

Notitie

Van: Karin van Breda
Aan: Fairtrade Gemeenten (in wording)
Onderwerp: Vernieuwde campagnecriteria 1 t/m 5
Datum: 19 maart 2021

In deze notitie de wijzigingen per criterium. Een notitie dus nog niet de definitieve tekst zoals die straks wordt meegenomen in de handleiding en de website. Deze notitie is bedoeld om jullie alvast op de hoogte te stellen van de wijzigingen die worden doorgevoerd. Er kan dus her en der nog iets wijzigen. Criterium 6 van MVO naar SDG's wordt in een apart document beschreven. De grootste wijzigingen die naast criterium 6 worden doorgevoerd zijn van invloed op criterium 3, waar een nieuwe categorie Kledingwinkels wordt toegevoegd. De twee huidige categorieën giftshops/ huishoudelijke winkels en Wereldwinkel/WAAR/overige fairtrade winkels worden samengevoegd.

Criterium 1: Kernteam

Naast het oprichten van een lokaal kernteam is er ook de mogelijkheid om aan te sluiten bij een regionaal kernteam. Kleine lokale kernteams (1 – 2 vrijwilligers) verenigen zich in een regio en voelen zich daardoor meer verbonden door samen op te trekken. Voordeel is dat nieuwe buurgemeenten makkelijker betrokken zijn en kunnen instappen, geënthousiasmeerd worden en aansluiting vinden bij de campagne.

Criterium 2: Lokale overheid

Bij de aanvraag en verlenging van de titel zal nadrukkelijk bewijslast moeten worden aangeleverd door de gemeente dat er fairtrade koffie en thee wordt geschonken op het gemeentehuis. De bewijslast kan bestaan uit een afbeelding van het pak koffie en thee (met duidelijk fairtrade keurmerk in beeld), contract met koffieleverancier en een kopie van het inkoopbeleid. Focus ligt dus op borging van de Fairtrade principes bij aanbestedingen en het inkoopbeleid. Dit ook om teleurstellingen te voorkomen dat de titel niet verlengd kan worden wanneer na het behalen van de titel wordt afgestapt (om wat voor reden dan ook) van Fairtrade koffie.

Daarnaast zal op de website en in de handleiding ook duidelijk gecommuniceerd worden over de jaarlijkse bijdrage door gemeenten.

Criterium 3 (zie uitwerking verderop in de notitie)

FT assortiment tellen (0-meting) bij supermarkten niet meer nodig.

Categorie Fair Fashion.

Samenvoeging twee categorieën.

Duurzame en fairtrade deelnemers zichtbaar website.

Criterium 4

Geen wijzigingen.

Criterium 5

Meer aandacht voor inzet social media.

Criterium 6

Omturnen van MVO criterium naar SDG's. Beschreven in aparte notitie.

Criterion 3: Fairtrade in winkels en horeca

Introductie

Een primaire doelstelling van onze campagne is om de verkoop van fairtrade producten te bevorderen. Het is daarom belangrijk dat de consument ook weet dat ze eerlijke producten kunnen kopen en waar die te koop zijn. Criterion 3 richt zich op de verkoop van fairtrade producten en de zichtbaarheid van fairtrade. Winkels, horecazaken en supermarkten moeten om mee te kunnen tellen voor deze campagne eerlijke producten verkopen. Het kernteam zorgt dat ze zichtbaar op de website worden vermeld. De volgende wijzigingen worden doorgevoerd:

FT assortiment tellen (0-meting) bij supermarkten niet meer nodig

Al eerder hebben we met elkaar afgesproken om het tellen van Fairtrade assortiment bij supermarkten niet meer verplicht te stellen. Kernteams mogen nog wel een 0-meting uitvoeren maar is niet meer noodzakelijk. In plaats daarvan meer op samenwerking en activiteiten met supermarkten zoals het uitreiken van de banana-award in 2019.

Duurzame en fairtrade deelnemers zichtbaar website

In de 'oude' situatie zijn de deelnemers die fairtrade of duurzaam assortiment voeren gescheiden. Duurzame deelnemers, bijvoorbeeld de visboer met FSC vis en winkels met biologische of lokale producten werden nu opgenomen onder criterium 6 MVO. Omdat dit criterium wordt gewijzigd in een SDG criterium krijgen alle deelnemers (fairtrade en duurzaam) straks één plek op de website, criterium 3. Het onderscheid tussen fairtrade en duurzame deelnemers kan door het kernteam worden aangegeven en wordt ook zichtbaar op de website. De fairtrade deelnemers zijn opgenomen in de eisen van de campagnecriteria. Er worden dus geen eisen gesteld aan de duurzame deelnemers, dit is aan de lokale kernteams.

Categorie Fair Fashion

Fair Fashion heeft de afgelopen jaren terrein gewonnen. Het is ook een mooi thema om jongeren te betrekken bij de campagne. Een categorie Fair Fashion past dus in de campagnecriteria. We noemen het geen Fairtrade Fashion omdat het geen kleding betreft van fairtrade katoen. Kleding van Fairtrade katoen er op het moment niet op de markt aanwezig. Onder Fair Fashion verstaan we Fair Fashion ketens en merken die zijn aangesloten bij de Fair Wear Foundation en kleding welke GOTS gecertificeerd is. Beide keurmerken hebben betrekking op de omstandigheden in de kledingfabrieken en het betalen van een eerlijke prijs.

NOTE: Biologische katoen wordt dus niet gezien als Fair Fashion. Dergelijke initiatieven mogen in criterium 3 worden meegenomen maar worden aangemerkt als duurzaam.

Kledingwinkels tellen mee als:

- Ze minimaal twee verschillende kledingstukken (broek, T-shirt, jas, trui, etc.) verkopen die gemaakt zijn van fairtrade gecertificeerd katoen.
- Ze minimaal vier verschillende kledingstukken (broek, T-shirt, jas, trui, etc.) verkopen die GOTS gecertificeerd zijn.
- Ze als keten zijn aangesloten bij de Fair Wear Foundation.
- Ze de collectie merken voeren die zijn aangesloten bij de Fair Wear Foundation.

Fair Wear Foundation

Fair Wear Foundation (FWF) zet zich in voor goede arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie, in landen waar kleding wordt geproduceerd voor de Nederlandse en de Europese markt. FWF werkt samen met brancheorganisaties en vakbonden (FNV en CNV). FWF heeft een gedragscode ontwikkeld die gebaseerd is op de normen van de International Labour Organisation (ILO).

GOTS

Global Organic Textile Standard (GOTS) is een internationale standaard voor biologische en kleding en textiel (door de hele keten). Daarnaast vereist de certificering naleving van de sociale criteria bij de katoenteelt en de verwerking tot stof. Dat gaat om zaken als minimumloon, verbod kinderarbeid en een veilige werkomgeving.

Samenvoeging twee categorieën

Criterium 3 is onderverdeeld in zes categorieën. Te weten:

- Supermarkten
- Giftshops en huishoudelijke winkels
- Wereldwinkel, WAAR en overige fairtrade winkels
- Vrije tijd en recreatie
- Horeca
- Overige

De twee categorieën giftshops/huishoudelijk en Wereldwinkel/WAAR en overige fairtrade winkels worden samengevoegd tot één nieuwe categorie: **Fairtrade Winkels en Giftshops**.

Fairtrade winkels

Winkels waarvan meer dan 60% van de omzet uit fairtrade gecertificeerde producten bestaat levert bonuspunten op. Denk bijvoorbeeld aan de Wereldwinkels of de winkels van WAAR. Deze winkels hebben een aparte status in de campagne en kunnen worden ingezet om ontbrekende winkels bij het derde criterium te compenseren. Het assortiment bestaat uit: producten van gecertificeerde importeurs van de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, producten van organisaties die erkend zijn door WFTO en producten gemaakt van fairtrade gecertificeerde materialen (herkenbaar aan het Max Havelaar keurmerk), zoals katoen.

Giftshops

Cadeauwinkels kunnen verschillende fairtrade producten verkopen. Denk aan Dille en Kamille, de Hema en kleine lokale boetiekjes die fairtrade producten verkopen. Ook webshops tellen mee.

'oud'

Indicatoren criterium 3:

Hieronder staat aangegeven hoeveel winkels een gemeente moet hebben om in aanmerking te komen voor de titel. Het aantal inwoners van de gemeente is hier als uitgangspunt genomen.

Aantal winkels per branche

Inwoneraantal	Aantal Supermarkten	Giftshops en huishoudelijke winkels	Wereldwinkel, WAAR of overige fairtrade winkel**
Kleiner dan 10.000 inwoners	1	1	1
10.000 tot 30.000	3	2	1
30.000 tot 50.000	6	2	2
50.000 tot 80.000	8	3	2
80.000 tot 100.000	10	4	2
100.000 tot 200.000	15	5	3
Groter dan 200.000	* zie hieronder	*	*

'nieuw' Aantal winkels per branche

Inwoneraantal	Aantal winkels per branche		
	Supermarkten	Fairtrade Winkels en Giftshops	Kledingwinkel
Kleiner dan 10.000 inwoners	1	2	1
10.000 tot 30.000	3	2	1
30.000 tot 50.000	6	2	2
50.000 tot 80.000	8	2	2
80.000 tot 100.000	10	4	2
100.000 tot 200.000	15	5	3
Groter dan 200.000	* zie hieronder	*	*

* Vanaf 200.000 inwoners geldt voor elke volgende 50.000 inwoners, dat in elke categorie 1 winkel extra erbij komt.

De overige 3 categorieën blijven ongewijzigd:

Aantal winkels per branche

Inwoneraantal	Vrije tijd en recreatie	Horeca	Overige branches
Kleiner dan 10.000 inwoners	1	1	1
10.000 tot 30.000	1	2	1
30.000 tot 50.000	2	4	2
50.000 tot 80.000	2	6	2
80.000 tot 100.000	3	8	3
100.000 tot 200.000	3	10	3
Groter dan 200.000	* zie hieronder	*	*

* Vanaf 200.000 inwoners geldt voor elke volgende 50.000 inwoners of een deel daarvan, dat in elke categorie 1 winkel extra erbij komt.

** Deze winkels geven een extra invulling aan de Fairtrade Gemeente campagne. Het is echter geen verplichting om een fairtrade winkel in jouw gemeente te hebben om de titel aan te vragen. Daarom mogen gemeenten die andere indicatoren niet halen, de Wereldwinkel of WAAR inzetten als compensatie voor 1 andere branche. Bijvoorbeeld als targets voor kledingwinkels, supermarkten of horeca niet gehaald worden. De werkgroep dient hiervoor een compensatievoorstel in te dienen bij de landelijke stuurgroep.