten. Dat gebeurt in het kader van de Week van de Fair Trade.

Het is al de negende keer dat het Belgische ontwikkelingsagentschap BTC samen met de belangrijkste fairtradeorganisaties Max Havelaar en Oxfam-Wereldwinkels dat initiatief neemt. De promotieacties zijn broodnodig want de consumenten raken niet wegwijs uit de wirwar van labels.

Onderzoek toont aan dat fairtrade wordt verward met andere labels, zegt Samuel Poos van BTC. "Fairtrade of Rainforest Alliance, UTZ of MSC, een keurmerk voor vis, of zelfs FSC, een keurmerk voor hout of Colibri, het label van Colruyt: voor de consument is het allemaal fairtrade. Hij ziet het onderscheid niet. En de verwarring zal nog toenemen, want er komen almaar meer labels op de markt."

"Fairtrade wordt ook verward met bioproducten", zegt Tineke Van Engeland van Netwerk Bewust Verbruiken, een organisatie die alle keurmerken in België in kaart brengt. "De veelheid aan labels zorgt duidelijk voor verwarring."

Bij Oxfam-Wereldwinkels en Max Havelaar kunnen ze die vaststelling alleen maar bevestigen. "Voor de consument is het niet gemakkelijk. Daarom organiseren we de Week van de Fair Trade en steken we zoveel centen in sensibilisering", zegt Koen Van Bockstal van Oxfam-Wereldwinkels. "In het verleden werd fairtrade gepercipieerd als een merk, terwijl fairtrade een keurmerk is", geeft Deforce als voorbeeld van verwarring.

Nochtans is Fairtrade veruit het meest bekende label in ons land. Tachtig procent van de Belgen kent het. Maar als er wordt gevraagd naar wat fairtrade precies inhoudt, dan moeten de meeste Belgen ver-

stek laten gaan. Onderzoek van de BTC van vorig jaar leert dat slechts 10 procent van de Belgen op die vraag een juist antwoord kon formuleren.

Het gebrek aan kennis over het Fairtrade-label draagt bij tot de verwarring en maakt dat minder bekende labels zoals Rainforest Alliance en UTZ geassocieerd worden met fairtrade.

Goedkopere labels

Nochtans zijn er grote verschillen tussen de keurmerken. Voor Rainforest Alliance staat de duurzaamheid van het product centraal. UTZ is vooral een kwaliteitslabel. Fairtrade zet in op een eerlijke prijs voor producenten in ontwikkelingslanden. "Wij garanderen steeds een minimumprijs voor de boer in het Zuiden, ook wanneer de landbouwprijzen zeer laag zijn. Daarin verschillen we van andere labels", zegt Van Bockstal.

Voor de fairtradeorganisaties is de verwarring omtrent de labels een slechte zaak. Omdat de consument geen verschil ziet tussen echte fairtrade en fairtrade 'light' zijn almaar meer bedrijven geneigd om met de goedkopere labels in zee te gaan.

In het verleden leidde die aanpak reeds tot forse ruzies. Zo kreeg koffiebrander Douwe Egberts vorig jaar het verwijt dat hij een graantje wou meepikken van de groeiende fairtrademarkt zonder zelf fairtrade-koffie te verkopen. Multinational Sara Lee was voor de labeling van zijn Douwe Egbertsproducten sloop gegaan met UTZ en vond dat dat keurmerk voldoende waarborgen bood om mee te dingen naar overheidscontracten voor fairtradekoffie. Om zijn gelijk te halen, trok Douwe Egberts naar de rechter. In Nederland kreeg de koffiebrander ongelijk. In een zaak die werd aangespannen tegen de provincie Vlaams-Brabant is het nog wachten op een uitspraak ten gronde. Max Havelaar en Oxfam

spraken schande over de "unfair trade" van Douwe Egberts.

Vijf jaar geleden was er forse kritiek op Colruyt. Toen de Halse distributeur zijn eigen Colibrilabel voor eerlijke handel lanceerde, schoot dat bij Max Havelaar in het verkeerde keelgat. Colruyt kreeg toen het verwijt dat het geen eerlijke prijs betaalde aan producenten in het Zuiden en dat het "valse" fairtrade op de markt bracht.



LILY DEFORCE (MAX HAVELAAR):

Als alle labels over dezelfde kam worden geschoren, dan bestaat het gevaar dat het goedkoopste systeem de bovenhand haalt

De plooiën tussen Colruyt en Max Havelaar zijn intussen platgestreken. Colibririjst uit Benin, waarvan de verkoop onlangs bij Colruyt werd gestart, draagt het fairtrade-label. Ook met Delhaize, Carrefour en zelfs Lidl werkt Max Havelaar intussen vlot samen voor de verkoop van fairtrade-producten. Dat de supermarkten ondertussen ook op andere keurmerken beroep doen, daarover proberen de fairtradeorganisaties niet langer moeilijk te doen.

"Het bedrijfsleven is onze vijand niet", zegt van Bockstal: "Je zal ons geen zware kritiek horen uitbrengen op Colibri, UTZ of Rainforest Alliance. Het zijn goede initiatieven, maar ze zijn anders dan die van ons.

We hopen dat deze lightversies een opstapje zijn naar echte fairtrade. Want die blijft de gouden standaard. Maar wie of wat het beste is, daarover laten we voortaan het publiek oordelen."

"Elk systeem heeft zijn waarde. Elke stap naar meer duurzaamheid, naar meer fatsoen, is waardevol, want er zijn nog tal van producten die aan geen enkel criterium voldoen", zegt Deforce. Toch wijst ze meteen ook op de gevaren van de grote variatie aan labels.

"Fairtrade is vandaag nog steeds het enige systeem dat de boer prijsgaranties biedt in ruil voor een milieuvriendelijke en sociaal verantwoorde productie. Daar hangt natuurlijk een prijskaartje aan vast voor de bedrijven. Als alle labels over dezelfde kam worden geschoren en consumenten het steeds moeilijker krijgen om het verschil tussen de labels te zien, dan bestaat het gevaar dat het goedkoopste systeem de bovenhand haalt."

Volgens Max Havelaar dreigen de boeren in het Zuiden de dupe te worden. Vandaag zijn er 1,2 miljoen boeren die werken voor Fairtrade. Maar zij komen steeds meer onder druk te staan om onder de voorwaarden van Rainforest Alliance of UTZ te werken in plaats van Fairtrade. "Dat is een enorme bedreiging voor hen. Voor de boeren in het zuiden is het loslaten van Fairtrade een stap achteruit", aldus Deforce.

Valsspelen

Olivier De Schutter, VN-rapporteur voor het recht op voedsel, treedt dat standpunt volledig bij en gaat nog een stap verder. "We zien dat almaar meer distributeurs voor labels kiezen die minder streng en goedkoper zijn dan fairtrade. Op die manier proberen ze ethische consumenten aan te trekken. Maar een label als Rainforest Alliance is helemaal niet hetzelfde als fairtrade. Op die manier spelen de distributeurs vals en bedotten ze de consument, want die begrijpt er niks meer van en denkt dat hij fairtrade koopt."

Om de consument te helpen het bos door de bomen te zien, circuleren er enkele jaren plannen voor wettelijke afspraken over fairtrade. Deforce: "Tegen die plannen zegt Max Havelaar neen. Er is een sterke lobby om de normen voor fairtrade zo laag mogelijk te houden. We willen niet dat ons concept van fairtrade verwaterd."

Fairtrade en fairtrade light

Max Havelaar



Het enige echte fairtrade-label. Max Havelaar is lid van de FLO (Fairtrade Labeling Organizations), een internationale federatie die het lasten-

boek van de eerlijke handel uitvaardigt en controleert: prefinanciering van de bestellingen, betaling van een minimumprijs aan de producent, verbod op kinderarbeid, vakbondsvrijheid, respect voor het milieu, enzovoort. Max Havelaar adviseert de producentenpartners en moedigt ze aan om zich te verenigen en te investeren in ontwikkelingsprojecten. In ons land zijn er meer dan 1.100 producten van 160 merken die het fairtrade-label van Max Havelaar dragen.

Rainforest Alliance



Het gaat hoofdzakelijk om een ecolabel, dat garandeert dat de producten of diensten een minimale impact hebben op het milieu en op de biodi-

versiteit. Maar het charter van het label behelst ook enkele sociale en arbeidscriteria. Het eist evenwel niet dat de producenten een gegarandeerde minimumprijs ontvangen voor hun koopwaar.

UTZ Certified



Dit label staat er garant voor dat de landbouwproducten zoals koffie, cacao, thee of palmolie geproduceerd werden met eerbied

voor een aantal ecologische of arbeidsgerelateerde criteria. UTZ garandeert de consumenten en de producenten ook dat de producten traceerbaar zijn, zowel qua herkomst als qua productie-methode. Een minimumprijs voor de producenten is evenwel niet gegarandeerd.

Colibri



Dit label werd in het leven geroepen door Colruyt. U vindt het terug op producten zoals koffie, cacao en rijst. Maar bijvoorbeeld ook

op ananassen, wijn en speelgoed. Vijf procent van de prijs die de consument betaalt, wordt gestort aan organisaties die projecten opzetten rond opvoeding, opleiding, economische of sociale ontwikkeling ten voordele van de lokale bevolking in de ontwikkelingslanden. De koffie draagt het label van Rainforest Alliance, de rijst het fairtrade label.

Honderdtal labels actief op Belgische markt

Om de consument te helpen zijn weg te vinden in het bos van labels bestaat er sinds vier jaar het Netwerk Bewust Verbruiken, een onafhankelijke, door de overheid gesubsidieerde organisatie. Die heeft de voorbije jaren alle labels op de Belgische markt in kaart gebracht (www.labelinfo.be). In

totaal zijn er zo'n honderd labels. En die zitten in alle segmenten van de markt: landbouw, voeding, huishoudtoestellen, computers, cosmetica. lifestyle, geld... De laatste labels die er zijn bijgekomen, gelden voor passiefuizen en zonnepanelen. "Alle labels die duurzaamheid nastreven en een las-

tenboek hebben, hebben we in kaart gebracht", luidt het bij Netwerk Bewust Verbruiken. "Daarbij vallen enorme verschillen op", zegt Tineke Van Engeland. "Sommige labels zijn van goede, andere van uiterst bedenkelijke kwaliteit." Voorbeelden van die laatste categorie zijn Flandria, het

Vlaamse keurmerk voor groente en fruit, en Meritus en Certus, labels voor rundvlees en varkensvlees. "Flandria claimt milieuvriendelijk te zijn, maar legt daarvoor geen bewijs op tafel. Certus en Meritus doen nauwelijks meer dan wat wettelijk verplicht is", aldus Van Engeland. (JCS)

Max Havelaar: 'Omzet fairtrade is peanuts'

In ons land werd vorig jaar voor 56 miljoen euro aan fairtrade-producten omgezet. Dit jaar wordt gemikt op 60 miljoen euro, een verdrievoudiging in vergelijking met 2005. Best verkochte producten zijn bananen en koffie, met een marktaandeel van respectievelijk 7,2

procent en 2,4 procent. De producten vinden hun weg naar de consument via supermarkten (60 procent), biowinkels (20 procent) en wereldwinkels (20 procent). "Een verdrievoudiging op vijf jaar is mooi, maar in feite is het peanuts", zegt Lily Deforce van Max

Havelaar. Volgens Deforce vormen supermarkten de grootste bottleneck voor de verdere doorbraak van fairtrade-producten. "Niet de prijs van fairtrade-producten, maar de beschikbaarheid in de rekken vormt de grootste hinderpaal tot meer aankoop." (JCS)