

# JAARVERSLAG FAIRTRADE GEMEENTE CAMPAGNE 2012

**Eind 2012 woonden bijna 3 miljoen Nederlanders in een Fairtrade Gemeente. Dat betekent dat in de omgeving van deze mensen lokale overheden, bedrijven, winkels, horeca en organisaties aantoonbaar en overtuigend fairtrade producten gebruiken en verkopen. Een indrukwekkend resultaat. Voor alle fairtrade boeren en producenten in ontwikkelingslanden en van alle Nederlanders die hierbij betrokken waren. Dit jaarverslag beschrijft de resultaten van de Fairtrade Gemeente campagne uit 2012.**

Om te zorgen voor meer werkgelegenheid en betere leef- en werkomstandigheden in ontwikkelingslanden moeten meer fairtrade producten verkocht worden, ook in Nederland. De Fairtrade Gemeente campagne wil dit realiseren door niet alleen de vraag naar, maar ook het aanbod van fairtrade producten te vergroten. In het hele land staan mensen op om deze verandering te realiseren. Werknemers vragen om fairtrade producten in de kantine op het werk. Inkopers kiezen voor fairtrade koffie in de koffieautomaat. Supermarktmanagers zorgen voor fairtrade fruit in de schappen bij de supermarkt. Consumenten zorgen voor fairtrade servies op de keukentafel en fairtrade boodschappen in het keukenkastje.

## Over Fairtrade Gemeente

De Fairtrade Gemeente campagne bundelt alle initiatieven in een gemeente op het gebied van fairtrade. In 2012 organiseerden ruim 600 mensen verdeeld over 80 gemeenten zich in een lokale werkgroep van Fairtrade Gemeente. Deze werkgroepen zetten de lokale overheid, winkels, bedrijven, organisaties, horeca en inwoners van hun gemeente aan om fairtrade producten te verkopen of te gebruiken, door lobby, publieksacties en voorlichting. Aan de hand van zes campagnecriteria monitoren ze hun resultaten. Wanneer een gemeente voldoet aan de zes criteria komt zij in aanmerking voor de titel Fairtrade Gemeente.

## De cijfers

Langedijk, Renkum, Rotterdam, Tilbrug, Venlo en Zeist bekroonden hun activiteiten voor fairtrade in 2012 met de felbegeerde titel. Eind 2012 telde Nederland in totaal 27 Fairtrade Gemeenten. In die gemeenten informeerden de werkgroepen de 2,7 miljoen inwoners via publieksacties en media-aandacht over fairtrade en zorgden zij dat 1.700 organisaties structureel fairtrade producten gingen verkopen of gebruiken. De resultaten van de campagne reikten in 2012 nog verder. Naast deze Fairtrade Gemeenten, heeft de campagne ook lopende initiatieven in 53 andere gemeenten, waar ook inwoners en organisaties betrokken worden bij fairtrade. Die gemeenten streven ernaar om ook de titel Fairtrade Gemeente te behalen.

## De lobby

Een belangrijke voorwaarde voor het voortbestaan van de campagne is dat alle actoren in een gemeente fairtrade producten kunnen inkopen. Lokale overheden moeten zich bij hun aankopen houden aan de Nederlandse en Europese richtlijnen voor duurzaam inkopen. Op verzoek van staatssecretaris Atsma werkte de Fairtrade Gemeente campagne in 2012, samen met drie andere organisaties, aan een advies over de sociale criteria voor het duurzaam inkoopbeleid. Het resultaat van dit adviestraject was dat overheden ook in de toekomst de fairtrade principes als eis mogen opnemen bij hun inkoopprocessen. Lokaal passen alle Fairtrade Gemeenten dit ook toe.



## PROEVEN, RUIKEN, VOËLEN

In 2012 ontwikkelde de Fairtrade Gemeente campagne drie fairtrade kennismakingspakketten. Met fairtrade chocolade, thee en rijst. De pakketten bevatten samples van producten, informatie over verkrijgbaarheid en prijzen. Gewapend met deze pakketten gingen werkgroepen van de Fairtrade Gemeente campagne op pad om ondernemers en horeca in hun gemeente te enthousiasmeren voor fairtrade. De pakketten waren een groot succes. Ze namen veel vooroordelen over fairtrade producten weg. Ondernemers ervoeren zelf dat fairtrade producten er mooi uitzien en lekker smaken. In veel gemeenten leverden de pakketten nieuwe deelnemers op voor de campagne. Een enkele gemeente gebruikte de pakketten om een buurgemeente te enthousiasmeren. Door deze actie meldde bijvoorbeeld Sint-Michiëlsgestel zich aan bij de campagne.



## Eigen organisatie

### STUURGROEP EN CAMPAGNETEAM

ICCO, de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels en Stichting Max Havelaar zijn de initiatiefnemers van de campagne. Vertegenwoordigers van deze drie organisaties vormen samen de stuurgroep. In 2012 waren dat Else Hofland (ICCO), Immo Nijhof (ICCO), Huub Jansen (Landelijke Vereniging van Wereldwinkels) en Jochum Veerman (Stichting Max Havelaar). De stuurgroep bewaakt het proces, de strategie en de doelstellingen van de campagne. Het campagneteam bestaande uit Mélinna Choo (tijdelijk vervangen door Suze van den Bosch), Lara Peters, Karin van Breda, en een stagiair is verantwoordelijk voor de uitvoering.

### JURY

Een onafhankelijke jury bepaalt of gemeenten de titel Fairtrade Gemeente verdienen. De jury toetst gemeenten aan de hand van zes campagnecriteria. Deze jury bestaat uit zes personen die ieder een andere branche vertegenwoordigen. In 2012 wisselde de samenstelling van de jury. Jan Pronk trad in het voorjaar van 2012 af als voorzitter. Jacobine Geel, reeds jurylid, volgde Jan Pronk op. Daarnaast legde Liesbeth Gort haar functie neer. Haar nieuwe functie als directeur van de keurmerkorganisatie FSC was niet verenigbaar met haar jurylidmaatschap. Eind 2012 bestond de jury uit:



**Jan Pronk**

voormalig Minister van Ontwikkelings-samenwerking



**Jacobine Geel**

Tv-presentatrice en theologe



**Liesbeth Gort**

Generaal van StoereVrouwen



**Marga Hoek**

Directeur van De Groene Zaak



**Sybren de Hoo**

Hoogleraar MVO & Innovatie aan de VU en de Universiteit van Maastricht



**Agnes Jongerius**

Onderzoeker Universiteit Utrecht

De Fairtrade Gemeente campagne is een initiatief van ICCO, de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels en Stichting Max Havelaar, en wordt mogelijk gemaakt door het Ministerie van Buitenlandse zaken, ICCO en de Nationale Postcode Loterij.



Ministerie van Buitenlandse Zaken

Kijk voor meer informatie op [www.fairtradegemeenten.nl](http://www.fairtradegemeenten.nl)