

De biodiversiteit op aarde neemt al enkele decennia aan een snel tempo af. Keren beleid en burger het tij?

# Fair trade heeft groeipijn

## Interne spanningen en financiële crisis zetten rem op eerlijke handel

- Fairtradeproducten in de supermarkt doen het goed, kleine winkels sluiten de deuren
- Als antwoord op de stijgende vraag krijgen soms grote plantages een fairtradelabel
- Dat sluit kleine boeren uit, op wier lijf de fairtradeprincipes zijn geschreven

### Jozefien VAN HUFFEL

Eerder deze maand sloot in Gent textielwinkel Sjamma de deuren. Vzw Sjamma opende de winkel in 1995 om eerlijke handel te promoten. Nu blijken de commerciële risico's te groot om te dragen. „De raad van bestuur zoekt naar een ander concept om eerlijke textiel te bevorderen”, klonk het.

Gaat het dan slecht met de eerlijke handel? „Ja en neen”, meent Samuel Poos, coördinator van het Belgische Trade for Development Centre (BTC). „De grote distributeurs doen het erg goed. De verkoop van Max Havelaar in België steeg in 2011 bijvoorbeeld met tien procent. Kleine verdelers, vooral zaken in de non-voedingssector, voelen de economische crisis echter wel. We kopen eerlijke producten in de supermarkt, maar gaan niet snel op zoek naar fairtradekledij of -geschenken.”

De groei van de eerlijke handel begon in de jaren 1990. Vooral de jongste tien jaar ging het snel, met gemiddelde groeicijfers van twintig procent per jaar. De economische crisis leek aanvankelijk aan de sector voorbij te gaan, maar sloeg dan toch toe. Er zijn echter ook andere redenen voor het sluiten van winkels. De prijs van de producten bijvoorbeeld.

„Goedkope eerlijke handel bestaat niet”, zegt Isabelle Steenebruggen, zaakvoerder van kledingwinkel La Pachamama in Brussel, in een dossier van BTC. „Ondanks de beduidend hogere kwaliteit van onze producten wordt een eerlijke aankoop nog te vaak beschouwd als liefdadigheid.” „Voor mijn klanten



Zijn deze bananen echt eerlijk? Onder meer het label Max Havelaar staat al een tijd open voor grote bananenplantages. © Imageglobe

telt vooral de kwaliteit van onze producten en het feit dat ze in de mode zijn”, vult Philippe Vander Elst van accessoireswinkel Latino Fierros aan. „Dat is net waar de schoen wringt. We investeerden zichtbaar onvoldoende in de vernieuwing van het design van onze gamma's op het juiste ogenblik.”

**„Steun van supermarkten maakt dat fair trade meer producenten bereikt, maar dat heeft ook soms perverse effecten”**

Met de eerlijkevoedingssector gaat het dan weer wel goed. Alleen maar meer producten zijn ook in de supermarkt verkrijgbaar. „Dat is goed, want door de stijgende verkoop kunnen meer producenten profiteren van het fairtradenetwerk”, zegt Samuel Poos.

„Soms heeft dat echter ook perverse effecten.”

Ethiquable bijvoorbeeld is een Franse coöperatie voor eerlijke handel die ook in de Benelux actief is. Het netwerk verdeelt zijn producten ook naar supermarkten. „De Franse warenhuizengroep Leclerc kocht haar eerlijke producten eerst van Ethiquable”, vertelt Poos. „Vervolgens sloot ze rechtstreeks een contract met de producent met wie Ethiquable zakendoet, wat natuurlijk ook goed was. Nog later schakelde Leclerc echter over naar een grote producent, die op grotere schaal en meer regelmatig kon leveren.”

Kleinere boeren vallen daardoor uit de boot, terwijl de principes van eerlijke handel net dienen om hen ruimte op de markt te geven. Toch komt het steeds vaker voor dat grote producenten erkend worden als fair trade. De stichting Max Havelaar, die zelf niets verkoopt, maar louter een

fairtradelabel uitreikt, besliste enkele jaren geleden bijvoorbeeld om grote plantages van thee en bananen die aan bepaalde ethische voorwaarden voldoen, toe te laten. De productie van de kleine boeren zou ontoereikend zijn.

Tegenstanders menen dat grote plantages misschien wel hun praktijken veranderen, maar dat de misbruiken die fair trade elders aan de kaak stelt daar nog steeds in lichtere vorm voorkomen. Bovendien wilde eerlijke handel aanvankelijk de basis te leggen van een alternatieve economie, terwijl ze nu zwicht voor de wetten van de klassieke economie.

„Als consument weet je niet altijd of je nu koopt van een kleine boer of van een grote distributeur”, zegt Samuel Poos. Ethiquable verspreidt weliswaar enkel producten van kleine producenten, Oxfam geeft hen voorrang en ook de koffie en de cacao met het Max-Havelaarkeurmerk

komen gegarandeerd van kleine leveranciers. „Maar voor andere producten is het niet duidelijk. Voor de ene banaan wordt de producent beter vergoed dan de andere, maar ze hebben hetzelfde label.”

Wereldwijd kampt de fairtrade-sector met dergelijke groeipijnen. In januari 2012 stapte de Amerikaanse koepel Fair Trade USA bijvoorbeeld uit Fair Trade International, de belangrijkste federatie voor eerlijke handel in de wereld, en lanceerde het een eigen initiatief. Fair Trade USA wil immers dat grote koffie- en suikerrietplantages een label kunnen krijgen.

Bijna twee jaar geleden reagerden kleine producenten al op de tendens van schaalvergroting. Ze lanceerden hun eigen keurmerk. Frans van der Hoff, de Nederlandse missionaris die in 1988 mee Max Havelaar lanceerde, zit mee achter het initiatief en het keurmerk vindt stilaan ingang.