

HANDLEIDING ALGEMEEN

FAIRTRADE GEMEENTE en FAIRTRADE PROVINCIE

**Doe mee en zet samen
met ons Fairtrade op
de kaart!**

*drink jij al
fairtrade koffie?*

**FAIRTRADE
GEMEENTE**

Fairtrade Gemeente campagne in Nederland



Zeventien jaar geleden bedacht Engelsman Bruce Crowther dat zijn woonplaats Garstang de titel Fairtrade Town mocht krijgen als plaatselijke supermarkten, scholen, kerken, gemeente, bedrijven en andere organisaties eerlijke handel omarmen en integreren in hun inkoopbeleid. Het was een hit. Al snel bleken ook mensen in andere gemeenten gecharmeerd van het simpele idee dat je als consument of bedrijf een verschil kunt maken voor mensen aan de andere kant van de wereld door producten te (ver)kopen die zijn verhandeld volgens eerlijke en duurzame handelsvoorwaarden.

Het vuurtje sprong ook over naar andere landen. In Nederland namen de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, ICCO, Stichting Max Havelaar en het toenmalige COS-Nederland het initiatief om de campagne te introduceren. In 2009 werden Groningen en Goes de eerste Fairtrade Gemeenten. Daarna ging het snel. De teller staat inmiddels op 85 Fairtrade Gemeenten. Utrecht en Friesland zijn Fairtrade Provincies. Er zijn kerken, scholen, universiteiten met een Fairtrade titel. Het eerste Fairtrade Ziekenhuis, Rijnstate Arnhem, is een feit. Gaaf toch? Maar niet genoeg. Nederland heeft zich gecommitteerd aan de Sustainable Development Goals, de ambitieuze duurzame doelstellingen van de Verenigde Naties. We kunnen via de Fairtrade Gemeente campagne bijdrage leveren aan de realisatie van deze doelen als meer gemeenten, scholen, kerken, provincies, ziekenhuizen, waterschappen, en ga zo maar door, eerlijke handelsvoorwaarden omarmen.

Onze oproep is dan ook kort en krachtig: doe mee!

In deze handleiding staat uitgelegd waar een gemeente aan moet voldoen om de eervolle Fairtrade-titel te krijgen. Er staan ook tips en verwijzingen in. De titel is geen cadeautje, er moet een hoop gebeuren. Wij wensen jullie daarbij veel succes!

Faire groet van het landelijke team

Peter D'Angremond, bestuurslid
Jos Heuer, bestuurslid
Karen Kammeraat, bestuurslid
Hester van Ommeren, bestuurslid
Karin van Breda, campagnecoördinator
Andrew Livsey, regioadviseur Noord
Ruud Lambregts, regioadviseur West
Liesbeth Oosterhagen, regioadviseur Midden
Elena Paiuc, social media specialist

Inhoudsopgave

Fairtrade Gemeente campagne in Nederland

Inleiding 04

1. Fairtrade Towns 05
2. Alles wat je moet weten over Fairtrade 06
3. De zes campagne Fairtrade Gemeente criteria in een notendop 10

Fairtrade Gemeente | de campagne criteria

1. Er is een lokaal kernteam 12
2. De lokale overheid steunt en koopt fairtrade 15
3. Winkels en horeca verkopen fairtrade 19
4. Organisaties/bedrijven gebruiken fairtrade 24
5. Media-aandacht en evenementen 27
6. Sustainable Development Goals 30

Titel aanvragen 35

Titel verlengen 35

Verdiepingsplan 36

Fairtrade Provincie | de campagne criteria

1. Provinciaal kernteam 39
2. Provincie bestuur 39
3. Fairtrade Gemeenten in de provincie 39
4. Subsidie relaties bedrijven en organisaties 39
5. Media-aandacht 40

Bijlagen: Regionaal kernteam • De 10 speerpunten van de Fairtrade Gemeente campagne • Flyer duurzame koffie op je werk • Breng de Global Goals dichtbij • Titels toekennen aan organisaties • Overzicht van Fairtrade keurmerken • overzicht van duurzame keurmerken





INLEIDING

In deze handleiding lees je meer over wat fairtrade en duurzaamheid eigenlijk is en wat de titel Fairtrade Gemeente inhoudt. Een praktische gids die dieper ingaat op elk criterium. Jullie wegwijzer, handleiding en terugslagwerk om regelmatig in te kijken voor tips, indicatoren en ideeën per criterium, hoe je dit invulling kunt geven en hoe jij van de campagne in jouw gemeente een groot succes kunt maken. Op de hulpmiddelenpagina op onze website www.fairtradegemeenten.nl staan voorbeelden van andere gemeenten, concepten van werkplannen, verdieplingsplannen en nog veel meer handige tips. Daar vind je ook meer informatie over de subcampagnes van Fairtrade Gemeente, zoals voor kerken, scholen, hogescholen en universiteiten. Neem dus zeker een kijkje op onze website.

Veel plezier met het uitrollen van de campagne in jouw gemeente!



Fairtrade towns

Alle Fairtrade Gemeenten en vrijwilligers zijn onderdeel van de grootste, vrijwillige, internationale, fairtrade, grassroots beweging. De campagne Fairtrade Towns is actief in 36 landen en op alle continenten. Wereldwijd zijn er meer dan 2.135 Fairtrade Towns. Jaarlijks vindt er een internationale Fairtrade Towns Conference plaats. Wij - als wereldwijde Fairtrade beweging - werken om handel te veranderen met het oog op rechtvaardigheid, eerlijkheid en duurzaamheid voor mens en planeet. De markt wordt gedomineerd door een handvol internationale bedrijven die de macht hebben om de handelsvoorwaarden voor hun leveranciers te bepalen en om prijzen naar beneden te drukken, vaak tot zelfs onder de volledige productiekostprijs. Dit zorgt er voor dat kleinschalige producenten en arbeiders worstelen om een leefbaar loon te krijgen en maakt hen kwetsbaar voor uitbuiting. Fairtrade is geen liefdadigheid maar een engagement voor verandering en ontwikkeling door middel van handel.

Alle landen die zijn aangesloten bij Fairtrade Towns ondersteunen het Fairtrade Charter. Het Fairtrade Charter biedt een algemene verklaring van de gedeelde visie en waarden van de wereldwijde fairtrade beweging en heeft drie belangrijke doelen:

1. Het ondersteunen van het werk van fairtrade organisaties om het bewustzijn van consumenten en burgers over het belang en de impact van fairtrade te vergroten, zodat meer mensen geïnspireerd zijn om mee te doen en fairtrade aan te moedigen.
2. Het faciliteren van samenwerking tussen fairtrade organisaties door het verbinden van hun specifieke missies en strategieën met de gemeenschappelijke filosofie van de beweging, en het promoten van samenwerking met de sociale economie, biologische landbouwbewegingen en anderen die vechten voor gelijkaardige doelstellingen als deze van de fairtrade beweging.
3. Het mogelijk maken voor anderen die met fairtrade organisaties (in de overheids-, academische of private sector) werken om de waarden en benadering die de wereldwijde beweging deelt, te herkennen. Het bewerkstelligen, veranderen en aandacht voor andere onderwerpen van de Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties (Sustainable Development Goals, afgekort Global Goals of SDG's).

Wanneer aan de zes criteria van de Fairtrade Gemeente campagne wordt voldaan, dan kan de titel Fairtrade Gemeente worden behaald. In de gemeente is er dan op verschillende fronten aandacht voor eerlijke handel.

ALLES WAT JE MOET WETEN OVER FAIRTRADE



Een eerlijke prijs voor boeren en producenten aan het begin van de productieketen. En de manier waarop we kopen kunnen we zelf verbeteren!

De Fairtrade Gemeente campagne geeft iedereen in Nederland de mogelijkheid om zich in te zetten voor Fairtrade. Door zelf Fairtrade producten te kopen, in winkels of horeca te vragen naar Fairtrade producten, en om anderen te inspireren ook eerlijk in te kopen. De campagne brengt al die mensen bij elkaar die Fairtrade een warm hart toedragen. Samen vergroten zij de vraag naar en het aanbod van fairtrade in hun eigen gemeente. Zo brengen zij fairtrade dichtbij!

Fairtrade helpt boeren en arbeiders in ontwikkelingslanden een betere plek te verwerven in de handelsketen, zodat ze kunnen leven van hun werk en kunnen investeren in een duurzame toekomst. Fairtrade is zowel een keurmerk als een wereldwijde beweging. Samen maken we de wereld eerlijk, met gelijke kansen voor iedereen. Waarom is Fairtrade nodig?

In Azië, Afrika en Zuid- Amerika verkeren veel kleinschalige boeren continu in onzekerheid over hun inkomen. Ze zijn overgeleverd aan de sterk fluctuerende wereldmarktprijs, waardoor de opbrengst van de oogst vaak te laag is om het hele gezin te kunnen onderhouden. Zonder een betrouwbaar inkomen kunnen ze niet investeren in hun onderneming, de toekomst van hun kinderen en in de gemeenschap. Hierdoor blijft de armoede in stand. Fairtrade doorbreekt deze vicieuze cirkel door standaarden te zetten die boeren en producenten de mogelijkheid bieden om zichzelf te ontwikkelen.

“ALLE BANANEN, PLUS KOFFIE, THEE EN CHOCOLADE IN HET SCHAP VAN PLUS SUPERMARKTEN ZIJN FAIRTRADE. KLANTEN HOEVEN HIERVOOR NIETS EXTRA TE BETALEN. FAIRTRADE IS EEN VAN ONZE PIJLERS. NAAST EERLIJKE HANDEL, ZIJN MILIEU, GEZONDHEID EN DE MAATSCHAPPIJ BELANGRIJKE PIJLERS VAN HET BELEID VAN PLUS.”

*Nanouk van Leeuwen,
senior categorymanager AGF bij PLUS*

WAAROM FAIRTRADE?

De manier waarop we kopen kunnen we zelf verbeteren. Iedere dag kan je tijdens het winkelen kiezen voor fairtrade producten. Van deze producten weet je zeker dat ze onder eerlijke en duurzame voorwaarden zijn verhandeld. Met jouw fairtrade boodschappen zorg je voor betere sociale en milieuomstandigheden voor boeren en producenten in ontwikkelingslanden. Ook als bedrijf, organisatie of overheidsinstantie kan je fairtrade producten inkopen. Het is dus heel gemakkelijk om te werken aan duurzame armoedebestrijding.

WAT IS FAIRTRADE?

Fairtrade zorgt ervoor dat producten onder eerlijke handelsvoorwaarden worden verhandeld met respect voor mens en milieu. Bij fairtrade worden bijvoorbeeld het recht op vakbonden en het verbod op gedwongen- of kinderarbeid nageleefd. De boeren en producenten ontvangen een eerlijke beloning voor hun werk. Ook zorgt fairtrade voor langdurige handelsrelaties, zodat de boeren en producenten kunnen investeren in zichzelf, hun familie, en in de gemeenschap waarin zij leven.

WAAR IS DEZE DEFINITIE VAN FAIRTRADE OP GEBASEERD?

Fairtrade Gemeente gebruikt in de campagne de internationale definitie van fairtrade. Deze definitie is in 1998 opgesteld door FINE, een organisatie waarin alle betrokkenen in de fairtrade ketens over de hele wereld in zijn betrokken. Van de producent en de importeur, tot de retailers, het bedrijfsleven en het onafhankelijke keurmerk. Samen hebben al deze partijen afgesproken wat zij verstaan onder fairtrade.

WELKE PRODUCTEN KUNNEN FAIRTRADE ZIJN?

In Nederland zijn verschillende producten fairtrade. Je kunt denken aan koffie, thee, wijn, broodbeleg, chocolade, noten, ijs, rijst, vruchtensappen, olie, noedels etc. Naast eten en drinken zijn er nog veel meer producten. Zoals eerlijk katoen, speelgoed, vazen, beelden en tassen. Genoeg te kiezen dus! In bijlage 1 staat opgenomen hoe je fairtrade producten herkent.

IS FAIRTRADE HET HOOGST HAALBARE?

Het kan altijd beter. Sommige producten kunnen zowel fairtrade zijn als op een andere manier bijdragen aan een betere wereld. Daarom stimuleren we in de Fairtrade Gemeente campagne ook initiatieven die wij als fairtrade+ beschrijven. Dit zijn bijvoorbeeld producten die niet alleen het internationale fairtrade keurmerk dragen, maar tegelijk ook EKO (biologisch) gecertificeerd zijn. Of, kledingstukken gemaakt van fairtrade gecertificeerd katoen en die daarnaast bijvoorbeeld door Fair Wear Foundation erkend zijn als verantwoord geproduceerd. In bijlage 1 vindt je hierover meer informatie.

FAIRTRADE VOORWAARDEN

Om de inkomenszekerheid van de boeren te verbeteren stelt Fairtrade een aantal strikte handelsvoorwaarden:

- **Minimumprijs:** Kopers die producten afnemen bij Fairtrade boerencoöperaties zijn verplicht een minimumprijs te betalen. Deze minimumprijs moet de boeren in staat stellen de kosten voor duurzame productie te dekken.
- **Fairtrade premie:** Coöperaties ontvangen van hun afnemers een Fairtrade premie bovenop de prijs die zij betalen voor de producten. De boeren beslissen democratisch waar zij deze premie aan besteden. Het gaat hierbij vaak om bedrijfsontwikkeling voor de boeren, zoals verbetering van productiviteit, kwaliteit en infrastructuur. Voor arbeiders op plantages komt de Fairtrade premie ten goede aan gemeenschapsprojecten zoals onderwijs en gezondheidszorg.
- **Sociale criteria:** De boeren, coöperaties en plantages moeten fatsoenlijke arbeidsomstandigheden naleven zoals die zijn vastgelegd door de ILO (International Labour Organisation) en werken op een transparante en democratische werkwijze.
- **Milieucriteria:** De boeren, coöperaties en plantages moeten voldoen aan milieueisen. Bepaalde bestrijdingsmiddelen zijn verboden, er zijn eisen voor afval- en waterbeheer, voor energiegebruik en producenten moeten aantonen dat zij zo min mogelijk kunstmest en bestrijdingsmiddelen gebruiken. Schade aan gebieden met hoge ecologische waarde moet worden voorkomen.



EN ANDERE INITIATIEVEN?

Naast fairtrade bestaan er nog meer initiatieven die op hun manier een steentje bijdragen aan een betere wereld. Deze initiatieven zijn natuurlijk ook heel waardevol en daarom worden deze ook gewaardeerd in de Fairtrade Gemeente campagne. Fairtrade en duurzaamheid gaan hand in hand.

FAIRTRADE EN DUURZAAMHEID

In een duurzame wereld zijn (people), milieu (planet) en economie (profit) met elkaar in evenwicht. Zo raakt de aarde niet uitgeput. Duurzaamheid is een breed begrip. De definitie van duurzaamheid volgens de Verenigde Naties is: 'Duurzame ontwikkeling is de ontwikkeling die aansluit op de behoeften van het heden zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien in gevaar brengen'.

DUURZAAMHEID IS BREDER DAN MILIEU

Alhoewel volgens bovenstaande definities sociale aspecten integraal onderdeel uitmaken van duurzaamheid, wordt in de praktijk bij duurzaamheid door de meeste mensen vooral gedacht aan ecologische aspecten. Op dit moment krijgen bijvoorbeeld klimaatverandering en de plasticproblematiek veel aandacht als het om duurzaamheid gaat.

Wij, als Fairtrade Gemeente campagne, maken ons vooral hard voor de sociale aspecten, en zetten we ons in voor betere inkomens en arbeids- en leefomstandigheden van boeren en producenten in ontwikkelingslanden.

Dat wil niet zeggen dat we milieuaspecten niet belangrijk vinden, integendeel. Milieuvriendelijke teelt en productieprocessen maken onderdeel uit van de Fairtrade principes. Omdat klimaatverandering boeren in

ontwikkelingslanden hard treft, vinden we het belangrijk om hier opwarming van de aarde tegen te gaan en om boeren te ondersteunen en voor te bereiden op verbouw van producten in veranderende weersomstandigheden.

**“NAAST FAIRTRADE IS
DUURZAAMHEID OOK EEN
ONDERWERP WAAR HET
ZIEKENHUIS WERKT VAN MAAKT.
ZO ZIJN DE DIENBLADEN WAAROP
DE PATIËNTEN HUN ETEN KRIJGEN,
COMPOSTEERBAAR ÉN GEMAAKT
VAN BAGASSE, EEN RESTPRODUCT
VAN DE SUIKERINDUSTRIE.”**

*Royan van Velse,
manager inkoop bij Fairtrade Ziekenhuis Rijnstate
in Arnhem*

EERLIJKE HANDEL MOET OP DE AGENDA BLIJVEN

Momenteel gaat vooral veel aandacht naar terugdringing van CO2 uitstoot, verminderen van plastic afval, lokale productie, circulariteit, etc. Als je bijvoorbeeld naar de kledingindustrie kijkt, zie je dat er vorderingen worden gemaakt met milieuvriendelijkere materialen, gerecyclede materialen, en het opzetten van recyclingsystemen. De arbeidsomstandigheden van al die duizenden vrouwen en meisjes in kledingfabrieken in ontwikkelingslanden lijken echter niet of nauwelijks te verbeteren.

De onderwerpen eerlijke handel en fatsoenlijke arbeidsomstandigheden willen nog wel eens ondergesneeuwd raken door al het nieuws over en de activiteiten rondom de meer milieu gerelateerde zaken. Wij zien het als onze taak om nu juist op te komen voor de inkomens en leefomstandigheden van mensen in ontwikkelingslanden en hun belangen beter en blijvend op de agenda te zetten van burgers, bedrijven, organisaties en (lokale) overheden.



De zes Fairtrade Gemeente campagnecriteria in een notendop



Criterium 1 | Een kernteam stimuleert Fairtrade

Er is een lokaal kernteam actief die initiatief (school, bedrijfsleven, horeca, etc) neemt om de titel Fairtrade Gemeente te behalen en te behouden. Het kernteam bestaat uit een heterogene groep met vertegenwoordigers uit verschillende sectoren, bij voorkeur ook iemand van de gemeente.



Criterium 2 | De lokale overheid kiest voor Fairtrade

Het gemeentebestuur spreekt zich uit vóór Fairtrade. De gemeente neemt dit op in beleid en koopt Fairtrade producten in.



Criterium 3 | Winkels en horeca verkopen Fairtrade producten

Plaatselijke winkels verkopen Fairtrade en duurzame producten. Daarnaast serveren lokale horecazaken Fairtrade producten.



Criterium 4 | Bedrijven en organisaties gebruiken fairtrade producten

Lokale bedrijven en maatschappelijke organisaties kopen en gebruiken Fairtrade producten in de kantine en/of op de bedrijfsvloer.



Criterium 5 | Lokale (media) aandacht

Het kernteam organiseert publieksevenementen, zorgt voor lokale publiciteit rond de campagne en creëert bewustwording over het thema Fairtrade onder de inwoners.



Criterium 6 | Sustainable Development Goals

De titel Fairtrade Gemeente betekent dat jouw gemeente concreet bijdraagt aan de invulling van de Global Goals. Het kernteam draagt bij aan het levend maken van de SDG's en benoemt daarbij de impact van Fairtrade.



Criterion 1: Het lokale kernteam

Er is een lokaal kernteam actief dat het initiatief neemt om de titel te behalen. Na het behalen van de titel zorgt het team dat de Fairtrade Gemeente titel behoudt.





Criterion 1: Het lokale kernteam

Bij het starten met de campagne is het allereerst natuurlijk belangrijk om een aantal mensen in jouw gemeente te mobiliseren en hen te verenigen in een lokaal kernteam. Dit kernteam zorgt ervoor dat fairtrade in de gemeente op de kaart komt te staan en veel organisaties, bedrijven en consumenten meedoen aan de campagne. Het is daarom essentieel om mensen met diverse achtergronden in dit kernteam te betrekken. Denk bijvoorbeeld aan iemand uit het bedrijfsleven, de horeca en de gemeente. Die personen hebben specifieke kennis die in hun branche kan helpen om mensen of bedrijven te overtuigen van het belang van de campagne. Daarnaast kunnen studenten de campagne voor een jongere doelgroep aantrekkelijk maken.

SAMENSTELLEN KERNTTEAM

De lokale campagne begint met het samenstellen van een kernteam van vrijwilligers. Maar hoe doe je dat? En wie kunnen er aansluiten bij de lokale campagne. Denk aan mensen uit het bedrijfsleven, de horeca, het onderwijs en de gemeente. Die buurvrouw die bij de voedselbank werkt, de collega die bij de voetbalvereniging ingangen heeft, een kennis-van-een-kennis die in de lokale politiek actief is. Kijk ook naar kwaliteiten. Je hebt mensen nodig die het leuk vinden om activiteiten te organiseren, maar ook social media en communicatie specialisten. Idealiter bestaat een kernteam uit 5 personen. Dan kunnen taken onderling goed verdeeld worden en rust niet alles op de schouders van 1 of 2 personen. Het vinden van betrokken inwoners is dus ook vooral je netwerk gebruiken, maar de website van de gemeente kan ook een oproep plaatsen. En plaats een vacature op de vrijwilligerscentrale van jullie gemeente. Voor het betrekken van jongeren is het ook goed om een pamflet op te hangen bij scholen, bibliotheek, supermarkt etc. Laat zien dat er een inspirerende campagne start in jullie gemeente.

REGIONAAL KERNTTEAM

Naast het oprichten van een lokaal Fairtrade Gemeente 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. Wil je meer weten over het starten van een regionaal kernteam? Meer informatie over een regionaal kernteam lees je in de bijlage verderop in deze handleiding.

WERKPLAN

Als beginpunt stelt het kernteam een werkplan op, waarin duidelijk wordt hoe de werkgroep zich gaat inzetten voor het behalen van de titel. Neem in het stappenplan ook de betrokkenheid en de bereidheid van de lokale overheid mee. De meest succesvolle campagnes, zijn die waar de gemeente en het kernteam met elkaar optrekken. Het kernteam voelt zich gesteund en de betrokken ambtenaar heeft direct contact met de vrijwilligers van een inspirerend burgerinitiatief in zijn/haar gemeente.

Tijdens het gehele traject van het behalen van de diverse criteria komt de lokale werkgroep regelmatig bij elkaar om de strategie verder uit te stippelen en de successen te vieren. Uiteindelijk doet het kernteam de aanvraag voor de titel Fairtrade Gemeente. Na het behalen van de titel verlengt het kernteam tweejaarlijks de titel waaruit blijkt dat de gemeente nog steeds met recht een Fairtrade Gemeente genoemd mag worden.

Voor voorbeelden van een werkplan kun je terecht op de algemene website van de campagne.

O-METING

Als kernteam is het handig om te weten hoe ver en fair de gemeente aan het begin van de campagne is en wat er nog gedaan moet worden om aan alle criteria te voldoen. Een handige start is daarom het uitvoeren van een zogenaamde 0-meting. Op die manier kom je erachter waar de focus van de campagne op moet liggen. Een 0-meting maakt het makkelijker om een plan van aanpak op te stellen omdat duidelijk is geworden welk (gedeelte van de) campagnecriteria nog niet behaald is.

Iedere gemeente krijgt een lokale pagina op de algemene campagnewebsite. Voor het aanvragen van de titel is het belangrijk om deze lokale pagina up-to-date te maken. Zo kunnen geïnteresseerden de lokale deelnemers en de activiteiten van het kernteam bekijken. De URL van jullie lokale pagina kunnen jullie ook delen op jullie andere kanalen en bijvoorbeeld in een nieuwsbrief. Elke Fairtrade Gemeente (in wording) heeft een eigen URL, [www.fairtradegemeenten.nl/gemeente/gouda\(gemeentenaam\)](http://www.fairtradegemeenten.nl/gemeente/gouda(gemeentenaam)). Voor het vullen van jullie pagina op de landelijke website kunnen jullie inloggegevens opvragen bij het landelijk campagnebureau om in een Wordpress jullie gegevens en deelnemers in te voeren.

TIPS VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 1:

- Neem contact op met je lokale Wereldwinkel of winkel van WAAR. Zij hebben veel kennis over Fairtrade en willen wellicht een rol spelen in de campagne.
- Fairtrade en duurzaamheid gaan goed samen, zoek ook samenwerking met duurzame initiatieven die aandacht besteden aan circulariteit of gericht op het klimaat of milieu
- Voer een 0-meting uit. Dit geeft je inzicht in het aantal fairtrade producten in jouw gemeente. Op basis hiervan weet je wat je nog moet doen om de titel te kunnen behalen.
- Zorg dat de gemeente direct is aangehaakt bij jullie burgerinitiatief

INDICATOREN VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 1:

- Er is een lokaal kernteam actief
- Het kernteam komt op regelmatige basis (1x per 6-8 wkn) bij elkaar voor overleg
- Het kernteam heeft een werkplan ontwikkeld voor de campagne
- De kernteam houdt de lokale campagnepagina up-to-date
- De gemeente neemt zitting in of steunt de lokale werkgroep



criterium 2: De gemeente spreekt zich uit vóór fairtrade

Het gemeentebestuur spreekt zich uit vóór fairtrade. De gemeente neemt dit op in beleid en koopt Fairtrade producten in.

entehuis

Fairtrade week

www.fairtradebodegravenree

FAIR
GEM



Criterion 2: De gemeente spreekt zich uit vóór fairtrade

Een actieve lokale overheid is erg belangrijk voor de Fairtrade Gemeente campagne. De gemeente heeft een voorbeeldfunctie voor de inwoners en middelen om de campagne te steunen. Zo heeft de gemeente een breed netwerk, zijn ze grootgebruiker van koffie, thee en andere levensmiddelen en beschikken ze over communicatiemiddelen waar je als kernteam profijt van kan hebben.

Als de gemeente eenmaal over de streep is en zich actief inzet voor de campagne blijkt de campagne vaak een stuk soepeler te lopen. Voor dit criterium is het daarom belangrijk dat de gemeente betrokken is bij de campagne en dat zij hun inkoopbeleid fair maken. Hieronder komen deze twee pijlers uitgebreid aan bod: gemeentelijke betrokkenheid en inkoopbeleid.

GEMEENTELIJKE BETROKKENHEID

Als de lokale overheid achter het voornemen staat om Fairtrade Gemeente te worden, maakt dat het proces een stuk makkelijker. Probeer gebruik te maken van deze mogelijkheid door bijvoorbeeld een ambtenaar in het kernteam te betrekken en ervoor te zorgen dat de raad zich uitspreekt vóór een Fairtrade Gemeente. Zoek contact met de lokale overheid en zorg er via die weg voor dat eerlijke handel op de lokale (politieke) agenda komt te staan. Dit kan via raadsleden die een motie indienen en zich ervoor inzetten dat de raad dit aanneemt of door middel van een raadsbesluit.

De gemeente kan zich dus uitspreken vóór fairtrade in hun beleid via een raadsbesluit of door een door de raad aangenomen motie. Onderdelen die hierbij van belang zijn en in een dergelijk raadsbesluit of dergelijke motie betrokken moeten worden zijn:

- De gemeente laat de principes van eerlijke handel onderdeel zijn van aanbestedingen
- De gemeente zet haar interne en externe communicatiekanalen in om meer bekendheid te geven aan de campagne onder hun eigen ambtenaren, maar ook bij de inwoners.
- Het college zet het onderwerp Fairtrade op de agenda en kijkt of dit in te passen is in het bestaande beleid op het gebied van internationale samenwerking, duurzaam inkopen en educatie.

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. De Fairtrade principes moeten geborgd zijn bij aanbestedingen en het inkoopbeleid. Dit ook om teleurstellingen te voorkomen dat de titel niet verleend of verlengd kan worden wanneer na het behalen van de titel wordt afgestapt (om wat voor reden dan ook) van Fairtrade koffie.

Een andere manier waarop een gemeente in haar handelen toont achter de campagne te staan is door ambtelijke ondersteuning en subsidie beschikbaar te stellen voor de landelijke campagne en het lokale kernteam. Na het behalen van de titel draagt de gemeente jaarlijks 1000 euro (belastingvrij) af aan de Stichting Fairtrade Gemeente NL. De bijdrage wordt ingezet om de campagne en materialen te kunnen blijven ontwikkelen. Voor het organiseren van evenementen en activiteiten kan in overleg met het kernteam bekeken worden welke middelen zij nodig hebben om de campagne goed zichtbaar te laten zijn.

DUURZAAM INKOOPBELEID

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, naast economische en ecologische criteria, ook sociale duurzaamheidscriteria meenemen, stimuleren zij daarmee leveranciers werk te maken van duurzaamheid. Eerlijke handel maakt daar onderdeel van uit.

De gemeente dient zich niet alleen uit te spreken voor fairtrade, maar moet daar ook zelf naar handelen. Dit handelen bestaat voor een groot deel uit het opnemen van de principes van eerlijke handel in haar inkoopbeleid.

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 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, mobiele telefoons en de inrichting van het gemeentehuis (duurzaam en circulair).

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen / Inkopen (MVO / MVI) betekent dat bedrijven, (lokale) overheden of maatschappelijke organisaties en instellingen proberen duurzame ontwikkeling zo goed mogelijk te integreren. Het inkopen van eerlijke koffie is daar een uitstekend voorbeeld van. Dan draagt elk kopje koffie dat gedronken wordt bij aan duurzame ontwikkeling. Soms is de oplossing heel eenvoudig. Maar is het juridisch wel toelaatbaar dat je de eisen voor eerlijke handel in het inkoopbeleid verwerkt?

Het antwoord is: ja. Een inkoopende overheid mag in een aanbesteding vragen naar eerlijke producten. Daarbij kan de gemeente in het bestek dan bepaalde uitgangspunten opnemen als bijzondere uitvoeringsvoorwaarden.

De uitvraag bij aanbestedingen komt heel precies en moet goed geformuleerd worden. Het is dus belangrijk dat een Fairtrade Gemeente laat weten dat zij een Fairtrade Gemeente is/wil worden en dus bij een aanbesteding voor warme dranken (koffie, thee, cacao) de eerlijke handelsvoorwaarden opnemen. De uitgangspunten voor eerlijke producten kunnen als volgt 1op1 worden opgenomen in de aanbestedingsdocumentatie:

1. Dekking kosten sociaal- en milieuvriendelijke productie – Producten worden tenminste tegen een vaste minimumprijs (garantieprijs die kosten voor sociaal-milieuvriendelijke productie dekt) bij producentenorganisaties afgenomen. Als de wereldmarktprijs boven de minimumprijs (garantieprijs) komt, wordt de wereldmarktprijs betaald aan de producentenorganisatie;

2. Investeren in ontwikkeling – Producentenorganisaties ontvangen een additionele vaste en niet-onderhandelbare premie, waarmee zij in verdere ontwikkeling kunnen investeren en waarover zij zelf kunnen beslissen waaraan het besteed wordt;

3. Voorfinanciering – De productenorganisaties kunnen indien gewenst een percentage van de verkoopprijs van hun product al ontvangen vóór verscheping, zodat zij noodzakelijke investeringen kunnen doen;

4. Onafhankelijke controle en verificatie – Audits op punt 1, 2 en 3 dienen te worden uitgevoerd door een onafhankelijke derde partij ten minste twee maal per drie jaar en dienen tevens toe te zien op de naleving van de ILO-conventies.

Aan inschrijvers zou, om te bewijzen dat zij aan bovengenoemde uitgangspunten voldoen, gevraagd kunnen worden naar bijvoorbeeld het Fairtrade keurmerk. Daarbij is het van belang dat een leverancier die niet beschikt over het gevraagde keurmerk, in de gelegenheid moet worden gesteld aan te tonen (bijvoorbeeld door middel van een accountantsverklaring) dat hij toch voldoet aan de uitgangspunten. Dat niet naar een specifiek certificaat wordt gevraagd, moet ook duidelijk in het bestek worden vermeld. Niet het keurmerk is dus doorslaggevend, maar de uitgangspunten van duurzaamheid die de gemeente hanteert.

Zowel in 2007 (Provincie Groningen) als in 2010 (gemeenten Alkmaar en Den Helder) vond een kort geding plaats over het opnemen van de eisen voor eerlijke handel in het aanbestedingsdocument. In beide zaken oordeelden de rechters dat de vraag naar eerlijke verhandelde koffie gerechtvaardigd was. Een inkopende partij mag de eisen voor eerlijke handel dus opnemen, mits de toetsingscriteria (zie bovenstaand) helder geformuleerd zijn en het gelijkwaardigheidsprincipe in acht wordt genomen. Meer informatie over Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI) is terug te vinden op de website van PIANOo, het expertisecentrum voor aanbesteden:

Actieplannen - Manifest MVI | PIANOo - Expertisecentrum Aanbesteden

Voorbeeld van Fairtrade Gemeente Gouda: Actieplan MVI (pianoo.nl)

De handleiding “Fairtrade Gemeenten over warme dranken aanbestedingen” helpt jou om de gemeente bij te staan in het maken van de juiste keuzes in aanbestedingen en het waarborgen van de eerlijke handelsvoorwaarden waardoor het risico op mensenrechtenschendingen zoveel mogelijk beperkt wordt. De handleiding is terug te lezen op de hulpmiddelenpagina op onze website.

TIPS VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 2:

- De eerlijke handelsprincipes zijn duidelijk beschreven en kunnen 1op1 worden overgenomen in een aanbesteding (zie hierboven)
- Koester een enthousiaste burgerbeweging die zorgdraagt voor de eervolle titel van jullie Fairtrade Gemeente
- Draag met trots uit dat het zijn van een Fairtrade Gemeente betekent dat de gemeente direct bijdraagt aan een concrete invulling van de 17 door de Verenigde Naties opgestelde duurzaamheidsdoelstellingen; de Sustainable Development Goals ook wel afgekort de Global Goals genoemd
- De gemeente zet zich in om het debat over Fairtrade aan te wakkeren. Het stimuleren van buurgemeenten om ook te starten met de campagne is een goed voorbeeld om het debat aan te wakkeren en om haar voorbeeldrol invulling te geven
- Denk naast inkoop van koffie, thee en cacao ook eens aan bedrijfskleding, relatiegeschenken en de inrichting van kantoren.

INDICATOREN VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 2:

- De principes van eerlijk handel zijn onderdeel van aanbestedingen en Fairtrade is het uitgangspunt in het duurzaam inkoopbeleid
- De gemeente spreekt zich uit vóór onze campagne en Fairtrade via een raadsbesluit of een door de raad aangenomen motie
- Een vertegenwoordiger van de gemeente is betrokken bij de lokale campagne en neemt zitting in het kernteam en/of neemt deel aan de overleggen
- De gemeente draagt financieel bij aan de lokale campagne en het landelijk campagnebureau, dit ter ondersteuning en uitvoeren van activiteiten het blijven ontwikkelen van de campagne
- 60% van het totale volume koffie en/of die aangeschaft is door de gemeente voldoet aan de criteria van eerlijke handel. De gemeente heeft zich middels een raadsbesluit uitgesproken om binnen vijf jaar 100% koffie en/of thee aan deze criteria te laten voldoen. In de kantine van de gemeente worden minstens vier eerlijke producten aangeboden



criterium 3: Fairtrade en duurzame winkels

In plaatselijke winkels verkopen ze Fairtrade en duurzame producten. Daarnaast serveren de lokale horecazaken Fairtrade producten.



Wij zijn
Fairtrade!

www.fairtradegemeentegouda.nl



Criterion 3: Fairtrade en duurzame winkels

Een primaire doelstelling van onze campagne is om de verkoop van Fairtrade producten te bevorderen. Criterion 3 richt zich op de verkoop van Fairtrade én duurzame producten en de zichtbaarheid daarvan. 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. Hoe groter de gemeente hoe meer Fairtrade producten er verkocht kunnen worden. Dit is allemaal vastgesteld aan de hand van het inwoneraantal.

De horeca koopt met eerlijke, lokale, biologische en vegan ingrediënten en schenkt Fairtrade wijn. Winkels verkopen eerlijke cadeautjes en producten, denk aan de bekende Wereldwinkels en WAAR. De bakker bakt met Fairtrade chocolade, maar ook cafés en tankstations kunnen eerlijke producten verkopen. Het keurmerk FSC

voor hout, MSC voor vis en Fair Fashion doen uiteraard ook mee in onze campagne! Kortom, binnen onze campagne is er volop ruimte voor Fairtrade én duurzame deelnemers. Let op! Het is niet meer dan logisch dat Fairtrade voor het belangrijkste keurmerk is en blijft. Daarom is alleen het aantal Fairtrade deelnemers opgenomen in de eisen van de campagnecriteria. Er worden geen eisen gesteld aan het aantal duurzame deelnemers. De genoemde aantallen in de overzichten hieronder zijn dan ook gebaseerd op Fairtrade deelnemers. Naast het aantal Fairtrade deelnemers mag je dus zo veel of zo weinig duurzame deelnemers betrekken bij jullie campagne. Door het betrekken van duurzame deelnemers creëer je een grotere achterban en meer zichtbaarheid voor de campagne. Daarnaast zullen duurzame deelnemers wellicht geïnteresseerd zijn om Fairtrade producten toe te voegen aan hun assortiment, waardoor ze alsnog meetellen voor de criteria.



Hieronder staat aangegeven hoeveel Fairtrade winkels en horecadeelnemers een gemeente moet hebben om in aanmerking te komen voor de titel Fairtrade Gemeente. Het aantal inwoners van de gemeente is hier als uitgangspunt genomen. Criterium 3 is onderverdeeld in zes branches / categorieën.

AANTAL WINKELS PER BRANCHE

| INWONERAANTAL | SUPERMARKTEN | FAIRTRADE WINKELS ** EN GIFTSHOPS | KLEDINGWINKEL | VRIJE TIJD EN RECREATIE | HORECA | OVERIG BRANCHES |
|--------------------------------|-----------------|--------------------------------------|---------------|----------------------------|--------|--------------------|
| Kleiner dan 10.000 inwoners | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 10.000 tot 30.000 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 30.000 tot 50.000 | 6 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 50.000 tot 80.000 | 8 | 2 | 2 | 2 | 6 | 2 |
| 80.000 tot 100.000 | 10 | 4 | 2 | 3 | 8 | 3 |
| 100.000 tot 200.000 | 15 | 5 | 3 | 3 | 10 | 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.

** Fairtrade Winkels zoals de Wereldwinkel of WAAR geven een extra invulling aan de Fairtrade Gemeente campagne. Daarom mogen gemeenten die andere indicatoren niet halen, de Wereldwinkel of WAAR inzetten als compensatie voor 1 andere branche / categorie. Bijvoorbeeld als targets voor kledingswinkels, supermarkten of horeca niet gehaald worden.



Hieronder uitleg per branche waaraan voldaan moet worden.

SUPERMARKTEN

De grote bekende supermarkten voeren voldoende assortiment om als Fairtrade deelnemer te kunnen worden aangemerkt. Het tellen van Fairtrade assortiment is niet meer verplicht gesteld. Biologische supermarkten en de wat kleinere supermarkten voldoen mogelijk nog niet helemaal. De winkel dient zowel fairtrade producten te verkopen op de versafdeling, in het thee- en koffieschap en bij de overige kruidenierswaren.

Supermarkten tellen mee als ze volgende producten in het schap hebben liggen:

• **Versafdeling:**

Minimaal twee verschillende producten (denk aan bloemen, bananen, mango's, sinaasappels, etc.) De blikken met mango, ananas, kokosmelk en jackfruit van Fairtrade Original tellen ook mee als vers.

• **Koffie- en theeschap:**

Minimaal vier verschillende producten (denk aan thee, koffie, rietsuiker)

• **“Overige in kruidenierswarenafdeling”** (verpakte, niet verse kruidenierswaren):

Minimaal vier verschillende producten, opgedeeld over de verschillende schappen:

- Ontbijtschap: denk aan hagelslag, honing, chocopasta
- Internationale straat (rijst, pasta's e.d.): denk aan rijst, noedels, curry's, woksauzen
- Bier & frisdrank: denk aan sappen en wijn
- Snoepafdeling: denk aan chocoladerepen, koekjes en snoepjes (ook seizoenschokolade zoals pepernoten en paaseitjes tellen mee)

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

Het tellen van Fairtrade assortiment bij supermarkten is niet langer verplicht. Kernteams mogen nog wel een 0-meting uitvoeren maar dit is niet meer noodzakelijk. In plaats daarvan is het wel goed om contact te leggen met supermarktmanagers voor samenwerking en activiteiten zoals in 2019 het uitreiken van de banana-award. Supermarkten zijn ook vaak bereid om te sponsoren met producten zoals bijvoorbeeld Fairtrade bananen.

FAIRTRADE WINKELS EN GIFTSHOPS

Winkels waarvan meer dan 60% van de omzet uit Fairtrade gecertificeerde producten bestaat leveren 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 dit criterium te compenseren. Het assortiment bestaat uit: producten ingekocht bij de Fairtrade inkoopcentra in Nederland, producten van organisaties die erkend zijn door WFTO en producten gemaakt van Fairtrade gecertificeerde materialen (herkenbaar aan het Fairtrade Nederland / Max Havelaar keurmerk), zoals katoen. Maar bijvoorbeeld ook de producten van Return to Sender.

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. Een cadeauwinkel telt mee als er minimaal vier verschillende fairtrade producten in de winkel verkocht worden. Zijn er giftshops / cadeauwinkels in de gemeente die interesse hebben om eerlijke producten te gaan verkopen? Zij kunnen (B2B) producten inkopen bij de volgende inkoopcentra:

www.fairplaza.nl, www.centrummondiaal.nl, Eerlijk & Bijzonder, www.fairforward.nl; www.barbosa.nl, www.returntosender.nl en www.tica.nl.

Fairtrade winkels en giftshops / cadeauwinkels tellen mee als:

- Als Fairtrade winkel met 60% of meer Fairtrade assortiment
- Als cadeauwinkel met minimaal vier verschillende fairtrade producten in de winkel

KLEDINGWINKELS

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

LET OP! Biologische katoen en gerecyclede kleding 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, of
- Ze minimaal vier verschillende kledingstukken (broek, T-shirt, jas, trui, etc.) verkopen die GOTS gecertificeerd zijn, of
- Ze als keten zijn aangesloten bij de Fair Wear Foundation, of
- Ze de collectie merken (minimaal twee) 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.

VRIJE TIJD EN RECREATIE

Denk hierbij aan Hotels en B&B's, club- of sportverenigingen, bioscopen en culturele instellingen die Fairtrade producten verkopen. Ook bijvoorbeeld campingwinkels of winkels bij bungalowparken vallen onder deze branche.

Winkels en organisaties tellen mee als:

- ze minstens twee Fairtrade producten verkopen.

HORECA

De horeca delen we op in cafés en restaurants

Cafés en restaurants tellen mee als:

- Cafés minimaal twee Fairtrade dranken op de kaart

heeft. Denk aan: wijn, bier, koffie, thee.

- Restaurants minimaal twee gerechten serveren met fairtrade ingrediënten en er minimaal twee dranken fairtrade worden aangeboden.

OVERIGE BRANCHES

Er zijn in de gemeente vast nog mooie initiatieven die niet passen in de benoemde categorieën / branches. Bij overige branches kan je denken aan winkels zoals tuincentra, slijterijen, juweliers en speelgoedwinkels, tankstations, bakkers en groothandels. Maar, heb je zelf een goed alternatief, neem deze zeker mee in de campagne.

De winkels tellen mee als:

- Ze minimaal twee fairtrade producten verkopen.

TIPS VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 3:

- Een Wereldwinkel of WAAR in de gemeente? Zij hebben een bijzondere status binnen de campagne
- Voer een 0-meting uit. Dit geeft inzicht in het aantal Fairtrade deelnemers in jullie gemeente en is de basis om vanuit verder te werken.
- Ontwikkel een plattegrond met eerlijke en duurzame winkels. Dit is een leuke manier om inwoners van jouw gemeente te laten zien waar eerlijke producten te vinden zijn
- Stimuleer enthousiaste horecazaken om de titel Fairtrade Restaurant te behalen
- Zoek de samenwerking. Wil je graag Fairtrade bananen uitdelen tijdens de avondvierdaagse? Vraag een supermarkt te sponsoren met Fairtrade bananen
- Bij het landelijke campagnebureau kun je raamstickers aanvragen waarmee horeca en winkels duidelijk kunnen laten zien dat ze Fairtrade of duurzame producten verkopen.

INDICATOREN VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 3:

- Alle Fairtrade en duurzame winkels en horecagelegenheden staan vermeld op de lokale gemeente pagina met een verwijzing naar hun website en contactgegevens
- Voor het behalen van dit criterium zijn het aantal Fairtrade deelnemers en Fairtrade assortiment belangrijk



criterium 4: Bedrijven en maatschappelijke organisaties

Lokale bedrijven en maatschappelijke organisaties kopen en gebruiken duurzame en Fairtrade producten in de kantine en/of op de bedrijfsvloer.





Criterion 4: Bedrijven en maatschappelijke organisaties

Bij dit criterium is het van belang dat bedrijven en maatschappelijke organisaties fairtrade en duurzame producten gebruiken. Bijvoorbeeld doordat ze fairtrade koffie en thee schenken of eerlijke producten aanbieden in de kantine. Gaat het bij criterium 3 om de verkoop van producten bij criterium vier gaat het om het gebruik van producten op de werkvloer of in de kantine.

De geloofsgemeenschap(en) en de bibliotheek schenken Fairtrade koffie en thee. Maar wat te denken van scholen,

Hogescholen en Universiteiten? Zij kunnen zelfs een eigen Fairtrade titel behalen. Onder bedrijven verstaan we kantoren, ZZP'ers, leveranciers of ondernemers uit het midden- en klein bedrijf zoals kapperszaken die Fairtrade schenken voor de klanten. Onder maatschappelijke organisaties verstaan we kerken, scholen, bibliotheken, ziekenhuizen, waterschappen en bijvoorbeeld kinderbeoerders. Bij twijfel of een organisatie of bedrijf thuishoort in criterium 3 of 4? Overleg dan even met het landelijk campagnebureau.

| INWONERAANTAL | AANTAL BEDRIJVEN | AANTAL MAATSCHAPPELIJKE ORGANISATIES |
|----------------------------|----------------------|--------------------------------------|
| 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 | * / ** zie hieronder | * |

* Vanaf 100.000 inwoners geldt dat er voor elke volgende 50.000 inwoners of een deel daarvan, 1 bedrijf en 1 maatschappelijke organisatie extra erbij komt.

** Maximaal drie van de bedrijven mogen zzp'ers zijn die een eigen kantoor hebben

Bedrijven en organisaties tellen mee als:

- Ze minimaal twee fairtrade producten gebruiken

Per gemeente is het aantal bedrijven en maatschappelijke organisaties bepaald die eerlijke producten kopen en gebruiken. Een bedrijf of organisatie moet minimaal eerlijke koffie en thee schenken. Daarnaast stimuleert het lokale kernteam hen om meer fairtrade producten te gebruiken. Het aantal bedrijven en organisaties dat benodigd is om Fairtrade Gemeente te worden is vastgesteld aan de hand van het inwoneraantal en staat in onderstaande tabel aangegeven.

TIPS VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 4:

- Stimuleer bedrijven om Fairtrade kerstpakketten in te kopen bij de Wereldwinkel.
- Betrokken ondernemers kunnen als Fairtrade Ambassadeurs worden ingezet
- Betrek mensen uit het onderwijs of kerkgemeenschap bij het lokale kernteam, door lid te worden van het kernteam of in natura werkzaamheden te sponsoren. Denk bijvoorbeeld aan het beschikbaar stellen van een ruimte
- Bedrijven en organisaties zorgen voor activiteiten of acties waardoor mensen meer te weten komen over Fairtrade of enthousiast worden over het kopen van eerlijke producten. Bij organisaties is dat iets makkelijker in te passen dan bij bedrijven, dus zet vooral in op organisaties in en wees coulant voor de bedrijven
- Vraag bedrijven en organisaties om je werkgroep te helpen. Door werkgroeplid te worden of in natura de werkzaamheden van de werkgroep te sponsoren. Denk bijvoorbeeld aan het beschikbaar stellen van ruimte of vraag een bevriend communicatiebureau om jullie communicatieplan te schrijven.
- Clubs, verenigingen, ziekenhuizen, scholen (basis- en voortgezet), Hogescholen | Universiteiten, Waterschappen en Geloofsgemeenschappen kunnen een eigen Fairtrade titel in de wacht slepen
- Organiseer een Fairtrade / MVO award voor lokale ondernemers

INDICATOREN VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 4:

- Alle Fairtrade en duurzame bedrijven en organisaties staan vermeld op de lokale gemeente pagina met een verwijzing naar hun website en contactgegevens
- Bedrijven en organisaties gebruiken minimaal fairtrade koffie en thee, en bij voorkeur ook andere producten, zoals fruit en zoetwaren in de kantine en bijvoorbeeld Fairtrade kerstpakketten



criterium 5: Lokale (media)- aandacht

Het kernteam organiseert publieks-
evenementen, zorgt voor lokale
publiciteit rond de campagne en
creëert bewustwording over het
thema Fairtrade onder de inwoners.





Criterion 5: Lokale (media)- aandacht

Ervoor zorgen dat de campagne lokaal aandacht krijgt en blijft houden is erg belangrijk. Dit kan door de media op te zoeken of door een evenement te organiseren waardoor mensen betrokken raken bij eerlijke handel. Dit maakt de consument duidelijk dat Fairtrade in hun gemeente steeds makkelijker te vinden is en daar kunnen ze op inspringen door fair te gaan consumeren. Daarnaast kan media-aandacht ook andere bedrijven of organisaties overtuigen mee te gaan doen in de campagne. Een ander bijkomend voordeel van aandacht creëren voor de campagne is dat het motiverend werkt voor de partijen die al meedoen. Zij kunnen zien dat hun bijdrage effect heeft: door bewustere consumenten verkopen zij meer producten of krijgt hun bedrijf een positiever imago.

MEDIA AANDACHT

Door de pers te benaderen wanneer het kernteam een mooi evenement organiseert zorg je ervoor dat de campagne een enorme boost krijgt. De media zal waarschijnlijk berichten over deze leuke campagne en de deelnemers zien dat hun bijdrage ook echt daadwerkelijk

wat oplevert: in de media, en door de media ook weer bij alle inwoners. Vandaar dat het belangrijk is dat de moeite die het kernteam heeft gedaan om een evenement te organiseren concreet iets oplevert: een artikel in een krant of een televisie- of radio-item.

Zorg ook voor aandacht voor de campagne via de eigen kanalen door de inzet van social media zoals Facebook en Instagram. Een kernteam kan bijna niet zonder een eigen account. Het werkt ook heel inspirerend om te zien wat andere faire partijen online plaatsen. Op deze manier kunnen inwoners altijd zien wat de Fairtrade Gemeente campagne in hun gemeente heeft georganiseerd.

COMMUNICATIEPLAN

Het is duidelijk dat media-aandacht belangrijk is voor diverse doelen. Maar hoe krijg je nu de aandacht die je wilt hebben en vasthouden? Daarvoor heb je een communicatieplan nodig. Eigenlijk is dit communicatieplan een onderdeel van het algemene werkplan dat de werkgroep aan het begin van de campagne schrijft. Het werk- en communicatieplan kan ook richting de gemeente worden



ingezet als inspiratie en/of verantwoording voor financiële en andere ondersteuning.

In dit communicatieplan noem je een aantal basisprincipes en werk je deze uit. Zo omschrijf je het doel (wat wil je bereiken) en de doelgroepen waarop je de communicatie vooral wil richten en welke boodschap je wil overbrengen. Deze basisprincipes werk je uit door de strategie te bepalen: wat moet je doen om het doel te bereiken? Daarna werk je de strategie uit in een plan van aanpak waarbij je bepaalt welke middelen het kernteam gaat inzetten. In het plan neem je een werkverdeling en planning op en voeg je eventueel een begroting toe. Een belangrijke tip: plan en begroot realistisch! Anders loop je later tegen problemen aan. Op de website staat een format van een communicatieplan en voorbeelden van andere gemeenten.

EVENEMENTEN EN ACTIVITEITEN

Dé twee Fairtrade Weken in het voor- en najaar zijn bij uitstek geschikt om op in te haken door het lokale kernteam met het organiseren van een activiteit of evenement. Het landelijk campagnebureau ontwikkelt elke editie een thema en stelt gratis materialen ter beschikking. Maak hier ook zeker gebruik van! Voor het behalen van dit criterium wordt er jaarlijks tenminste één evenement of activiteit georganiseerd waarbij het publiek bij de campagne betrokken raakt.

INSPIRERENDE VOORBEELDEN

Presentatie op een ondernemersvereniging, een debatavond, een filmavond, een Fair & Duurzaam festival, een Fairtrade ontbijt, lunch of diner, het uitreiken van oorkondes aan nieuwe deelnemers, publieksevenement met muziek, het organiseren van een MVO award voor ondernemers of een Fair Fashion Festival in samenwerking met Young & Fair. Denk ook eens aan een mooie samenwerking met scholen (voortgezet, MBO en HBO) voor het opzetten en uitvoeren van een evenement. Daarnaast kunnen studenten de campagne voor een jongere doelgroep aantrekkelijk maken.

Media-aandacht en het organiseren van evenementen is dus een belangrijk onderdeel van onze campagne!

TIPS VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 5:

- Zorg voor een media-partner. Door samen te werken met een lokaal dag- of weekblad of de lokale omroep kan je meer publiciteit krijgen. Leuk om een periodieke rubriek te hebben van bijvoorbeeld interviews met lokale ondernemers die Fairtrade producten gebruiken of verkopen
- Ontwikkel een communicatieplan, dit geeft houvast en duidelijkheid wat te doen
- Maak een Facebook en/of Instagram account aan en post op regelmatige basis (minimaal 1x per week een inspirerende eigen post, bijvoorbeeld door een lokale ondernemer in het zonnetje te zetten)
- Organiseer samen met buurgemeente(n) een activiteit
- Maak gebruik van het thema en de materialen die het landelijk campagnebureau ontwikkelt tijdens de twee Fairtrade Weken in het voor- en najaar.

INDICATOREN VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 5:

- Er zijn minimaal zes inhoudelijke artikelen (nieuws- en/of persberichten) verschenen in de lokale media. Eigen ontwikkelde content op jullie social media platform wordt hierin ook meegenomen*
- Er heeft minimaal één publieksevenement plaatsgevonden
- Het kernteam zorgt ervoor dat hun eigen gemeente-pagina op www.fairtradegemeenten.nl altijd up-to-date is.

* Het overnemen van berichten op Instagram en Facebook van partners wordt hierin niet meegenomen, dus alleen eigen ontwikkelde content. Voorbeeld: Een plan om 10 weken lang 1x per week een Fairtrade deelnemer in het zonnetje te zetten door het plaatsen van een kort interview op social media.



criterium 6: Sustainable Development Goals

De titel Fairtrade Gemeente betekent dat jouw gemeente concreet bijdraagt aan de invulling van de Global Goals. Het kernteam draagt bij aan het levend maken van de SDG's en benoemt daarbij de impact van Fairtrade.





Criterion 6: Sustainable Development Goals

Het zesde criterium gaat over de Sustainable Development Goals (SDG's) / Global Goals. De titel Fairtrade Gemeente betekent dat jouw gemeente concreet bijdraagt aan de invulling van de Global Goals. Deze 17 door de VN opgestelde duurzaamheidsdoelstellingen dragen bij aan een eerlijke wereld met respect voor mens, milieu en klimaat. Door met de Global Goals aan de slag te gaan is het ook veel makkelijker om met andere duurzame partijen in de gemeente op te trekken en gezamenlijk aandacht te vragen voor de wereldwijde ambities.

DE 17 GLOBAL GOALS

Tot het jaar 2030 werkt de hele wereld aan het realiseren van de 17 Global Goals for Sustainable Development (SDG's) afgekort, de Global Goals. De 17 ambitieuze duurzame ontwikkelingsdoelen zijn opgesteld door de Verenigde Naties. Een einde aan armoede, gelijke rechten, eerlijke handel, geen discriminatie en klimaatverandering zijn een aantal van deze duurzame ontwikkelingsdoelstellingen. Onze Fairtrade Gemeente campagne biedt een prachtige kapstok voor alle activiteiten op het gebied van sociale, ecologische en economische duurzaamheid en laat de samenhang daartussen zien. Veel van de Global Goals hebben namelijk raakvlakken met eerlijke handel en de doelstellingen van de Fairtrade Gemeente campagne. Door als gemeente invulling te geven aan de Fairtrade Gemeente campagne lever je een concrete bijdrage aan tenminste 10 van de 17 Global Goals.

Ga aan de slag met de Global Goals in jouw gemeente! Verderop in de handleiding vinden jullie een overzicht welke SDG's zichtbaar raakvlak hebben met fairtrade. Zin om aan de slag te gaan met de Global Goals in jouw gemeente? We geven jullie drie concrete opties hoe

jullie kunnen voldoen aan het dichterbij brengen van de Global Goals. Er is ook de mogelijkheid om zelf invulling te geven aan criterium 6, kies dan voor optie 4.

Optie 1: Oprichten duurzaam platform of initiatiefgroep
Voorbeeld Optie 1: Versterking & Verbinding zoeken met duurzame initiatieven

De lokale overheid stimuleert en waardeert samenwerking van duurzame burgerinitiatieven. Als Fairtrade koploper kunnen jullie als kernteam aansluiting zoeken bij of het initiatief nemen een duurzaam platform op te richten en zo duurzame partijen binnen de gemeente bij elkaar te brengen. Denk aan organisaties zoals de wereldwinkel, de lokale overheid, de voedselbank, lokaal klimaatverbond, duurzaam ondernemersvereniging of burgerinitiatieven die zich hard maken voor de energietransitie, klimaat en/of milieu. Een grote club van vrijwilligers met als gezamenlijk doel invulling geven aan de Global Goals werkt heel enthousiasmerend. Belangrijk voor jullie als kernteam is om ervoor te zorgen dat Fairtrade niet ondersneeuwt in de lokale invulling van de Global Goals. De Global Goals gaan namelijk verder dan de eigen gemeente- en landsgrenzen.

Optie 2: Organiseren van SDG activiteit

Voorbeeld Optie 2: Organiseren van een evenement gericht op Fairtrade en de Global Goals

Bij deze optie organiseer je samen met individuen en organisaties een evenement, gericht op de 17 Global Goals, in jouw gemeente. Uiteraard is het voor jullie als kernteam de taak om Fairtrade onder te brengen in het programma. Het organiseren van een gezamenlijke activiteit is een mooi moment om jullie met andere duurzame partijen te presenteren aan de inwoners van jullie gemeente. Denk bijvoorbeeld aan een Fair &

Green markt, waar iedereen een eigen kraam bemenst en aandacht vraagt voor de Global Goals. Zorg dat deze goed zichtbaar zijn.

Ander voorbeeld om Fairtrade te koppelen aan de Global Goals en hier lokaal aandacht voor te vragen is een activiteit in samenwerking met de voedselbank in jouw gemeente. Hoe?

Fairtrade Gemeente zamelt (bijvoorbeeld tijdens de Fairtrade Week) Fairtrade producten in voor de gezinnen die elke week een voedselpakket via de Voedselbank krijgen.

Meedoen is simpel: koop een fairtrade product en doneer deze aan de lokale Voedselbank.

Optie 3: Bewustwordingscampagne

Voorbeeld optie 3: Voorlichting over Fairtrade en de Global Goals

Nog niet iedereen is bekend met de Global Goals. Willen jullie meer bekendheid geven aan Fairtrade gekoppeld aan de Global Goals? Denk dan eens aan een bewustwordingscampagne voor ondernemers of geef

voorlichting op scholen. Een social media campagne behoort ook zeker tot de mogelijkheden. Zorg er wel voor dat je de Global Goals koppelt aan jullie Fairtrade doelstellingen, maar zoek ook naar de verbinding. Consumenten eten bewuster, bijvoorbeeld door te kiezen voor fairtrade, vegetarisch, biologisch óf veganistisch en doet dit vaak uit overweging van klimaat (SDG 13) en/of het welzijn van het dier en willen weten waar het eten vandaan komt. Voedsel is dus een mooi thema om meerder Global Goals aan elkaar te koppelen. Tip: Maak een projectplan hoe jullie dit willen gaan aanpakken. In een brainstormsessie kan worden bepaald welke focus jullie willen aanbrengen. In dit plan kan een tijdsplan en een taakverdeling worden opgenomen.

Optie 4: Bedenk je eigen initiatief

Naast de hierboven uitgelichte opties is het voor jullie als kernteam ook mogelijk om een eigen invulling te geven de Global Goals. Belangrijk is wel dat Fairtrade centraal moet staan. Twijfel je of jullie initiatief mee kan tellen in dit criterium? Neem dan contact op met het landelijk campagnebureau. We kijken uit naar jullie creatieve ideeën.



Lees ook het eindrapport (op de hulpmiddelenpagina op onze website) van stagiair Jens van Meteren. Een kwalitatief onderzoek naar de bijdrage van de titel Fairtrade Gemeente aan de bredere duurzaamheidsdoelstellingen op gemeentelijk niveau met Fairtrade als integraal onderdeel van de Sustainable Development Goals.

De Global Goals en Fairtrade zijn dus onlosmakelijk met elkaar verbonden. Een logische stap dus om er hier breed aandacht voor vragen. Er blijven dus nog een aantal Global Goals over waar in jullie gemeente vast andere (vrijwilligers)organisaties actief op inzetten. Zoek de samenwerking met andere lokale initiatieven en maak de verbinding met de Global Goals.

TIPS VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 6

- We willen niet dat dit criterium een doelstelling wordt om vanuit de FTG de SDG's te promoten, je gaat ervan uit dat je de gemeente beloont met de bijdrage die Fairtrade levert voor het realiseren van de SDG's. Je slaat dan twee vliegen in een klap. Je draagt bij aan het levend maken van de SDG's en benoemt daarbij de impact van Fairtrade.
- Er zijn meer SDG gemeentes dan FTG gemeentes, maar juist door de inzet voor Fairtrade kunnen we anderen gemeentes ook voor onze campagne winnen.
- In dit criterium is samenwerking een must, samen met organisaties en ondernemers breng je de realisering van Fairtrade en de SDG's dichterbij elkaar

INDICATOREN VOOR HET BEHALEN VAN CRITERIUM 6:

- Het kernteam geeft concreet invulling aan optie 1, 2, 3 of 4, waarbij gelet wordt op:
 - de faciliterende rol van het kernteam als partner i.s.m. met duurzame initiatieven
 - de inzet van het kernteam en haar expertise als Fairtrade koploper
 - de inzet, vertegenwoordiging en aandacht van Fairtrade binnen de Global Goals
 - hoe het kernteam bewustwording onder inwoners en organisaties teweegbrengt.

FAIRTRADE BRENGT REALISERING VAN DE GLOBAL GOALS DICHTBIJ

Tot het jaar 2030 werkt de hele wereld aan het realiseren van de 17 Global Goals for Sustainable Development (SDG's). Ook Nederlandse organisaties, individuen, organisaties en gemeenten dragen bij. Met de titel Fairtrade Gemeente lever je direct een bijdrage aan de 10 van 17 SDG's. Hoe? Dat lees je hieronder.



SDG 1: Einde armoede

Met de Fairtrade minimumprijs wordt

bijgedragen aan de strijd tegen armoede. De minimumprijs is een vangnet voor 1,7 miljoen boeren en arbeiders in meer dan 75 landen. De minimumprijs beschermt hen tegen wisselvallige markten en is gebaseerd op de kosten voor duurzame productie.



SDG 2: Einde honger

Een einde aan honger, zorgen voor

voedselzekerheid en duurzame landbouw begint bij een eerlijke prijs. Kleinschalige boeren leveren 70% van het eten van de wereldbevolking en kunnen een grote rol spelen bij het beëindigen van wereldhonger – maar alleen als ze eerlijke prijzen krijgen voor hun gewassen en de juiste ondersteuning. Fairtrade biedt daarom (technische) ondersteuning voor kleine boeren om waarde toe te voegen aan hun producten.



SDG 5: Gelijke rechten mannen en vrouwen

Gelijke rechten voor

mannen en vrouwen is een belangrijk onderdeel van de Fairtrade principes. Door discriminatie op grond van geslacht, seksuele intimidatie en gendergerelateerd geweld te verbieden, helpt Fairtrade de rol van vrouwen te versterken. Daarnaast wordt de Fairtrade premie ingezet voor scholing in genderleiderschap en financiering voor vrouweninitiatieven.



SDG 8: Fatsoenlijk werk voor iedereen

De Fairtrade Hired

Labour Standard zorgt ervoor dat 200.000 arbeiders betere arbeidsomstandigheden hebben. Fairtrade komt op voor de arbeiders die onder meer onze thee, bananen en textiel produceren. Ze profiteren van betere arbeidsvoorwaarden ten aanzien van werktijden, overuren, contracten, etc., maar ook van belangrijke basisarbeidsrechten, zoals het recht op collectieve onderhandeling en vrijheid van vereniging. De standaard zorgt er tot slot voor dat ze toegang hebben tot middelen voor veilige werkomstandigheden.



SDG 10: Verminderen ongelijkheden

De Fairtrade standaarden dragen bij aan het verminderen van ongelijkheid door discriminatie te verbieden en gelijkheid te bevorderen. Fairtrade helpt vrouwen, jongeren en migranten aan meer zelfvertrouwen om deel te nemen aan de besluitvorming binnen coöperaties en plantages. Daarnaast worden ze beschermd tegen gendergerelateerd geweld en andere vormen van discriminatie bij werving, opleiding en promotie. Ze profiteren van technische ondersteuning en bijscholing om fatsoenlijke inkomsten te verwerven.



SDG 11: Duurzame steden en gemeenschappen

We zijn een landelijke beweging die verder gaat dan een lokaal clubje vrijwilligers dat fairtrade een warm hart toedraagt. Fairtrade Gemeenten zijn onderdeel van de grootste, internationale, fairtrade, grassrootsbeweging: Fairtrade Towns. Via de politieke agenda bouwen wij gezamenlijk aan sterke duurzame gemeenten en gemeenschappen.



SDG 12: Duurzame consumptie en productie

Fairtrade is het enige keurmerk dat werkt aan beide uiteinden van de keten en zo bijdraagt aan duurzame consumptie- en productiepatronen. Aan de ene kant worden de producentenorganisaties ondersteund om te voldoen aan de Fairtrade sociale- en milieunormen (zoals geen kinder- en dwangarbeid en geen genetische gemodificeerde gewassen). Aan de andere kant zijn handelaren en inkopers verantwoordelijk via de Fairtrade Trade Standard voor onder andere eerlijke prijzen, transparante contracten, voorfinanciering voor producenten en naleving van arbeids- en milieuwetgeving.



SDG 13: Klimaat

Fairtrade onderneemt actie op SDG 13:

aanpak klimaatverandering en de gevolgen daarvan voor boeren en arbeiders. Fairtrade promoot de bescherming van milieu en biodiversiteit door verschillende standaarden en programma's. Zo gebruiken steeds meer boeren regenwater, planten schaduwboomen, schakelen over op biogas en hernieuwbare energiebronnen en investeren in organische meststoffen en dynamische boslandbouw. Daarnaast is de Fairtrade Climate Standard de eerste in zijn soort die onevenwichtigheden op de carbon markt aanpakt en een eerlijk financieel rendement voor de producenten garandeert.



SDG 16: Vrede, veiligheid en sterke publieke diensten

Fairtrade is wereldwijd het enige keurmerk dat voor 50% in handen is van boeren en arbeiders zelf. Fairtrade coöperaties, die zich moeten houden aan de Fairtrade standaarden om democratisch, transparant en inclusief te zijn, kunnen betere deals sluiten met handelaren. Daarnaast krijgen ze toegang tot krediet, verzekeringen en andere financiële diensten. Ze beslissen zelf over hoe de Fairtrade premie besteed wordt, of ze bijvoorbeeld de productiviteit verbeteren of de duurzame ontwikkelingsprioriteiten van hun gemeenschap aanpakken.



SDG 17: Partnerschap

Fairtrade brengt producentenorganisaties, vakbonden, consumenten en campagnevoerders van over de hele wereld samen om het mondiaal partnerschap te versterken en om doelen te bereiken. Fairtrade werkt samen met ruim 1,7 miljoen boeren en arbeiders, 1.600 producentenorganisaties, meer dan 4.000 bedrijven en talloze vakbonden, consumenten en campagnevoerders wereldwijd. Meer dan 2.100 steden, scholen, universiteiten, overheden en andere organisaties ondersteunen de Fairtrade principes. Deze samenwerkingen bewerkstelligen eerlijkere handelspraktijken die essentieel zijn voor duurzame economische groei.



AANVRAGEN TITEL FAIRTRADE GEMEENTE

Voldoen jullie aan alle criteria van onze campagne? Tijd om de titel aan te vragen!

DE ZES CAMPAGNECRITERIA ZIJN BEHAALD

Om de titel Fairtrade Gemeente aan te kunnen vragen moet je aan alle zes campagnecriteria voldoen. Zijn er voldoende Fairtrade deelnemers met het daarbij behorende Fairtrade assortiment in de gemeente? Zijn alle evenementen goed zichtbaar op jullie lokale pagina? Ja? Vraag dan de vragenlijst aan bij het landelijke campagnebureau, vul deze in en verzenden maar! Binnen 4 weken na indienen van jullie aanvraag ontvangen jullie uitsluitstel van het bestuur en de Commissie Titeltoekenning. Vraag het online invulformulier aan door een mail te sturen naar info@fairtradegemeenten.nl. Hier kunnen jullie ook bewijslast zoals een werkplan en het inkoopbeleid van de gemeente uploaden.

ORGANISEER EEN SPETTEREND TITELFEEST

Plan ruim van tevoren de titeluitreiking en geef dit DOOR aan de campagnecoördinator. Wij zorgen er voor dat er een bestuurslid de titel kan komen uitreiken aan de gemeente. Natuurlijk wordt het een groots evenement waarbij je alle bedrijven, organisaties, scholen en anderen die hebben bijgedragen aan de campagne betreft. En ook deze uitreiking is naast een groots feest natuurlijk ook een groots media-evenement. De redacties willen ruim op tijd weten wanneer een dergelijk evenement plaatsvindt en er het liefst ook aan herinnerd worden zodat ze het niet zullen missen.

DE TITEL IS GEEN EINDSTATION MAAR EEN STARTPUNT

Na het behalen van de titel blijft het belangrijk om actief te blijven. Er kunnen altijd meer mensen worden overtuigd om eerlijk te consumeren en hun bedrijf of organisatie fair te maken. Zorg ervoor dat hun aandacht vastgehouden wordt en zoek nieuwe uitdagingen voor de toekomst. Kijk of er jaarlijkse evenementen georganiseerd kunnen worden en welke mediagelegenheden het kernteam kan creëren. Ook is het belangrijk dat de lokale webpagina up-to-date wordt gehouden. Welke winkels zijn over de streep getrokken? Welke leuke evenementen staan er in de planning? Op die manier houd je inwoners en deelnemende bedrijven en organisaties enthousiast over Fairtrade.

AANVRAGEN VERLENGING FAIRTRADE GEMEENTE

Titelverlengingen dienen tweejaarlijks in december te worden ingediend. Begin december verstuurd het landelijk campagnebureau inloggegevens voor het invullen van de online vragenlijst. Zorg ook dat jullie pagina op www.fairtradegemeenten.nl is bijgewerkt. De vragenlijst en de pagina samen zorgen voor verlenging van de titel. Zorg dus dat je de zomerperiode gebruikt om een start te maken met het updaten van jullie pagina en het invoeren van wijzigingen bij bestaande en nieuwe deelnemers, het uploaden van recente foto's en het plaatsen van recente nieuwsberichten en evenementen. Vergeet dus niet tweejaarlijks de titel te herbevestigen. Bij het opnieuw aanvragen van de titel wordt gekeken wat er de afgelopen twee jaar is georganiseerd en wat er op de planning staat. Er wordt ook gekeken of het kernteam aan de slag is gegaan met de uitdagingen die in het titelrapport waren opgenomen. Zodra de titel weer is toegekend is dat natuurlijk ook een mooie gelegenheid voor een feestje en media-aandacht.

De campagne is niet afgelopen als een gemeente de zes criteria heeft behaald en de titel heeft verdiend. Na het behalen van de titel krijgen jullie de mogelijkheid om zelf invulling te geven aan jullie lokale campagne. Het up-to-date houden van alle duurzame en Fairtrade deelnemers (criterium 3 en 4) is vaak een behoorlijke klus en niet altijd inspirerend. Heb je behoefte om een verdiepingsslag te maken met jullie lokale campagne? Het verdiepingsplan houdt in dat in plaats van de herbevestiging voor criteria 3 en 4, het kernteam een alternatief plan opzet om een eigen invulling te geven aan de lokale campagne. Criteria 1, 2, 5 en 6 moeten nog steeds herbevestigd worden.

FORMAT OM VERDIEPINGSPLAN IN TE DIENEN

Na het behalen van de titel is er ruimte om een eigen invulling te geven aan jullie lokale campagne. Willen jullie een buurgemeente begeleiden op weg naar de titel? Fairtrade Titels toekennen aan organisaties? Zet het in een verdiepingsplan en ga er mee aan de slag. Meer weten over hoe jullie een verdiepingsslag kunnen maken?

Het verdiepingsplan geeft erkenning aan de creativiteit en het enthousiasme van de lokale kernteams. Van projecten rond basisscholen tot lokale deelnemers stimuleren een eigen Fairtrade titel te behalen, (meer) bewustwording bij inwoners, Fairtrade Ziekenhuis, enthousiasmeren buurgemeenten, initiatief nemen tot Fairtrade Provincie tot participeren in lokale kookprogramma's op TV. De lijst van fairtrade activiteiten is lang en verrassend. Met uiteraard Fairtrade als focus en daar natuurlijk zoveel mogelijk mensen te bij betrekken. Een format verdiepingsplan en voorbeelden van Fairtrade Gemeenten zijn terug te vinden op de hulpmiddelen pagina op onze website. Geef het document (format) een eigen naam, sla het op, zodat je het tussentijds kan bewerken en op een later moment kan versturen. Het verdiepingsplan dient ingevuld en met eventuele bijlagen voor 1 december te zijn verstuurd naar info@fairtradegemeenten.nl.

Na het behalen van de titel zijn er dus twee opties om jullie titel te herbevestigen:

Optie 1: Herbevestiging door te voldoen aan de eisen behorende bij criterium 1 t/m 6

Optie 2: Voldoen aan de eisen van criterium 1,2,5 en 6 én een verdiepingsplan indienen.

Het verdiepingsplan houdt in dat in plaats van de herbevestiging voor criteria 3 en 4, het kernteam een alternatief plan opzet om een eigen invulling te geven aan criterium 3 en 4. Criteria 1, 2, 5 en 6 moeten nog steeds herbevestigd worden zoals voorheen. Het verdiepingsplan geeft erkenning aan de creativiteit en het enthousiasme van de lokale kernteams. Van projecten rond basisscholen tot lokale deelnemers stimuleren een eigen fairtrade titel te behalen, (meer) bewustwording bij inwoners, Fairtrade Ziekenhuis, enthousiasmeren buurgemeenten, initiatief

nemen tot Fairtrade Provincie tot participeren in lokale kookprogramma's op TV. De lijst van fairtrade activiteiten is lang en verrassend.

HOE ZIET EEN VERDIEPINGSPLAN ER DAN UIT?

Het verdiepingsplan is een plan waarin het kernteam concreet aangeeft hoe zij de komende twee jaar eerlijke handel promoten binnen de gemeente. Hieraan mag zelf een creatieve invulling worden gegeven. We hebben een format voor jullie ontwikkeld, zie onze hulpmiddelen pagina op de website, maar je mag ook een eigen document opzetten. In het plan moeten in ieder geval de volgende punten aan bod komen:

- Korte omschrijving van mijlpalen van de lokale campagne tot nu toe
- Activiteitenplan komende twee jaar waarin eerlijke handel en duurzaamheid centraal staan
- Omschrijving van de doelen voor de komende twee jaar
- (SMART-doelstelling per onderwerp (Specifiek Meetbaar Acceptabel Realistisch en Tijdsgebonden)
- Mate van vernieuwing (op welke manier wijkt dit plan af van de reguliere activiteiten van het kernteam)
- Uitvoering van het plan inclusief tijdspad voor de komende twee jaar. Wie zijn er betrokken?
- Bewustwording bij deelnemers en/of inwoners van de gemeente
- Meetbaarheid
- Communicatieplan (denk aan promotie via website, lokale krant, social media etc.)
- (Begroting)

Bovenstaande punten zijn nuttig om mee te nemen in het verdiepingsplan. Zo kan het plan zo realistisch en concreet mogelijk worden gemaakt. De indeling en uitwerking hiervan is aan het kernteam.

INSPANNINGSVERPLICHTING

Het 2-jarenplan wordt zo concreet mogelijk ingediend. Het plan dient voor 1 december van het jaar dat jullie de titel moet verlengen te worden ingeleverd. Het kan als upload worden meegenomen in de online vragenlijst of separaat gemaïld worden naar (info@fairtradegemeenten.nl).

Het plan wordt beoordeeld door het landelijk campagnebureau. Hierna kan het verdiepingsplan van start gaan! Het behalen van de doelstellingen gaat volgens inspanningsverplichting: het kernteam moet na 2 jaar laten zien dat alles uit de kast is gehaald om de doelstellingen te realiseren.

TIPS & INSPIRATIE

Bij het ontwerpen van jullie verdiepingsplan kunnen jullie creatief te werk gaan. Hoe kan fairtrade actief uitgedragen worden binnen de gemeente? Dit kan bijvoorbeeld door te focussen op een of meer van de volgende punten:

- 'Eerlijke handel op school': een concreet plan voor een scholencampagne waar eerlijke handel onder de aandacht wordt gebracht via lespakketten, klassenpresentaties, acties of een wedstrijd
- 'De gemeenschap betrekken': een concreet plan over toename van het aantal Fairtrade scholen, kerken, restaurants, ziekenhuis, waterschap, etc.
- 'De provincie betrekken': een concreet plan met als doel een titel Fairtrade provincie.
- 'De regio betrekken': een concreet plan om buurgemeenten te overtuigen van Fairtrade.
- 'Meer bekendheid fairtrade': een concreet campagneplan rondom eerlijke handel.

Vragen over de uitwerking van het verdiepingsplan? Mail of bel naar het landelijk campagnebureau Fairtrade Gemeente, wij helpen jullie graag verder op weg!

FAIRTRADE PROVINCIE



1. WERKGROEP

De provincie heeft een werkgroep die de campagne in de eigen provincie trekt. De werkgroep bestaat in ieder geval uit:

- Vertegenwoordigers van het provinciebestuur, ambtelijk en/of politiek
- Vertegenwoordigers van Fairtrade Gemeente(n) in de provincie
- Vertegenwoordigers van organisaties en bedrijven uit de provincie

De werkgroep meldt zich via de campagnewebsite aan bij het campagnesecretariaat. De provinciale werkgroep neemt de nodige initiatieven om de titel te behalen, en nadien ook te behouden.

2. PROVINCIEBESTUUR

Het provinciebestuur committeert zich aan de campagne Fairtrade Provincie. Dat doet zij door onderstaande acties:

- het provinciebestuur (provinciale staten en/of gedeputeerde staten) spreekt zich via een collegebesluit uit voor Fairtrade en het streven om een Fairtrade Provincie te worden
- 60% van het totale volume koffie en/of thee (eventueel te vervangen door fairtrade koffie en cacao) die de provincie aanschaft voldoet aan de criteria van eerlijke handel. De provincie spreekt zich middels een collegebesluit uit om binnen vijf jaar 100% koffie en/of thee (eventueel te vervangen door fairtrade koffie en cacao) aan deze criteria te laten voldoen
- de kantines van alle gebouwen waarin de provincie gevestigd is bieden minimaal vier verschillende Fairtrade producten aan. De provincie streeft naar uitbreiding hiervan.
- de provincie geeft via haar interne en externe communicatiemiddelen bekendheid aan de campagne zodat alle medewerkers, maar ook bedrijven, organisaties en inwoners van de provincie op de hoogte zijn van het streven om Fairtrade Provincie te worden.
- de provincie stimuleert en/of faciliteert gemeenten om deel te nemen aan de Fairtrade Gemeente campagne.

3. FAIRTRADE GEMEENTEN IN DE PROVINCIE

Van alle gemeenten in de provincie dient 75% actief te zijn als Fairtrade Gemeente en aangemeld te zijn via de campagnewebsite. Een gemeente is actief als er minimaal een lokale campagnewerkgroep actief is, de werkgroep geregistreerd is bij het landelijke campagnesecretariaat en een van de overige criteria behaald is. Van alle gemeenten in de provincie dient bovendien 45% de titel Fairtrade Gemeente behaald.

UITZONDERINGSREGEL FAIRTRADE PROVINCIE

Provincies met meer dan 50 gemeenten kunnen gebruik maken van de uitzonderingsregel om niet een bepaald percentage van alle gemeenten aan de criteria te laten voldoen, maar om de criteria toe te laten passen op het aantal inwoners van de provincie.

Dit betekent dat, om in aanmerking te komen voor de titel Fairtrade Provincie bij de provincies die gaan voor de uitzonderingsregel, 75% van de inwoners van de provincie in een gemeente wonen die actief is in de campagne. Bovendien woont 45% van de inwoners van de provincie in een Fairtrade Gemeente. Hierdoor wordt de titel ook voor provincies met grote aantallen gemeenten haalbaar.

NOORD-BRABANT ALS VOORBEELD

Noord-Brabant telt 61 gemeenten en komen dus in aanmerking voor uitzonderingsregel. De provincie heeft 2.545.000 miljoen inwoners (2019). Om de titel te behalen moeten er 1.908.750 inwoners in een gemeente wonen die actief is in de campagne (75%). Bovendien moeten er 1.145.250 inwoners in een Fairtrade Gemeente wonen (45%). Natuurlijk zullen zij ook aan de andere criteria voor Fairtrade Provincie moeten voldoen om de titel in de wacht te slepen.

4. SUBSIDIERELATIES BEDRIJVEN EN ORGANISATIES

De provincie heeft niet alleen een relatie met gemeenten in de provincie, maar ook met bedrijven en organisaties. Bij die bedrijven en organisaties stimuleert de provincie actief en zichtbaar het gebruik van Fairtrade producten, bijvoorbeeld door:

- bedrijven en organisaties te informeren dat de provincie belang hecht aan het gebruik van Fairtrade producten

- het gebruik van Fairtrade producten bij evenementen te stimuleren

5. MEDIA AANDACHT

Regelmatig krijgt de campagne voor Fairtrade Provincie aandacht in provinciale media (radio, TV, gedrukte media). Bijvoorbeeld naar aanleiding van een actie van de provinciale werkgroep, een besluit van het provinciebestuur, of het behalen van een nieuw criterium. De indicatoren bij dit criterium zijn:

- De provinciale werkgroep ontwikkelt een strategie om de fairtrade campagne op provinciaal niveau op meerdere momenten in het jaar in het nieuws te brengen.
- Gedurende de hele campagneperiode heeft de werkgroep op meerdere momenten in het jaar publicaties in de media gerealiseerd (met minimaal zes publicaties)
- Bij het verkrijgen van de titel probeert de werkgroep media-aandacht te genereren.

BIJLAGE



BIJLAGE: REGIONAAL KERNTTEAM

Naast een lokaal kernteam in jouw gemeente is het ook mogelijk om je aan te sluiten bij een regionaal kernteam. Een regionaal kernteam is actief en neemt het initiatief in de regio om titels te behalen en behouden voor gemeenten die zich aansluiten bij het regionale kernteam. Een regionaal kernteam heeft in ieder geval één kernteamlid (voorkeur heeft twee leden) uit een aangesloten gemeente. Het initiatief voor het samenstellen van een regionaal kernteam ligt bij de lokale kernteams. Alle aangesloten gemeenten streven naar het behalen en behouden van de titel Fairtrade Gemeente en betaling van de jaarlijkse bijdrage. Graag jullie regionale kernteam en de aangesloten gemeenten aanmelden bij je regioadviseur of het landelijk campagnebureau via info@fairtradegemeenten.nl.

Voordelen van aansluiting bij een regionaal kernteam zijn:

- verenigde krachten om samen op te trekken in activiteiten
- met een klein gemeente kernteam toch activiteiten ontwikkelen in jouw gemeente

- meer uitwisseling, voldoening, energie en enthousiasme
- verder denken dan de eigen grenzen
- behalen van de titel Fairtrade Regio

Indicatoren regionaal kernteam:

- Er is een regionale werkgroep, die uit verschillende geledingen en gemeenten is samengesteld en alle deelnemende gemeenten bedient
- Gemeenten, die toetreden tot de samenwerkende fairtrade regio, werken samen mee aan de regionale fairtrade campagne en gebruiken in eigen huis fairtrade producten
- De gemeenten beleggen regelmatig een regionaal overleg.

Ambitie voor een regionale titel?

Het is ook mogelijk met je regionale kernteam een titel Fairtrade Regio te behalen. Wil je meer weten over het behalen van de titel Fairtrade Regio? Lees dan de criteria hieronder:

| CRITERIA OUDE TITELS | CRITERIA FAIRTRADE REGIO |
|---|--|
| 1. Er is een lokale werkgroep die actief is en legt daarover (twee-)jaarlijks verantwoording af | Er is een regionale werkgroep, die uit verschillende geledingen en gemeenten is samengesteld en alle deelnemende gemeenten bedient |
| 2. De gemeente is voor fairtrade, gebruikt fairtrade producten en spreekt zich daarover uit | Gemeenten, die toetreden tot de samenwerkende fairtrade regio, werken samen mee aan de regionale fairtrade campagne en gebruiken in eigen huis fairtrade producten |
| 1. Winkels en horecaverkopen eerlijke producten | Zie alternatief onder 7. |
| 4. Maatschappelijke organisaties, waaronder kerken, scholen, universiteiten, sportinstellingen, gemeenschapshuizen, gebruiken fairtrade producten | Zie alternatief onder 7. |
| 5. Media aandacht: de werkgroep genereert lokale publiciteit en organiseert evenementen om de aandacht te trekken en bewustwording op gang te brengen | Een fairtrade regio genereert publiciteit, die alle gemeenten bereikt en organiseert in alle gemeenten evenementen om de aandacht te trekken en bewustwording op gang te brengen. |
| 6. De verbinding met MVO en duurzaamheid wordt zichtbaar gemaakt | In de Fairtrade campagne komt de verbinding met de 17 Duurzaamheidsdoelen, die de V.N. en de Nederlandse regering hebben gesteld en waarin gemeenten een bijdrage hebben te leveren |
| 7. Als alternatief voor 3 en 4 spreekt de werkgroep haar ambities uit in een Verdiepingsplan voor 2 jaar. | Een Fairtrade regio bestaat uit gemeenten, die actief willen zijn als fairtrade regio en die dat commitment hebben vastgelegd in een overtuigend Verdiepingsplan. Hierin wordt genoegzaam aangetoond dat de campagne zijn beslag krijgt in alle gemeenten en hier ook draagvlak heeft. |

De 10 speerpunten van de Fairtrade Gemeente campagne



1. Wereldwijde campagne

Fairtrade Gemeenten maken deel uit van meer dan 2.000 Fairtrade Towns in Europa, Noord- en Zuid-Amerika, Afrika, Azië en Australië. Dit omvat ook grote steden zoals Londen, Brussel, Parijs, San Francisco, New Koforidua, Quito, Adelaide, Helsinki, Stockholm en Oslo.



2. Nationaal netwerk

Fairtrade Gemeenten vormen schakels in een landelijke campagne op weg naar een Fairtrade Nederland. De landelijke campagne organiseert en faciliteert regelmatig (regio) bijeenkomsten om kennis en ervaringen te delen. Per november 2017 wonen meer dan 6,5 miljoen burgers in een Fairtrade Gemeente.



3. Monitoring en bewaking kwaliteit

De Fairtrade Gemeente campagne stimuleert fairtrade in Nederland. Dit omvat alle initiatieven die voldoen aan de internationale criteria van fairtrade. Een onafhankelijke jury beoordeelt de titelaanvragen en titelverlengingen. Zo garanderen wij de betrouwbaarheid van de titel Fairtrade Gemeente.



4. Helpdesk

Het landelijk campagnebureau biedt handvatten en ondersteunt Fairtrade Gemeenten (in wording) via de website, bijeenkomsten, bezoeken en nieuwsbrieven. We ontwikkelen (actie)materialen en bieden ondersteuning aan lokale kernteams voor het uitrollen van de lokale campagne en bij het behalen én het behouden van de titel Fairtrade Gemeente.



5. Eerlijke handel

Om te zorgen dat meer mensen in ontwikkelingslanden een kans op ontwikkeling krijgen, is het belangrijk dat meer producten volgens de fairtrade principes worden verhandeld. Dat kan wanneer meer consumenten en bedrijven fairtrade producten kopen, maar ook wanneer meer winkels, groothandels en cateraars fairtrade producten aanbieden.



6. Stakeholders

Bestuur en landelijk campagnebureau hebben een makelaarsfunctie tussen lokale initiatieven, de overheid, en samenwerkingspartners. Het bureau faciliteert campagnes zoals fairtrade ziekenhuizen, scholen, (sport)verenigingen en waterschappen en ontwikkelt hiervoor materialen en een handleiding. Wij ondersteunen talloze landelijke en internationale initiatieven om over te gaan op fairtrade.



7. Ambassadeurs

Binnen de Fairtrade Gemeente campagne ontwikkelen politici, ambtenaren, ondernemers, maatschappelijke organisaties en winkeliers die duurzaamheid en fairtrade serieus nemen, initiatieven om lokale bedrijven en burgers meer bewust te maken van wat er achter eerlijke handel schuil gaat.



8. Duurzaamheidseisen

Tot het jaar 2030 werkt de hele wereld aan het realiseren van 17 Sustainable Development goals (SDG's). Fairtrade Gemeenten werken concreet aan 8 van de 17 doelen, zoals einde armoede, gelijke rechten, eerlijke handel, geen discriminatie en klimaatverandering. Gemeenten dragen zo hun steentje bij aan ontwikkelings-samenwerking.



9. Fairtrade Weken

De Fairtrade Gemeente campagne organiseert tijdens de twee jaarlijkse Fairtrade Weken acties waaraan de lokale kernteams kunnen deelnemen voor de promotie en bewustwording van fairtrade onder consumenten, bedrijven en/of organisaties. Tijdens de Fairtrade Weken is er gratis aanvullend promotiemateriaal beschikbaar.



10. Fairtrade Premie

Fairtrade stelt keiharde financiële eisen met betrekking tot de betaling aan producenten. Tenminste de minimumprijs en een vaste, niet onderhandelbare premie, waarmee zij in verdere ontwikkeling kunnen investeren. In 2016 is er 7,8 miljoen euro aan fairtrade premie afgedragen.



EERLIJKE EN DUURZAME KOFFIE OP JE WERK? JA, NATUURLIJK!



NEDERLANDERS DRINKEN 50 MILJOEN KOPJES KOFFIE PER DAG. MEER DAN IN ELK ANDER EUROPEES LAND.

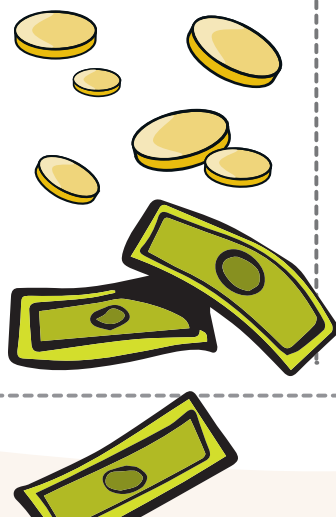
FAIRTRADE STAAT VOOR:



- een eerlijke prijs voor boerencoöperaties
- goede arbeidsomstandigheden
- milieuvriendelijke teelt

FAIRTRADE IS HET ÉNIGE KEURMERK

dat keiharde financiële eisen stelt met betrekking tot de betaling aan de koffieboerencoöperatie (tenminste de minimumprijs en een vaste, niet onderhandelbare premie).



80% VAN DE KOFFIE TER WERELD

wordt geteeld door kleine boeren.



4 MILJOEN

KOFFIEBOEREN WERELDWIJD LEVEN ONDER DE ARMOEDEGRENS.

De Fairtrade premie gaat bijvoorbeeld naar:



ONDERWIJS



KWALITEIT



INFRASTRUCTUUR



PRODUCTIVITEIT



GEZONDHEIDSZORG

HOE MAAK IK MIJN WARME DRANKEN EERLIJK EN DUURZAAM?



- ✓ **Schenken jullie al Fairtrade koffie?** Dan dragen jullie met deze keuze bij aan een betere wereld. Namens de koffieboeren bedankt!
- ✗ **Zo niet**, lees dan vooral verder. Er zijn **2 opties** (afhankelijk van jullie inkoopbeleid) om wél je koffie duurzaam en eerlijk te maken.

OPTIE 1: OPENBARE AANBESTEDING

- Door bij de eerstvolgende openbare aanbesteding op warme dranken de onderstaande eerlijke handelscriteria mee te nemen. Koffieboeren kunnen alleen investeren in armoedebestrijding en duurzame ontwikkeling als hen een prijs betaald wordt die dat mogelijk maakt. Daarnaast is het van belang dat de handelspraktijken door een onafhankelijke partij geaudit worden. Steeds meer inkopers erkennen dit en plaatsen dan ook in hun aanbesteding de volgende veel gebruikte tekst:

DE TE LEVEREN KOFFIE, THEE EN CACAO DIENT TE VOLDOEN AAN DE ONDERSTAANDE CRITERIA*:

- 1 Dekking kosten sociaal- en milieuvriendelijke productie** – Producten worden tenminste tegen een vaste minimumprijs (garantieprijs die kosten voor sociaal-milieuvriendelijke productie dekt) bij producentenorganisaties afgenomen. Als de wereldmarktprijs boven de minimumprijs (garantieprijs) komt, wordt de wereldmarktprijs betaald aan de producentenorganisatie.
- 2 Investeren in ontwikkeling** – Producentenorganisaties ontvangen een additionele vaste en niet-onderhandelbare premie, waarmee zij in verdere ontwikkeling kunnen investeren en waarover zij zelf kunnen beslissen waaraan het besteed wordt.
- 3 Voorfinanciering** – De productenorganisaties kunnen indien gewenst een percentage van de verkoopprijs van hun product al ontvangen vóór verscheping, zodat zij noodzakelijke investeringen kunnen doen.
- 4 Onafhankelijke verificatie en controle** – Audits op punt 1, 2 en 3 dienen te worden uitgevoerd door een onafhankelijke derde partij ten minste eenmaal per drie jaar en dienen tevens toe te zien op de naleving van de ILO-conventies.

N.B. de bovenstaande tekst en criteria geheel overnemen in de aanbesteding.

* Bovengenoemde criteria zijn gecontroleerd door een advocaat van CMS en al eerder gebruikt in gepubliceerde openbare aanbestedingen; hieraan kunnen geen rechten worden ontleend.

OPTIE 2: ANDER INKOOPBELEID

Kies dan gewoon voor Fairtrade koffie! Te herkennen aan het Fairtrade keurmerk rechtsboven. Fairtrade koffie is gewoon verkrijgbaar bij jouw leverancier of groothandel. Vraag hiernaar! Met jullie dagelijkse kopje koffie help je dan koffieboeren in ontwikkelingslanden een sterkere plek te verwerven in de handelsketen en geef je hen de mogelijkheid om te investeren in een duurzame toekomst. De koffiemachine werkt dan 'als motor voor ontwikkeling'.

MEER WETEN?

Fairtrade Nederland – info@fairtradenederland.nl – www.fairtradenederland.nl

BIJLAGE: BRENG DE GLOBAL GOALS DICHTBIJ

Het is vaak een behoorlijke uitdaging om de internationale duurzaamheidsdoelstellingen te vertalen naar een lokale activiteit of uiting. In de powerpointpresentatie hieronder leggen we eerst uit hoe Fairtrade bijdraagt aan het Global Goal gevold door een slide met een concrete lokale invulling. Het is bedoeld als inspiratie dus je mag

uiteraard zelf eigen invulling geven. Loop je ergens tegenaan? Laat het ons weten en we denken graag met je mee!

De Global Goals die raakvlakken hebben met Fairtrade zijn tenminste: Global Goal 1,2 5, 8, 10, 12, 13 en 16.

CRITERIUM 6 SDG'S

DUURZAME ONTWIKKELINGSDOELEN



SDG's



SDG1 EINDE ARMOEDE

MET DE FAIRTRADE MINIMUMPRIJS WORDT BIJGEDRAGEN AAN SDG1, DE STRIJD TEGEN ARMOEDE

DE MINIMUMPRIJS IS EEN VANGNET VOOR 1,7 MILJOEN BOEREN EN ARBEIDERS IN MEER DAN 75 LANDEN. DE MINIMUMPRIJS BESCHERMT HEN TEGEN WISSELVALLIGE MARKTEN EN IS GEBASEERD OP DE KOSTEN VOOR DUURZAME PRODUCTIE.



SDG1 GEEN ARMOEDE

DE TITEL FAIRTRADE GEMEENTE BETEKENT DAT ER IN JOUW GEMEENTE WORDT GEWERKT AAN MEER EERLIJKE HANDEL.

DOOR HET BETALEN VAN EEN EERLIJKE PRIJS AAN BOEREN EN PRODUCTENTEN AAN HET BEGIN VAN DE PRODUCTIEKETEN DRAAG JE BIJ AAN ARMOEDEBESTRIJDING.



2 GEEN HONGER



SDG2 GEEN HONGER

EINDE AF AN HONGER, ZORGEN VOOR VOEDSELZEKERHEID EN DUURZAME LANDBOUW BEGINT BIJ EEN EERLIJKE PRIJS: SDG 2

KLEINSCHALIGE BOEREN LEVEREN 70% VAN HET ETEN VAN DE WERELDBEVOLKING EN KUNNEN EEN GROTE ROL SPELEN BIJ HET BEËINDIGEN VAN WERELDHONGER – MAAR ALLEEN ALS ZE EERLIJKE PRIJZEN KRIJGEN VOOR HUN GEWASSEN EN DE JUISTE ONDERSTEUNING. FAIRTRADE BIEDT DAAROM (TECHNISCHE) ONDERSTEUNING VOOR KLEINE BOEREN OM WAARDE TOE TE VOEGEN AAN HUN PRODUCTEN.



SDG 2 GEEN HONGER

ORGANISEER EEN ACTIVITEIT MET FAIRTRADE PRODUCTEN I.S.M. VOEDSELBANK IN DE LOKALE SUPERMARKT



SDG5 GENDER-GELIJKHEID

DE FAIRTRADE STANDAARDEN DRAGEN BIJ AAN SDG 5: GELIJKE RECHTEN VOOR MANNEN EN VROUWEN

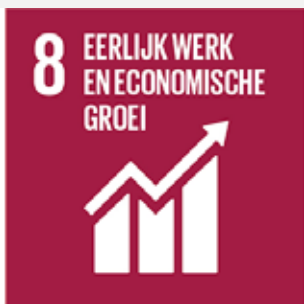
GELIJKE RECHTEN VOOR MANNEN EN VROUWEN IS EEN BELANGRIJK ONDERDEEL VAN DE FAIRTRADE PRINCIPES. DOOR DISCRIMINATIE OP GROND VAN GESLACHT, SEKSUELE INTIMIDATIE EN GENDERGERELATEERD GEWELD TE VERBIEDEN, HELPT FAIRTRADE DE ROL VAN VROUWEN TE VERSTERKEN. DAARNAAST WORDT DE FAIRTRADE PREMIE INGEZET VOOR SCHOLING IN GENDERLEIDERSCHAP EN FINANCIERING VOOR VROUWENINITIATIEVEN.



FAIRTRADE
GEMEENTE

PAARSE VRIJDAG
2^E VRIJDAG IN DECEMBER
VRAAG VIA SOCIAL MEDIA
AANDACHT VOOR ONGELIJKHEID
HIER EN DAAR

SDG 5
GENDERGELIJKHEID



SDG8 EERLIJK WERK EN ECONOMISCHE GROEI

FITSOENLIJK WERK VOOR IEDEREEN. DE FAIRTRADE HIRED LABOUR STANDARD ZORGT ER VOOR DAT 200.000 ARBEIDERS BETERE ARBEIDSMOMENTEN HEBBEN

FAIRTRADE KOMT OP VOOR DE ARBEIDERS DIE ONDER MEER ONZE THEE, BANANEN EN TEXTIEL PRODUCEREN. ZE PROFITEREN VAN BETERE ARBEIDSVORWAARDEN TEN AANZIEN VAN WERKTUJDEN, OVERUREN, CONTRACTEN, ETC., MAAR OOK VAN BELANGRIJKE BASISARBEIDSRECHTEN, ZOALS HET RECHT OP COLLECTIEVE ONDERHANDELING EN VRIJHEID VAN VERENIGING. DE STANDAARD ZORGT ER VOOR DAT ZE TOEGANG HEBBEN TOT MIDDELEN VOOR VEILIGE WERKOMSTANDIGHEDEN.



**FAIRTRADE = ONDERNEMEN
WETHOUDER ECONOMIE
ONDERNEMERSVERENIGING**

**GEEF EEN PRESENTATIE HIER OVER
ONDERNEMERS DAAR.
MAAK DE WETHOUDER ECONOMIE
AMBASSADEUR EN PROMOOT
INTERNATIONALE HANDEL**

**SDG 8 EERLIJK WERK EN
ECONOMISCHE GROEI**



SDG10 ONGELIJKHEID VERMINDEREN

**DE FAIRTRADE STANDAARDEN DRAGEN BIJ AAN SDG 10:
VERMINDEREN VAN ONGELIJKHEID DOOR DISCRIMINATIE TE
VERBIEDEN EN GELIJKHEID TE BEVORDEREN**

FAIRTRADE HELPT VROUWEN, JONGEREN EN MIGRANTEN AAN
MEER ZELFVERTROUWEN OM DEEL TE NEMEN AAN DE
BESLUITVORMING BINNEN COÖPERATIES EN PLANTAGES.

DAARNAAST WORDEN ZE BESCHERMD TEGEN
GENDERGERELATEERD GEWELD EN ANDERE VORMEN VAN
DISCRIMINATIE BIJ WERVING, OPLEIDING EN PROMOTIE. ZE
PROFITEREN VAN TECHNISCHE ONDERSTEUNING EN
BIJSCHOLING OM FATSOENLIJKE INKOMSTEN TE VERWERVEN.



**INTERNATIONALE DAG TEGEN
DISCRIMINATIE 21 MAART**

**BLACK LIVES MATTER
ONLINE ACTIVITEIT EN
BEWUSTWORDING**

**SDG 10 ONGELIJKHEID
VERMINDEREN**



12 VERANTWOORDE
CONSUMPTIE
EN PRODUCTIE



SDG12 VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE

**FAIRTRADE IS HET ENIGE KEURMERK DAT WERKT AAN BEIDE
UITEINDEN VAN DE KETEN EN ZO BIJDRAAGT AAN SDG12:
DUURZAME CONSUMPTIE- EN PRODUCTIEPATRONEN**

AAN DE ENE KANT WORDEN DE PRODUCTENORGANISATIES ONDERSTEUND OM TE VOLDOEN AAN DE FAIRTRADE SOCIALE- EN MILIEUNORMEN (ZOALS GEEN KINDER- EN DWANGARBEID EN GEEN GENETISCHE GEMODIFICEERDE GEWASSEN). AAN DE ANDERE KANT ZIJN HANDELAREN EN INKOPERS VERANTWOORDELIJK VIA DE FAIRTRADE TRADE STANDARD VOOR ONDER ANDERE EERLIJKE PRIJZEN, TRANSPARANTE CONTRACTEN, VOORFINANCIERING VOOR PRODUCTENTEN EN NALEVING VAN ARBEIDS- EN MILIEUWETGEVING.



**FAIRTRADE
GEMEENTE**

AFZICHT FAIR FASHION

EERLIJK WINKELEN ROUTE

SDG 12 VERANTWOORDE
CONSUMPTIE EN PRODUCTIE



13 KLIMAATACTIE



SDGB KLIMAATACTIE

FAIRTRADE ONDERNEEMT ACTIE OP SDG 13: AANPAK KLIMAATVERANDERING EN DE GEVOLGEN DAARVAN VOOR BOEREN EN ARBEIDERS

FAIRTRADE PROMOOT DE BESCHERMING VAN MILIEU EN BIODIVERSITEIT. ZO GEBUIKEN STEEDS MEER BOEREN REGENWATER, PLANTEN SCHADUWBOMEN, SCHAKELN OVER OP BIOGAS EN HERNIEUWBARE ENERGIEBRONNEN EN INVESTEREN IN ORGANISCHE MESTSTOFFEN EN DYNAMISCHE BOSLANDBOUW. DAARNAAST IS DE FAIRTRADE CLIMATE STANDARD DE EERSTE IN ZIJN SOORT DIE ONEVENWICHTIGHEDEN OP DE CARBON MARKT AANPAKT EN EEN EERLIJK FINANCIËEL RENDEMENT VOOR DE PRODUCTENTEN GARANDEERT.

FAIRTRADE
GEMEENTE

FAIRTRADE KOPPELEN AAN LOKAAL, BIOLOGISCH EN VEGANISTISCH

BETREKKEN SCHOLEN EN JONGEREN BIJ THEMA KLIMAAT

WAT IS ER VOLGENS KINDEREN NODIG OM HET KLIMAAT TE REDDEN?

**JUNIOR GLOBAL GOALS
KINDERKLIMAATTOP
GROENESTAPPENNL
FAIR FASHION**

SDG B KLIMAATACIE



16 VREDE, VEILIGHEID EN STERKE PUBLIEKE DIENSTEN



SDG16 VREDE, VEILIGHEID EN STERKE PUBLIEKE DIENSTEN

FAIRTRADE OMARMT SDG16: EFFECTIEVE, VERANTWOORDELIJKE EN INCLUSIEVE INSTELLINGEN

FAIRTRADE IS HET ENIGE KEURMERK DAT VOOR 50% IN HANDEN IS VAN BOEREN EN ARBEIDERS ZELF. FAIRTRADE COÖPERATIES, DIE ZICH MOETEN HOUDEN AAN DE FAIRTRADE STANDAARDEN OM DEMOCRATISCH, TRANSPARANT EN INCLUSIEF TE ZIJN, KUNNEN BETERE DEALS SLUITEN MET HANDELAREN.

DAARNAAST KRIJGEN ZE TOEGANG TOT KREDIET, VERZEKERINGEN EN ANDERE FINANCIËLE DIENSTEN. ZE BESLISSEN ZELF OVER HOE DE FAIRTRADE PREMIE BESTEED WORDT, OF ZE BIJVOORBEELD DE PRODUCTIVITEIT VERBETEREN OF DE DUURZAME ONTWIKKELINGSPRIORITEITEN VAN HUN GEMEENSCHAP AANPAKKEN.

DE AANKOOP VAN FAIRTRADE PRODUCTEN IS EEN UITING VAN RESPECT EN ERKENNING RICHTING PRODUCENTEN.

MET FAIRTRADE PRODUCTEN DRAAG JE BIJ AAN DE ZELFSTANDIGHEID VAN DE PRODUCENTEN.

SOCIAL MEDIA CAMPAGNE
WERELDWINKELS
KOOP EEN BETERE WERELD

SDG 16 VREDE, VEILIGHEID EN EN
STERKE PUBLIEK DIENSTEN

Koop een betere Wereld

Kom naar de wereldwinkel

Waarom? Daarom!

| | | |
|---------------------------|--|--|
| 1 GEEN ARMOEDE | 8 EERLIJK WERK EN ECONOMISCHE GROEI | 12 VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE |
| Koop fairtrade | Investeer in groei | Koop duurzaam |

17 PARTNERSCHAP OM DOELSTELLINGEN TE BEREIKEN



SDG17 PARTNERSCHAP OM DOELSTELLINGEN TE BEREIKEN

FAIRTRADE BRENGT PRODUCENTENORGANISATIES, VAKBONDEN, CONSUMENTEN EN CAMPAGNEVOERDERS VAN OVER DE HELE WERELD SAMEN OM SDG17: VERSTERKEN VAN HET MONDIAAL PARTNERSCHAP OM DOELEN TE BEREIKEN

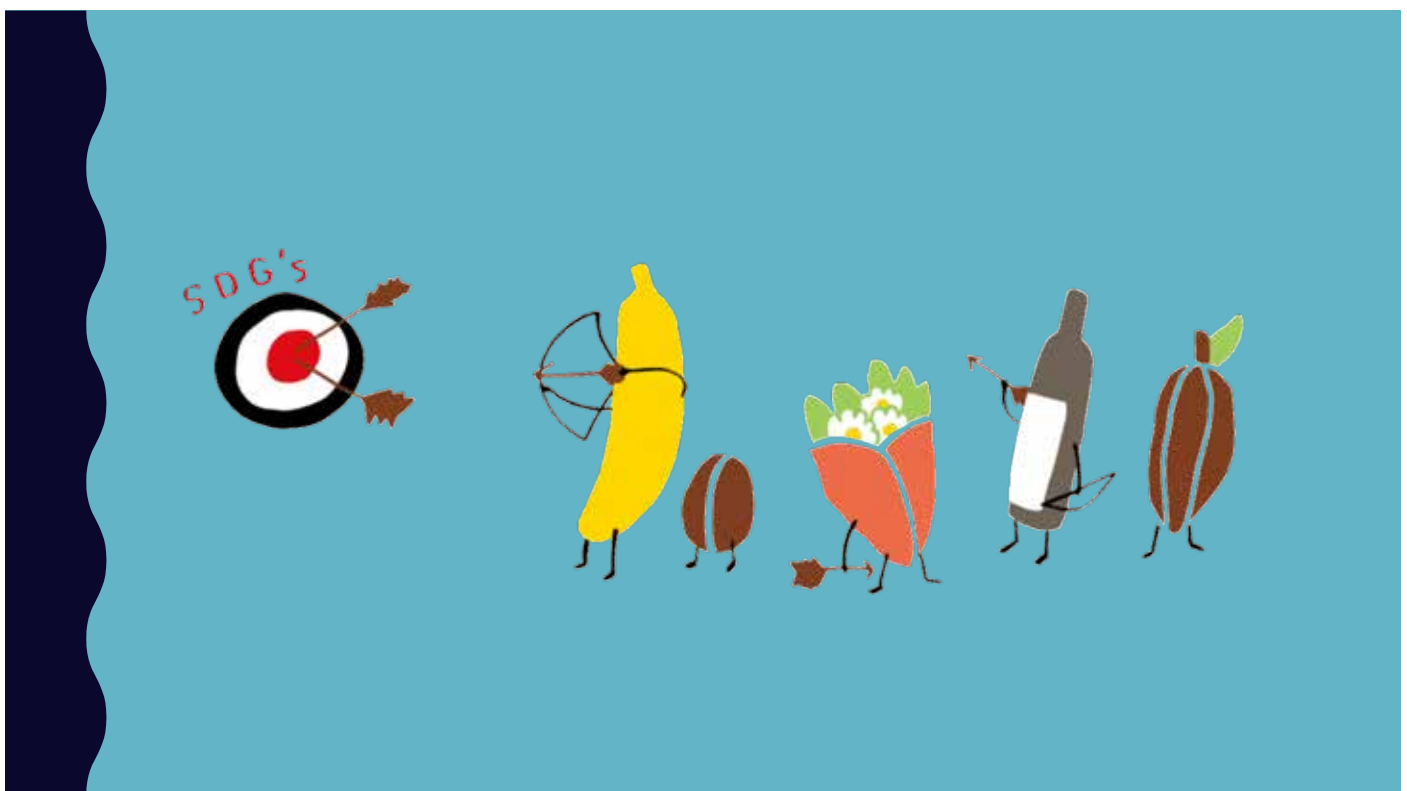
FAIRTRADE WERKT SAMEN MET RUIM 1,7 MILJOEN BOEREN EN ARBEIDERS, 1.600 PRODUCENTENORGANISATIES, MEER DAN 4.000 BEDRIJVEN EN TALLOZE VAKBONDEN, CONSUMENTEN EN CAMPAGNEVOERDERS WERELDWIJD. MEER DAN 2.100 STEDEN, SCHOLEN, UNIVERSITEITEN, OVERHEDEN EN ANDERE ORGANISATIES SUPPORTEN DE FAIRTRADE PRINCIPES. DEZE SAMENWERKINGEN BEWERKSTELLEN EERLIJKERE HANDELSPRAKTIJKEN WELKE ESSENTIEEL ZIJN VOOR DUURZAME ECONOMISCHE GROEI.

**FAIRTRADE
GEMEENTE**

SAMENWERKING LOKALE INITIATIEVEN

DUURZAAM PLATFORM

SDG 17 PARTNERSCHAPPEN OM
DOELSTELLINGEN TE REALISEREN



BIJLAGE: TITELS TOEKENNEN AAN ORGANISATIES DOOR KERNTAMS

Willen jullie zelf titels toekennen aan organisaties in jullie gemeente? Dat kan! Bekijk de uitgebreide handleiding op de website op de hulpmiddelenpagina.

Hieronder alvast een inkijkje.

De Fairtrade Gemeente campagne groeit. Steeds meer mensen, bedrijven, organisaties, winkels en overheden gaan aan de slag met Fairtrade. Een mooi resultaat van de Fairtrade Gemeente kernteams in ons land. Binnen de Fairtrade Gemeente campagne is een toenemende groep organisaties die niet alleen willen deelnemen in de campagne, maar die ook een eigen titel willen verdienen. Of waar geen Fairtrade Gemeente kernteam actief is maar waar een organisatie een steentje wilt bijdragen aan eerlijke wereld. Dat kan met onze campagne zonder dat de gemeente de titel heeft behaald. Het gaat hier specifiek om scholen, kerken, hogescholen, universiteiten, restaurants, ziekenhuizen en noem maar op. Deze organisaties kunnen vanaf nu terecht bij: het lokale kernteam of de commissie titeltoekenning

Wat als een organisatie bij het kernteam een titel aanvraagt? Wat betekent dit dan?

Als lokale werkgroep ben je het eerste aanspreekpunt voor scholen, kerken, hogescholen, universiteiten, restaurants, enzovoorts. Deze voorlopers in fairtrade zullen zich vanaf nu bij jullie melden. Dat biedt veel voordelen: jullie weten welke organisaties in jullie gemeente willen streven naar de titel, jullie weten hoe ver zij zijn in hun campagne en wat hun activiteiten zijn. Daarnaast krijgt jullie werkgroep meer eigenaarschap over de campagne en meer status. Jullie bepalen namelijk vanaf nu welke organisaties in jullie gemeente de titel wel en niet verdienen.

Of toch liever via de Commissie Titeltoekenning?

Indien er in een gemeente geen lokale werkgroep Fairtrade Gemeente actief is, of indien een kernteam ervoor kiest om zelf geen titels toe te kennen aan organisaties, dan kunnen de organisaties terecht bij de speciale commissie titeltoekenning. Deze commissie beantwoordt vragen van de organisaties (helpdesk) en beoordeelt titelaanvragen van deze organisaties. Ook lokale kernteams die twijfelen over een oordeel kunnen

een titelaanvraag van een organisatie laten toetsen door de commissie. De titelaanvragen van gemeenten vallen niet onder de verantwoordelijkheid van deze commissie, maar van het bestuur van de Stichting Fairtrade Gemeente Nederland. De commissie is bereikbaar via het e-mailadres commissie@fairtradegemeenten.nl

Meer informatie is terug te lezen op onze hulpmiddelenpagina op de website.

BIJLAGE: FAIRTRADE EN DUURZAME KEURMERKENWIJZERS

Om een product Fairtrade te kunnen noemen, moeten alle partijen in de handelsketen aantonen dat zij aan de internationale principes van Fairtrade voldoen. Initiatieven die de Fairtrade principes hebben verankerd in hun werkwijze en dus geaccepteerd worden binnen Fairtrade Gemeente Nederland zie je in de Fairtrade Keurmerkenwijzer. We hebben ook een Duurzame keurmerkenwijzer, want ook die doen uiteraard mee in onze campagne.









FAIRTRADE KEURMERKENWIJZER

| Initiatief: | Herkenbaar door: | Producten | Meer informatie |
|---|---|--|--|
| Fairtrade Nederland (voorheen Max Havelaar) |  | Hét Fairtrade keurmerk in NL voor Koffie, thee, chocolade, fruit, katoen, rijst, wijn, suiker, bloemen, katoen, etc. | www.fairtradenederland.nl |
| Fairtrade Original |  | FTO is een foodmerk met producten, welke ze zelf ontwikkelen en verkopen. Rijst, curry, broodbeleg, kruidenpasta's, wijnen, noedels etc. | www.fairtradeoriginal.nl |
| Tony's Open Chain |  | 100% slaafvrije chocolade <u>ism Fairtrade</u> keurmerk. | www.tonyschocolonely.com |
| Fair for Life |  | Keurmerk voor groente en fruit gericht op Fair Trade en verantwoorde ketens. | www.fairforlife.org |
| Bio Partenaire |  | Frans keurmerk voor biologische producten o.a. chocolade en natuurwinkelproducten. | www.biopartenaire.com |

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>Fair Trade Certified</p> |  | <p>Amerikaans keurmerk voor kleding met milieu- en productie eisen.</p> | <p>www.fairtradecertified.org</p> |
| <p>Fair Wear Foundation (FWF)</p> |  | <p>Keurmerk voor kleding gericht op productiestandaarden.</p> | <p>www.fairwear.org</p> |
| <p>GOTS Global Organic Textiel Standard</p> |  | <p>Keurmerk voor kleding gericht op biologische materialen en productiestandaarden.</p> | <p>www.global-standard.org</p> |
| <p>Wereldwinkels</p> |  | <p>Winkels met meer dan 60% aan <u>fairtrade</u> artikelen. Gifts & Living producten zoals cadeaus, sieraden, vazen en speelgoed maar ook foodproducten.</p> | <p>www.wereldwinkelnederland.nl</p> <p>www.wereldwinkel.nu</p> |
| <p>WAAR</p> |  | <p>Winkelketen met Fairtrade en duurzame producten. Eten, drinken en handnijverheid.</p> | <p>www.ditiswaar.nl</p> |
| <p>WFTO World Fair Trade Organisation</p> |  | <p>Producten dragen geen lagen maar leden mogen logo gebruiken in communicatie voor handnijverheid, sieraden, speelgoed, koffie etc.</p> | <p>www.wfto.com</p> |

Naast alle Fairtrade initiatieven, zijn er natuurlijk nog veel meer initiatieven die werken aan een betere wereld. Deze dragen niet alleen altijd een herkenbaar logo of keurmerk, maar we hebben er toch een aantal voor je op een rij gezet in onderstaande tabel.

DUURZAME KEURMERKENWIJZER

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>Rainforest Alliance</p> <p>UTZ Certified</p> |  | <p>Keurmerken voor koffie, thee, cacao, fruit en bloemen</p> | <p>www.rainforest-alliance.org</p> |
| <p>EKO</p> |  | <p>Keurmerk en certificering voor biologische voeding en dierenwelzijn.</p> | <p>www.eko-keurmerk.nl</p> |
| <p>Europees biologisch keurmerk</p> |  | <p>Verplicht keurmerk welke aangeeft dat het product voldoet aan de EU-regels voor biologische landbouw.</p> | <p>www.global-standard.org</p> |
| <p>Beter Leven 1,2, 3 sterren</p> |  | <p>Keurmerk hoe <u>diervriendelijk</u> dieren voor de productie vlees, eieren en zuivel zijn gehouden.</p> | <p>www.beterleven.dierenbescherming.nl</p> |
| <p>Demeter</p> |  | <p>Keurmerk, staat garant dat het product afkomstig is van de biologisch-dynamische landbouw.</p> | <p>www.stichtingdemeter.nl</p> |
| <p>RSPO</p> <p>Responsible Sustainable Palmoil</p> |  | <p>Keurmerk voor <u>palmolie</u> die vrij is van ontbossing.</p> | <p>www.wnf.nl</p> |
| <p>MSC</p> <p>Marine Stewardship Council</p> |  | <p>Keurmerk voor vis</p> | <p>www.msc.org</p> |
| <p>FSC</p> <p>Forest Stewardship Council</p> |  | <p>Keurmerk voor hout en papier</p> | <p>www.nl.fsc.org</p> |

COLOFON

Tekst

Karin van Breda en Karen Kammeraat

Vormgeving

Diewertje van Wering

Vragen of nieuwsgierig?

Kijk voor meer informatie op www.fairtradegemeenten.nl of neem contact op het met landelijk campagnebureau door een mail te sturen naar info@fairtradegemeenten.nl of bel naar 06 – 254 245 69 (op werkdagen van 10.00 – 16.00 uur met uitzondering van de woensdagen)

We helpen je graag verder!

**FAIRTRADE
GEMEENTE**