



# Fairsterk uw gemeente!

Handleiding en achtergronden campagne 'Fairtrade Gemeente'

Versie 2008

---



## Inleiding

---

In België en Groot-Brittannië is het al een groot succes: Fairtrade Gemeenten. Het publieksinitiatief begon in Engeland, waar Garstang zichzelf in 2000 tot eerste Fairtrade Gemeente van de wereld bombardeerde. Zo geeft Garstang actief vorm aan millenniumdoel 8: een wereldwijd partnerschap voor ontwikkeling<sup>1</sup>. Sindsdien werken gemeenten, bedrijven, inwoners en scholen samen aan eerlijke handel. Al 11 landen hebben Fairtrade Gemeenten en nog eens 6 zijn de campagne aan het opzetten<sup>2</sup>. Het College van Burgemeester en Wethouders van de stad Groningen heeft in zijn beleidsplan opgenomen dat Groningen graag de eerste Fairtrade Gemeente in Nederland wil worden. Worden zij de eerste Nederlandse Fairtrade Gemeente? En wie wordt de tweede?

Op 07-07-2007 introduceerden Stichting Max Havelaar, de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels en COS Nederland: de Nederlandse Fairtrade Gemeente campagne. ICCO sloot zich er als partner bij aan, zodat nu vier landelijke organisaties de campagne aansturen. ICCO maakt de campagne financieel mede mogelijk. Intussen zijn er al in 50 plaatsen in Nederland initiatieven om Fairtrade Gemeente te worden. Om Fairtrade Gemeente genoemd te mogen worden, moeten de plaats en haar inwoners op alle fronten actief zijn in de eerlijke handel.

De titel van Fairtrade Gemeente kent de volgende criteria:

1. Er is een **lokale werkgroep** actief die de initiatieven neemt om de titel te behalen. Nadien zorgt de groep voor de continuïteit van de Fairtrade Gemeente. De lokale werkgroep stelt jaarlijks een verantwoording op, waaruit moet blijken dat er nog steeds aan de criteria wordt voldaan. De werkgroep is een heterogene groep met vertegenwoordigers uit verschillende sectoren van de samenleving, waaronder indien mogelijk een vertegenwoordiger van de gemeente.
2. **De Gemeente** spreekt zich uit voor Fairtrade. De gemeenteraad en de verschillende gemeentelijke afdelingen vertalen hun steun voor Fairtrade in hun beleid en handelen hier naar.
3. In **de plaatselijke winkels** worden eerlijke producten verkocht, duidelijk zichtbaar. De plaatselijke horeca serveert Fairtrade producten.
4. **Lokale organisaties** (zoals scholen, kerken en verenigingen) en bedrijven gebruiken Fairtrade producten. Er worden, bijvoorbeeld op scholen, activiteiten georganiseerd om de kennis over en de betrokkenheid bij Fairtrade te vergroten.
5. **Media-aandacht**. De werkgroep organiseert lokale publiciteit rond de campagne. Er wordt een evenement georganiseerd bij het behalen van de titel, en een strategie ontwikkeld om de campagne lang in het nieuws te houden. Op de website van de campagne worden allerlei voorbeelden getoond en ideeën gegeven voor het behalen van voldoende media-aandacht.
6. Het zesde criterium is **Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen**, oftewel MVO. Dit is een procescriterium. Om Fairtrade Gemeente te worden, wordt in de gemeente een nieuw initiatief gelanceerd op het gebied van MVO, gericht of in samenwerking met het lokale bedrijfsleven. Er wordt over dit initiatief duidelijk gecommuniceerd. Om de titel te behalen én te behouden wordt ofwel een meerjareninitiatief opgestart, ofwel een kortlopend project gestart met de intentie jaarlijks aandacht voor het onderwerp te vragen en MVO lokaal aan te moedigen. Zo komt er, naast de aandacht die naar eerlijk consumeren gaat, via dit criterium ook aandacht voor sociaal verantwoord produceren in de plaats zelf.

In deze handleiding leest u meer over wat Fairtrade eigenlijk is en wat de titel Fairtrade Gemeente inhoudt. Ook vindt u tips over hoe u van de campagne een groot succes kunt maken.

Nog meer weten? Kijk op onze website [www.fairtradegemeente.nl](http://www.fairtradegemeente.nl)

Veel leesplezier!

**Mariken de Bruijn**, Coördinator Fairtrade Gemeenten Nederland

---

1 Zie bijvoorbeeld [www.millenniumdoelen.nl](http://www.millenniumdoelen.nl) en [www.millenniumgemeente.nl](http://www.millenniumgemeente.nl)

2 Zie bijlage 2

## Criterion 1: De lokale werkgroep

---

De lokale werkgroep is verantwoordelijk voor het opzetten en sturen van de lokale campagne. De werkgroep maakt een plan van aanpak waarin beschreven wordt welke stappen men gaat ondernemen om de campagne in de eigen woonplaats tot een succes te maken.

Zij maken het rapport dat naar de landelijke jury gaat om te bekijken of de plaats aan alle criteria voldoet voor de titel Fairtrade Gemeente.

Na het behalen van de titel maakt de lokale werkgroep jaarlijks een beoordeling waaruit moet blijken dat de gemeente nog steeds aan de criteria voldoet. De lokale werkgroep is een heterogene groep met vertegenwoordigers uit verschillende werkterreinen, waaronder een vertegenwoordiger van de gemeente.

Criterion 1 luidt:

**Er is een lokale werkgroep actief die de initiatieven neemt om de titel te behalen. Nadien zorgt de groep voor de continuïteit van de Fairtrade Gemeente.**

### Indicatoren

Indicatoren voor het behalen van criterium 1:

- Er is een lokale werkgroep actief
  - De werkgroep heeft een projectplan ontwikkeld voor de campagne
  - De gemeente neemt zitting in of steunt de werkgroep
  - De werkgroep heeft contact met de lokale Wereldwinkel en met het regionale COS
  - De werkgroep heeft lokaal een 0-meting uitgevoerd
-

## **criterium 2: De Gemeente spreekt zich uit vóór Fairtrade**

---

Een van de peilers van de Fairtrade Gemeente, is een actieve lokale overheid. De gemeentelijke organisatie heeft een belangrijke voorbeeldrol voor haar burgers en is bij uitstek in de positie om de campagne lokaal te stimuleren. Daarnaast is de gemeente ook een afnemer van veel producten uit ontwikkelingslanden. Via de Fairtrade Gemeente Campagne kan de gemeente zich een bewuste consument tonen.

Concreet is het criterium 2:

**Het gemeentebestuur spreekt zich uit vóór Fairtrade. De gemeenteraad en de verschillende gemeentelijke afdelingen verwoorden Fairtrade in hun beleid en handelen hiernaar.**

### *Uitspreken*

De gemeente kan zich uitspreken voor Fairtrade via een raadsbesluit

De resolutie die hieraan ten grondslag ligt kent de volgende onderdelen:

- De gemeente zal de principes van Fairtrade onderdeel laten zijn van aanbestedingen.
- De gemeente voert een duurzaam, sociaal subsidiebeleid. Subsidiënten worden gestimuleerd sociaal duurzaam te consumeren.
- De gemeente committeert zich tot het stimuleren van het debat over internationale samenwerking in het algemeen en Fairtrade in het bijzonder
- De gemeente zegt toe haar communicatiekanalen in te zetten voor het bekender maken van de campagne.
- Het college zet het onderwerp Fairtrade op de agenda en kijkt waar dit aansluit bij het bestaande beleid op het gebied van internationale samenwerking, duurzaam inkopen en educatie.

### *Handelen*

Naast dat een Gemeente zich uitspreekt voor Fairtrade, is het ook van belang dat zij er zelf naar handelt. Dit handelen bestaat voor een groot deel uit het opnemen van de principes van Fairtrade in haar aankoopbeleid.

Overheden hebben een voorbeeldfunctie als het gaat om een duurzame bedrijfsvoering. Bovendien hebben zij als groot-inkoper veel invloed op de markt. Als zij bij hun inkopen en aanbestedingen sociale duurzaamheidscriteria meenemen, simuleren zij daarmee leveranciers werk te maken van duurzaamheid. Fairtrade maakt daar onderdeel van uit.

Zoals elke overheid moeten ook gemeenten zich houden aan bepaalde regels. Zo dienen ze de principes van mededinging, gelijkheid van inschrijvers en het verbod op discriminatie te respecteren. Vaak wordt gedacht dat hierdoor ecologische, sociale en ethische criteria niet opgenomen kunnen worden. Dit is onjuist: sociaal duurzaam inkopen is mogelijk binnen de Europese wetgeving. Een inkoper krijgt te maken met Europese richtlijnen als de aankoop boven een bepaald (drempel)bedrag komt. Objectiviteit en transparantie zijn hierbij sleutelwoorden. Het mee laten wegen van de Fairtrade principes op een objectieve manier vraagt extra aandacht, maar is goed mogelijk. Deze sociale duurzaamheidseis kan aan de aanbestedingsspecificaties worden toegevoegd.

Het Ministerie van VROM heeft als ambitie dat de Rijksoverheid in 2010 bij 100% van haar inkopen duurzaamheid meeneemt; voor provincies, gemeenten en waterschappen is dit 75%.

Duurzame inkoop richt zich niet alleen op het milieu, zoals vaak wordt verondersteld. Het gaat om het vinden van een balans tussen sociaal-economische ontwikkeling, het milieu en maatschappelijk welzijn. Duurzame ontwikkeling omvat naast milieuaspecten dus ook allerlei onderwerpen op het gebied van de mensenrechten, zoals het tegengaan van kinderarbeid en het stimuleren van minimaal aanvaardbare arbeidsomstandigheden.

Denk bij duurzaam inkopen van gemeenten o.a. aan producten in de kantines, koffieautomaten, natuursteen, hout, dienstkleding, relatiegeschenken en kerstpakketten.

Een andere manier waarop een gemeente in haar handelen toont achter de campagne te staan is door ambtelijke ondersteuning of subsidie beschikbaar te stellen voor de campagne en de lokale werkgroep. De gemeente verplicht zichzelf om het bewustzijn rond fairtrade op regelmatige basis te promoten via hun eigen informatiekkanalen.

Om een Fairtrade Gemeente te kunnen worden, dient een gemeente aan te kunnen tonen dat zij eerlijk inkoop.

De Fairtrade Gemeente campagne sluit goed aan op het Millenniumdoelen Gemeente. Voor Millenniumgemeenten is de Fairtrade Gemeente Campagne een goed middel om aan de slag te gaan met Millenniumdoel 8. Zie [www.millenniumgemeenten.nl](http://www.millenniumgemeenten.nl)

### Indicatoren Criterium 2:

- De gemeente heeft aantoonbaar het besluit genomen deel te nemen aan de campagne. Er is bijv. een raadsbesluit of collegeprogramma beschikbaar waar dat uit blijkt.
- 60% van het totale volume van de door de gemeente aangeschafte koffie en/of thee is FLO<sup>3</sup> gecertificeerd. De gemeente zit voor deze producten in een traject richting 100% FLO gecertificeerd binnen 5 jaar.
- In de gemeentelijke kantines worden minstens 4 verschillende FLO gecertificeerde producten aangeboden.
- In het aanbestedingsbeleid van de gemeente zijn de normen van Fairtrade (FLO/IFAT) opgenomen. Dit is terug te vinden in de preselectie documenten en het bestek van de relevante aanbestedingen als catering en bedrijfskleding.<sup>4</sup>
- Promotie uitingen in eigen communicatiekanalen: Op weg naar de titel van Fairtrade Gemeente verwachten we dat de gemeente al haar interne en externe communicatiekanalen aanspreekt om de campagne bekend te maken onder de burgers en de eigen ambtenarij. Bewijsmateriaal hiervan moet overhandigd worden aan de landelijke jury die bepaalt of de gemeente de titel mag gaan dragen .
- De gemeente faciliteert de campagne (financieel en/of praktisch)



<sup>3</sup> Zie [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net) of [www.maxhavelaar.nl](http://www.maxhavelaar.nl)

<sup>4</sup> Zie [www.ifat.org](http://www.ifat.org)

## Criterion 3: Fairtrade is zichtbaar beschikbaar in winkels en horeca

Criterion 3 wordt als volgt verwoord:

**In de plaatselijke winkels worden eerlijke producten duidelijk zichtbaar verkocht. De plaatselijke horeca serveert fairtrade producten en informeert de klant hierover.**

Er zijn indicatoren vastgesteld per aantal inwoners en per winkelbranche. De winkels en horecazaken moeten communiceren over het feit dat zij fairtradeproducten verkopen of serveren. Campagnefolders, posters, draamstickers, landelijk of zelf gemaakt informeren de klanten. Het ondernemers vrij om in samenspraak met de lokale werkgroep andere materialen te ontwikkelen om klanten te informeren.

### Indicatoren criterium 3

Hieronder zie je in twee schema's hoeveel winkels en horecagelegenheden deelnemen aan de campagne, wilt je jouw gemeente een Fairtrade Gemeente kunnen noemen. Er zijn 6 categorieën van gemeentegrootte naar inwonersaantal. Links kunt u zien in welke categorie uw gemeente valt. Vervolgens kunt u zien hoeveel kledingwinkels er in uw plaats eerlijke kleding dienen te verkopen wilt u de titel verdienen, de kolom ernaast toont het aantal supermarkten dat eerlijke producten dient te verkopen, etc.

	Aantal of % winkels per branche			
	<i>Aantal winkels in de Kledingbranche</i>	<i>Aantal Supermarkten</i>	<i>% Giftshops en huishoudelijke winkels</i>	<i>Wereldwinkel of overige Fair Trade Winkel*</i>
<b>Inwonersaantal</b>				
Kleiner dan 10.000 inwoners	1 kledingwinkel	1 supermarkt	(Waar aanwezig) 100%	1
10.000 tot 30.000	3	3	50%	1
30.000 tot 50.000	5	6	40%	2
50.000 tot 80.000	8	8	20%	2
80.000 tot 100.000	15	10	15%	2
100.000 tot 200.000	17	15	10%	3
Groter dan 200.000	20	20	5%	3

\* Deze winkels geven een extra invulling aan de Fairtrade Gemeente. Daarom mogen gemeenten die andere indicatoren niet halen, de Wereldwinkels inzetten als compensatie. Bijvoorbeeld als targets voor kledingswinkels, supermarkten of horeca niet gehaald worden. De werkgroep dient hiervoor een compensatievoorstel in te dienen bij de landelijke stuurgroep.

	<i>Vrije tijd &amp; recreatie</i>	<i>Horeca in absolute aantallen</i>	<i>Overige branches, Incl. Vis en hout</i>
<b>Inwonersaantal</b>			
Kleiner dan 10.000 inwoners	40%	1	1 winkel of kraam
10.000 tot 30.000	30%	2	2
30.000 tot 50.000	20%	4	4
50.000 tot 80.000	20%	6	4
80.000 tot 100.000	15%	8	8
100.000 tot 200.000	10%	10	10
Groter dan 200.000	5%	12	14

## Uitleg per branche

### ⇒ *Kledingbranche:*

Minimaal vier verschillende kledingstukken zijn 'fair' in een winkel, wil de winkel meetellen.

Faire kleding is in deze campagne: Kleding gemaakt van Max Havelaar gecertificeerd katoen en overige kleding met een sociaal duurzaam karakter, waaronder kleding wordt verstaan van deelnemers in de Fairwear Foundation en kleding van organisaties aangesloten bij Made-By. Meer info:, [www.maxhavelaar.nl](http://www.maxhavelaar.nl), [www.fairwear.nl](http://www.fairwear.nl), [www.made-by.nl](http://www.made-by.nl)

De lokale werkgroep communiceert aan de inwoners welke winkels faire kleding verkopen. Kledingwinkels zijn niet verplicht te tonen dat ze deel uitmaken van de campagne d.m.v. campagnematerialen, wel moet dit aangemoedigd worden door de werkgroep.

### ⇒ *Supermarktbranche: (incl. natuurvoedingsbranche)*

De winkel dient zowel fairtrade producten te verkopen op de versafdeling, in het thee en koffieschap en bij de overige kruidenierswaren. Zie hieronder hoeveel producten dit zijn per afdeling/schap.

- Versafdeling: Minimaal 2 verschillende producten (denk aan ananas, banaan, mango, sinaasappel, etc.
- Koffie- en thee-schap: Minimaal 4 verschillende producten (denk aan thee, koffie, rietsuiker)
- "Overigen in K&W afdeling" (kruidenierswaren): minimaal 4 verschillende producten, opgedeeld over de verschillende schappen:  
Ontbijtschap: denk aan hagelslag, honing, chocopasta  
Internationale straat (rijst, pasta's e.d.): denk aan rijst, noedels  
Bier & frisdrank: denk aan sappen  
Snoepafdeling: denk aan chocoladerepen, snoepjes



### ⇒ *Giftshops:*

Een cadeauwinkel telt mee als er minimaal één productlijn van minimaal vier verschillende fairtrade producten in de winkel is. Leveranciers hiervoor: gecertificeerde importeurs van de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, organisaties met het Fair Trade Organisatie label (leden van IFAT) & producten gemaakt van Max Havelaar gecertificeerde materialen, zoals katoen. Ook online giftshops met het postadres in uw gemeente tellen mee.

### ⇒ *Wereldwinkel of andere Fair Trade Winkel:*

Winkels waarvan meer dan 60% van de omzet uit fairtrade gecertificeerde producten bestaat, kunnen de plaats die de titel Fairtrade Gemeente wil behalen, bonuspunten opleveren. Deze winkels krijgen een status aparte in de campagne. Zij tellen mee als ze duidelijk communiceren dat zij een Fair assortiment



deze categorie.

hebben en de communicatiemiddelen van de campagne inzetten. Fair assortiment bestaat uit: producten van gecertificeerde importeurs van de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, producten van organisaties met het FTOLabel & producten gemaakt van Max Havelaar gecertificeerde materialen, zoals katoen. Daarnaast vallen ook producten met het MSC en het FSC keurmerk hieronder. NB De kleding van leden van de Fairwear foundation valt niet onder

### ⇒ *Vrije tijd en recreatie:*

Denk hierbij aan VVV's die eerlijke producten verkopen, specifiek gemaakt voor de lokale markt, zoals speciale eerlijke 'Tilburgkoffie' of Fairtrade 'Groningensnoep', maar ook aan campingwinkels of winkels bij huisjesparken die cafés's, restaurants en winkeltjes hebben. Zij tellen mee als ze minstens 2 Fairtrade producten in het schap of op de menu/drankenkaart hebben staan en dit duidelijk tonen.

⇒ *Horeca: Op te delen in Cafés en restaurants*

Cafés: Minimaal 2 dranken op de kaart zijn Fairtrade. Denk aan: wijn, bier, koffie, thee. De cafés tonen dat zij deelnemen aan de campagne. Hiervoor worden materialen ontwikkeld.

Restaurants: Minimaal 2 gerechten hebben fairtrade ingrediënten. Dit staat ook op de kaart vermeld.

⇒ *Overige branches:*

Om Fairtrade Gemeente te worden, is het van belang ook de overige branches te betrekken die hieronder vermeld worden. "Overige branches" telt mee als een geheel, dus u kunt of een aantal speelgoedwinkels mee laten doen, of bijvoorbeeld een viskraam en een slijterij.

Binnen de "overige branches" moet u dus een totaal aantal deelnemende winkels bereid vinden, zoals vermeld in de kolom hierboven.

- Visbranche: Viswinkels en kramen (bijvoorbeeld op de markt) die deelnemen aan de campagne hebben minimaal 2 vissoorten te koop met het MSC (Marine Stewardship Counsel) keurmerk.
- Speelgoedbranche: minimaal 1 product uit Fairtrade
- Juweliers- en Uurwerkenbranche: minimaal 1 product uit Fairtrade
- Slijters/ drankenhandel: minimaal 4 producten uit Fairtrade (wijn!)
- Doe Het Zelf Branche: minimaal 2 producten uit Fairtrade, bijvoorbeeld gordijnen met Max Havelaar keurmerk. Of minimaal 10 producten met FSC-keurmerk.
- Tuincentra: minimaal 1 Fairtrade productlijn bestaande uit minimaal 6 producten met schapkaart van de campagne
- Tankstations: minimaal 1 product uit Fairtrade
- Bakkers: minimaal 1 product met faire ingrediënten



**DAT MERK JE**





## Criterion 4: Kennis over en gebruik van Fairtrade bij bedrijven en organisaties groeit

---

Criterion 3 is als volgt verwoord:

**Lokale organisaties en bedrijven gebruiken Fairtrade producten. Er worden activiteiten georganiseerd om de kennis over en de betrokkenheid bij Fairtrade te vergroten.**

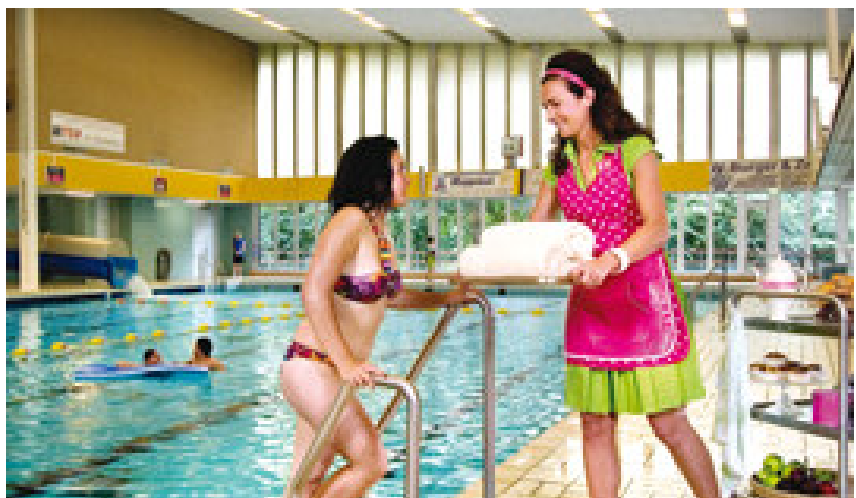
Lokale organisaties: denk aan het gebruik van Fairtrade producten in kantines van scholen, geloofsgemeenschappen en (sport)verenigingen.

Lokale bedrijven: denk aan kantines van kantoren, maar ook het MKB: kapperszaken, autoverkopers etc. die eerlijke koffie en thee schenken aan de klanten tellen mee.

### Indicatoren:

- Bedrijven en organisaties dienen aan te tonen dat zij eerlijke producten inkopen en meedoen aan de campagne-uitingen.
- Van bedrijven worden minder educatieve inspanningen verwacht dan van organisaties. Organisaties kunnen aandacht vragen voor Fairtrade tijdens bijeenkomsten en meedoen aan acties. Bijvoorbeeld scholen, vrouwenorganisaties, kerken, etc.

	<b>Aantal Bedrijven</b>	<b>Aantal Organisaties</b>
<b>Inwoneraantal</b>		
Minder dan 10.000 inwoners	1	2
10.000 tot 30.000	2	4
30.000 tot 50.000	4	8
50.000 tot 80.000	8	15
80.000 tot 100.000	15	30
Groter dan 100.000	20	30



## Criterium 5 : Media-aandacht

---

Het verkrijgen van media-aandacht voor de campagne is zo belangrijk dat het een apart criterium is. Tegelijkertijd wordt verwacht dat een plaats die deelneemt in de campagne, per bereikt criterium aandacht van de media zoekt. Telkens er een nieuw criterium bereikt is, wordt de pers opnieuw ingelicht, een evenement kan georganiseerd worden bij het behalen van de titel, en een strategie moet ontwikkeld worden om het lang in het nieuws te houden. Hierdoor bereikt men een groot deel van de bevolking en voelen lokale bedrijven en organisaties zich gewaardeerd voor hun engagement.

Het 4<sup>e</sup> criterium luidt:

### **Media-aandacht**

**Er wordt een evenement georganiseerd en een strategie ontwikkeld om de campagne lang in het nieuws te houden.**

Op de website van de campagne worden voorbeelden getoond en ideeën gegeven voor het behalen van voldoende media-aandacht. Radio, kranten en televisie zijn de voornaamste informatiebronnen. Ze bereiken veel meer mensen dan de meeste evenementen aankunnen. Hoe meer publiciteit je in de lokale media hebt, hoe meer mensen over Fairtrade horen. Probeer dus om tijdens de campagne geregeld interessante berichten te verspreiden. De oprichting van een lokale werkgroep is het eerst punt waar media-aandacht mee verkregen kan worden. Hiermee wordt de lokale campagne gestart.

### **Indicatoren:**

De indicatoren die meewegen om te bepalen of dit criterium gehaald is zijn:

- Het publiciteits evenement is uitgevoerd
- Een communicatieplan van de lokale werkgroep: Het plan geeft antwoord op de vragen: wat wordt aan wie, waar en wanneer, op welke wijze gecommuniceerd.
- Een knipselmap met alle lokaal verschenen publicaties over de campagne toont de resultaten van het communicatieplan: minimaal 6 inhoudelijke artikelen of optredens voor radio of TV
- (digitaal) promotiemateriaal van welke bedrijven, winkels en organisaties er aan de campagne deelnemen is beschikbaar voor en wordt verspreid onder de inwoners van de gemeente





## Criterion 6: MVO

---

*Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) is een resultaatgericht proces waarbij een bedrijf over de gehele keten van zijn activiteiten verantwoordelijkheid neemt over de effecten van deze activiteiten op sociaal, ecologisch en economisch gebied, daarover verantwoording aflegt en de dialoog aangaat met belanghebbenden.<sup>5</sup>*

Om Fairtrade Gemeente te worden, wordt in de gemeente een nieuw initiatief gelanceerd op het gebied van MVO. Er wordt over dit initiatief duidelijk gecommuniceerd.

Criterion 6

**Om de titel te behalen én te behouden wordt ofwel een meerjareninitiatief opgestart, ofwel een kortlopend project gestart met de intentie jaarlijks aandacht voor het onderwerp te vragen en MVO bij het lokale bedrijfsleven aan te moedigen.**

Hierbij kan gedacht worden aan een debattenreeks, aan het opzetten van een lokaal MVO-netwerk, of door jaarlijks met een bepaalde sector of branche aan de slag te gaan.

Het doel van dit criterium is het geven van een prikkel om debatten te stimuleren. De werkgroep kan lokaal beslissen welke invulling zij er aan geeft. Wel is het zo dat het referentiekader van het MVO-platform de basis is voor de invulling van het begrip MVO. Het gaat dus om MVO in een internationale setting, begrippen als ketenverantwoordelijkheid en transparantie zijn hierbij van belang.

Zie [www.mvo-platform.nl](http://www.mvo-platform.nl), onder 'Wat is MVO?' voor meer achtergrondinformatie, of bekijk het inhoudelijke hoofdstuk in deze handleiding over MVO en Fairtrade.

Kenniscentra waar gebruik van kan worden gemaakt bij de agendasetting van dit criterium zijn:

- MVO-Nederland, die per branche informatie verstrekken en trainingen geven
- MVO-platform
- Het DBO programma voor overheden (DBO: Duurzame Bedrijfsvoering Overheden), uitgevoerd door Senter Novem
- De regionale Kamer van Koophandel

Dit criterium gaat niet over het consumeren van producten, voortkomend uit MVO-initiatieven. Het gaat expliciet over duurzame productieprocessen, vooral in internationaal perspectief.

### Indicatoren criterium 6

- ⇒ De lokale werkgroep heeft tenminste een lokaal evenement georganiseerd op het gebied van MVO. Bijvoorbeeld een debat, expositie, of markt)
- ⇒ De lokale werkgroep is in contact met lokale en nationale spelers op het gebied van MVO.



---

<sup>5</sup> Definitie die het MVO-platform hanteert. Zie [www.mvo-platform.nl](http://www.mvo-platform.nl)

## Bijlage 1 : Overzicht Fairtrade producten en leveranciers

Eerlijke handel of fairtrade bevordert het volgen van sociale en ecologische regels bij internationale handel, in het bijzonder bij de export van arme landen naar het geïndustrialiseerde westen. Via fairtrade kunnen consumenten in hun aankoopgedrag een bijdrage leveren aan armoedebestrijding. Een eerlijke prijs betekent namelijk dat boeren en producenten in ontwikkelingslanden zich op eigen kracht kunnen ontwikkelen.

Er zijn heel veel fairtrade producten op de markt. Hier volgt een korte impressie van het aanbod:

### Eten en drinken:

Koffie, thee, wijn, broodbeleg, suiker, bier, chocolade, koek, babbelaars, noten, ijs, snacks, mueslirepen, rijst, kruiden, vruchtensappen, tappenades, olie en azijn, quinoa, noedels, papads.

### Overige:

Speelgoed: o.a. puzzels, spellen, knuffels, poppenhuizen, krukjes  
 Woonassortiment: fotolijstjes, beeldjes, schalen, servies, glazen, tafelkleden, vazen, manden, etc.  
 Sieraden: o.a. kettingen, ringen en armbanden  
 Kleding en katoen: o.a. spijkerbroeken, T-shirts en jassen voor volwassenen en voor kids. Handdoeken en theedoeken  
 Spiritueel: wierook, boeddha's, kaarsen  
 Papier en schrijfwaren: bureauaccessoires, handgeschept papier en gerecycled papier, ansichtkaarten

Producten die vallen onder de campagne 'Fairtrade Gemeente' zijn te herkennen aan de volgende (keur)merken<sup>6</sup>:

<i>Producten</i>	<i>Herkenbaar door:</i>	<i>Meer informatie:</i>
Koffie, thee, chocolade, fruit, groenten, katoen, kruiden, rijst, suiker, wijn, etc.	Het Max Havelaar keurmerk voor Fairtrade 	<a href="http://www.maxhavelaar.nl">www.maxhavelaar.nl</a> <a href="http://www.fairtrade.net">www.fairtrade.net</a> <a href="http://www.ikbenoke.nl">www.ikbenoke.nl</a>
Vis	MSC-keurmerk voor wilde vis (Marine Stewardship Council) 	<a href="http://www.msc.org">www.msc.org</a>

<sup>6</sup> Zie voor meer informatie over de campagne: [www.fairtradegemeente.nl](http://www.fairtradegemeente.nl)

Diverse producten	Fairtrade Original koopt producten onder faire handelsvoorwaarden in bij producenten, als mogelijk via het Max Havelaar keurmerk voor Fairtrade.		<a href="http://www.fairtrade.nl">www.fairtrade.nl</a>
Hout en Papier	FSC-keurmerk (Forest Stewardship Council)		<a href="http://www.fscnl.org">www.fscnl.org</a>
Kleding	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Katoen met Max Havelaar Keurmerk voor Fairtrade</li> <li>• Kleding van deelnemers Fairwear Foundation</li> <li>• Kleding van organisaties aangesloten bij Made-By</li> </ul>	 	<a href="http://www.fairwear.nl">www.fairwear.nl</a> <a href="http://www.made-by.nl">www.made-by.nl</a> <a href="http://www.kledingchecker.nl">www.kledingchecker.nl</a>
Kado's, sieraden e.d.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producten die te koop zijn in de Wereldwinkels en die afgenomen zijn via importeurs erkend door de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels</li> <li>• Producten gemaakt van materialen met het Max Havelaar keurmerk voor Fairtrade</li> <li>• Producten van IFAT-leden (Global network of Fairtrade Organizations)</li> </ul>		<a href="http://www.maxhavelaar.nl">www.maxhavelaar.nl</a> <a href="http://www.fairtrade.net">www.fairtrade.net</a> <a href="http://www.centrummondiaal.nl">www.centrummondiaal.nl</a> <a href="http://www.ifat.org">www.ifat.org</a> <a href="http://www.wereldwinkels.nl">www.wereldwinkels.nl</a> (zie lijst van importeurs)
Bloemen en planten	FFP-label (Fair Flowers Fair Plants)		<a href="http://www.fairflowersfairplants.com">www.fairflowersfairplants.com</a>

Fairtrade markt is momenteel sterk in beweging, regelmatig duiken er nieuwe initiatieven op om armoede in ontwikkelingslanden te bestrijden via het bevorderen van eerlijke handel. De bovenstaande lijst is daarom zeker niet uitputtend.

Fairtrade producten of het bevorderen van eerlijke handel is een concreet voorbeeld van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Voor meer informatie over dit bredere thema:

- [www.mvonderland.nl](http://www.mvonderland.nl)
- [www.mvo-platform.nl](http://www.mvo-platform.nl)

## Bijlage 2

---

### Landen met Fairtrade Gemeentes

1. Groot-Brittannië: Engeland, Wales, Schotland, Noord-Ierland
2. Frankrijk
3. Ierland
4. België (variant voor Vlaanderen en voor Wallonië)
5. Australië
6. Noorwegen
7. Zweden
8. USA
9. Canada
10. Italië
11. Denemarken

### Landen met campagne in de maak

- |                |
|----------------|
| 1. Nederland   |
| 2. Duitsland   |
| 3. Spanje      |
| 4. Slowakije   |
| 5. Zwitserland |
| 6. Denemarken  |

## Bijlage 3: Fairtrade: wat is dat?

---

Fairtrade bestrijdt armoede in ontwikkelingslanden die de uitkomst is van onrechtvaardige wereldhandel. Fairtrade maakt producenten en hun kopers samen verantwoordelijk voor verbetering. Het is bij uitstek een ontwikkelingsmodel, dat armoede en achterstand wil omzetten in vooruitgang en ontwikkeling.

Fairtrade wil zeggen dat producenten voor hun producten een prijs krijgen die voldoet om enerzijds in hun levensonderhoud en dat van hun gezin te voorzien, maar ook mogelijkheden biedt om bijvoorbeeld te investeren in hun bedrijf, in sociale projecten in hun dorp of de coöperatie waar ze bij zijn aangesloten steunt in diverse activiteiten. Daar kunnen ook aspecten van biologische en milieuvriendelijke productie een rol bij spelen.

Op die manier wordt de concurrentiepositie versterkt en krijgen deze producenten meer kansen op de wereldmarkt.

De doelgroep is: Producenten en werkers die in de handelsketen worden gemarginaliseerd. In sommige producten wordt alleen gewerkt met kleine boeren en handwerklieden.

Keurmerken en labels die voor deze campagne onder Fairtrade vallen zijn:

- FLO/ Max Havelaar gecertificeerde producten. Tegenwoordig tellen de registers van FLO ruim 500 (groepen van) producenten en meer dan 1.700 traders. Meer dan 1 miljoen families genieten zo rechte reeks van de inkomsten van eerlijke handel. Dat zowel het aantal geregistreerde producenten als het aantal traders en Max Havelaar-licentiehouders stijgen, toont aan de ene kant het open karakter van het systeem en aan de andere kant dat de interesse voor eerlijke handel in de hele wereld groeit. De Oké producten vallen onder de FLO gecertificeerde producten.
- Producten van organisaties die lid zijn van IFAT. IFAT is het mondiale netwerk van betrokkenen bij Fairtrade. Het FTO label toont welke bedrijven actief zijn in Fairtrade. Dit zijn er momenteel meer dan 150.
- Bedrijfskleding van leveranciers die lid zijn van de Fairwear Foundation en kleding met het Made-By label: Made-By is zelf geen keurmerk, maar gebruikt SA8000 certificering en biologische katoen. Made-by helpt modemerken om duurzaam te worden.
- Producten die afgenomen zijn via importeurs erkend door de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels.
- Duurzame keurmerken voor andere producten zoals FSC voor hout en MSC voor vis.

Zie voor de gehele lijst bijlage 3.