

# BRENG FAIRTRADE DICHTBIJ

## Handleiding

**FAIRTRADE  
GEMEENTE**

# Inleiding

In België en Groot-Brittannië is het al een groot succes: Fairtrade Gemeenten. Het publieksinitiatief begon in Engeland, waar Garstang zichzelf in 2001 tot eerste Fairtrade Gemeente van de wereld bombardeerde. Sindsdien volgden verschillende landen waaronder Nederland. In Nederland startte de campagne op 07-07-2007 op initiatief van ICCO, Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, Stichting Max Havelaar, en de Vereniging COS Nederland. Samen vormen zij de stuurgroep van de campagne.

Op 9 maart 2009 kregen de eerste twee Nederlandse gemeenten de titel uitgereikt: Goes en Groningen. Sinds die tijd volgen steeds meer andere gemeenten dit voorbeeld. Jullie ook?

Wanneer een gemeente aan de zes criteria van de Fairtrade Gemeente campagne voldoet, dan komt de gemeente in aanmerking voor de titel Fairtrade Gemeente. De gemeente is dan op verschillende fronten actief in eerlijke handel.

## De zes campagnecriteria



1. Er is een **lokale werkgroep** actief die de initiatieven neemt om de titel te behalen. Als de gemeente de titel al in handen heeft, dan zorgt de werkgroep ervoor dat de gemeente de titel ook blijft behouden. De lokale werkgroep stelt jaarlijks een verantwoording op, waaruit moet blijken dat de gemeente nog steeds aan de criteria voldoet. De werkgroep bestaat uit een heterogene groep met vertegenwoordigers uit verschillende sectoren van de samenleving, waaronder indien mogelijk iemand van de gemeente.



2. **De Gemeente** spreekt zich uit voor fairtrade en koopt fairtrade producten in. De gemeenteraad en de verschillende gemeentelijke afdelingen vertalen hun steun voor fairtrade in hun beleid en handelen hier naar.



3. In de **plaatselijke winkels** worden eerlijke producten verkocht. De plaatselijke horeca serveert fairtrade producten. Winkels en horeca laten duidelijk zien dat zij een fairtrade aanbod hebben.



4. **Maatschappelijke organisaties** en bedrijven gebruiken fairtrade producten. Er worden, bijvoorbeeld op scholen, activiteiten georganiseerd om de kennis over en de betrokkenheid bij fairtrade te vergroten.



5. **Media-aandacht**. De werkgroep organiseert lokale publiciteit rond de campagne. Er wordt een evenement georganiseerd, bijvoorbeeld bij het behalen van de titel, en een strategie ontwikkeld om de campagne lang in het nieuws te houden. Op de website van de campagne worden allerlei voorbeelden getoond en ideeën gegeven voor het behalen van voldoende media-aandacht.



6. Het zesde criterium is **Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen**, oftewel MVO. Er bestaan naast fairtrade steeds meer initiatieven die een goede bijdrage leveren aan een betere wereld. De Fairtrade Gemeente campagne wil deze initiatieven waarderen. Daarom krijgen deze initiatieven een plek in het zesde criterium voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. In deze handleiding staan een aantal opties opgenomen hoe het criterium ingevuld kan worden.

In deze handleiding lees je meer over wat fairtrade eigenlijk is en wat de titel Fairtrade Gemeente inhoudt. Ook vindt je tips over hoe jij van de campagne een groot succes kunt maken. Daarnaast staan op de website [www.fairtradegemeenten.nl](http://www.fairtradegemeenten.nl) vele voorbeelden van andere gemeenten, concepten voor werkplannen en andere 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 leesplezier!

# Fairtrade?

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!

## Waarom fairtrade?

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 milieu-omstandigheden 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. Daarbij schenken ze bij de keuze voor grondstoffen of productiewijze ook extra aandacht aan het milieu.

## Waar is deze definitie van fairtrade op gebaseerd?

De initiatiefnemers van Fairtrade Gemeente gebruiken 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. Als je wilt weten wat de internationale fairtrade criteria zijn, bekijk dan op [HYPERLINK "http://www.fairtradegemeenten.nl/wat-is-fairtrade.html"](http://www.fairtradegemeenten.nl/wat-is-fairtrade.html) [www.fairtradegemeenten.nl/wat-is-fairtrade.html](http://www.fairtradegemeenten.nl/wat-is-fairtrade.html) het uitgebreide document over dit onderwerp.

## 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 en 2 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-WearFoundation erkend zijn als verantwoord geproduceerd. In bijlage 1 en 2 vindt je hierover meer informatie.

## 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. In deze handleiding lees je op welke manier.

# criterium 1:

## De lokale werkgroep

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 lokale werkgroep. Deze werkgroep 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 deze werkgroep 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 hebben studenten vaak de ruimte om veel tijd te steken in de campagne en de knowhow om de campagne voor een jongere doelgroep aantrekkelijk te maken.



### Criterium 1:

Er is een lokale werkgroep actief die de initiatieven neemt om de titel te behalen. Nadien zorgt de groep dat de gemeente deze titel behoudt.

Als werkgroep 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 Fairtrade-meting. Op die manier kom je erachter waar de focus van de campagne op moet gaan liggen. Een Fairtrade-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.

De werkgroep stelt een werkplan op, waarin duidelijk wordt hoe de werkgroep zich gaat inzetten voor het behalen van de titel. 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 de werkgroep de aanvraag voor de titel Fairtrade Gemeente. Na het behalen van de titel overhandigt de werkgroep jaarlijks een beoordeling 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. Ook is het verstandig om aan het begin van het proces meteen het aanvraagformulier op de campagnewebsite te bekijken en te gebruiken voor het verwerken van de informatie. Op die manier weet je precies welke informatie er nodig is voor het behalen van de criteria en doe je geen dubbel werk door informatie eerst op een andere manier te documenteren en dit vervolgens bij de aanvraag van de titel te kopiëren naar het aanvraagformulier.

Iedere gemeente krijgt ook een lokale pagina op deze algemene campagnewebsite. Vóór het aanvragen van de titel is het belangrijk om deze lokale pagina up-to-date te maken. Zo kunnen anderen de gegevens van de werkgroep bekijken en zien hoe ver de gemeente staat in de campagne aan de hand van hoeveel criteria er behaald zijn.

### Tips:

- 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.
- Voer een Fairtrade 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.

### Indicatoren voor het behalen van criterium 1:

- Er is een lokale werkgroep actief
- De werkgroep heeft een werkplan ontwikkeld voor de campagne
- De werkgroep 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

Een actieve lokale overheid is erg belangrijk voor de Fairtrade Gemeente campagne. De gemeente heeft een voorbeeldfunctie voor de inwoners en interessante 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 werkgroep profijt van kan hebben.

### Criterium 2:

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



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 gaan worden, maakt dat het proces een stuk makkelijker. Probeer dan ook gebruik te maken van deze mogelijkheid door bijvoorbeeld een ambtenaar in de werkgroep te betrekken of ervoor te zorgen dat de raad zich uitsprekt vóór een Fairtrade Gemeente. Zoek daarom 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 erop inzetten dat de raad dit aanneemt of door middel van een raadsbesluit.

De gemeente kan zich 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 zich in om het debat over fairtrade aan te wakkeren. Dit kan bijvoorbeeld door iemand van de gemeente zitting te laten nemen in de werkgroep of door de gemeente budget te laten vrijmaken voor de campagne.
- De gemeente zet zijn 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 bekijkt of dit in te passen is in het bestaande beleid op het gebied van internationale samenwerking, duurzaam inkopen en educatie.

### Handelen

De gemeente dient zich niet alleen uit te spreken voor fairtrade, maar de gemeente 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.

Overheden hebben een voorbeeldfunctie als het gaat om een duurzame bedrijfsvoering. Bovendien hebben zij als grootinkoper 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.

Zoals elke overheid moeten ook gemeenten zich houden aan bepaalde regels. Zo dienen ze de principes van mededinging, gelijkheid van inschrijvers en het verbod op discriminatie te respecteren. Vaak wordt gedacht dat hierdoor ecologische,

sociale en ethische criteria niet opgenomen kunnen worden. Dit is onjuist: sociaal duurzaam inkopen is mogelijk binnen de Europese wetgeving. Objectiviteit, transparantie en gelijkwaardigheid zijn hierbij sleutelwoorden. Het verdisconteren van principes van eerlijke handel op een objectieve en gelijkwaardige manier in het inkoopproces vraagt extra aandacht, maar is goed mogelijk. Deze sociale duurzaamheidseisen kan aan de aanbestedingsspecificaties als bijzondere uitvoeringsvoorwaarden (zoals bedoeld in artikel 26 Bao) worden toegevoegd.

Het Ministerie van VROM heeft als ambitie om in 2010 bij 100 procent van haar inkopen duurzaamheid mee te nemen; voor provincies en waterschappen is dit 50 procent. De gemeenten streven naar 75 procent in 2010 en 100 procent in 2015. Duurzame inkoop richt zich niet alleen op het milieu, zoals vaak wordt verondersteld. Het gaat om het vinden van een balans tussen sociaal-economische ontwikkeling, het milieu en maatschappelijk welzijn. Duurzame ontwikkeling omvat naast milieuaspecten dus ook allerlei onderwerpen op het gebied van de mensenrechten, zoals het tegengaan van kinderarbeid en het stimuleren van minimaal aanvaardbare arbeidsomstandigheden. Denk bij duurzaam inkopen van gemeenten o.a. aan producten in de kantines, koffieautomaten, natuursteen, hout, dienstkleding, relatiegeschenken en kerstpakketten.



## Fairtrade in duurzaam inkoopbeleid

Maatschappelijk verantwoord ondernemen staat vol in de schijnwerpers. Of het nu gaat om bedrijven, (lokale) overheden of instellingen, vele organisaties 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 inkopende overheid mag in een aanbesteding vragen naar eerlijke producten. Daarbij kan de gemeente in het bestek dan bepaalde uitgangspunten opnemen als bijzondere uitvoeringsvoorwaarden. De uitgangspunten voor eerlijke producten kunnen als volgt worden opgenomen in de aanbestedingsdocumentatie:

Een kostendekkende minimumprijs: De leverancier garandeert een vaste minimumprijs, om zeker te stellen dat de kosten van sociaal- en milieuvriendelijke productie worden gedekt.

Toeslag op de wereldmarktprijs: Als de wereldmarktprijs boven de garantieprijs komt, wordt de wereldmarktprijs betaald. Voorfinanciering: boeren kunnen indien gewenst een percentage van de verkoopprijs van hun product al ontvangen voor verscheping, zodat zij noodzakelijke investeringen kunnen doen.

Langdurige handelsrelaties: De samenwerking is van lange duur.

Aan inschrijvers zou in dit kader, om te bewijzen dat zij aan bovengenoemde uitgangspunten voldoet, 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 de uitspraak in het kort geding vindt u op de website van PIANOo, het expertisecentrum voor aanbesteden: [www.pianoo.nl/Wet\\_en\\_regelgeving/Jurisprudentie/Selectie\\_en\\_gunning\\_Sociale\\_criteria/Rechtbank\\_Alkmaar\\_DE\\_Nederland\\_tegen\\_gemeenten\\_Den\\_Helder\\_en\\_Alkmaar](http://www.pianoo.nl/Wet_en_regelgeving/Jurisprudentie/Selectie_en_gunning_Sociale_criteria/Rechtbank_Alkmaar_DE_Nederland_tegen_gemeenten_Den_Helder_en_Alkmaar)

In oktober 2009 verscheen een kabinetsbrief inzake de uitwerking van de sociale criteria voor haar duurzaam inkoopbeleid. In het voorgestelde beleid worden verschillende duurzaamheidsconcepten erkend waaronder eerlijke handelsnormen. Dat betekent dus dat gemeenten die graag eerlijke handelsnormen willen opnemen, dat binnen afzienbare tijd conform overheidsbeleid kunnen doen. Het beleid is inmiddels besproken in de Tweede Kamer en wordt momenteel geconcretiseerd. Zodra hierover meer bekend is, zal criterium 2 daarop worden aangepast. Link naar de kabinetsbrief: [www.vrom.nl/get.asp?file=docs/kamerstukken/Fri16Oct20091644150200/PDI2009037807BriefTKsocialecriteria.doc](http://www.vrom.nl/get.asp?file=docs/kamerstukken/Fri16Oct20091644150200/PDI2009037807BriefTKsocialecriteria.doc)

## Andere routes om fairtrade te stimuleren

Een andere manier waarop een gemeente in haar handelen toont achter de campagne te staan is door ambtelijke ondersteuning of subsidie beschikbaar te stellen voor de campagne en de lokale werkgroep. De gemeente verplicht zichzelf om het bewustzijn rond fairtrade op regelmatige basis te promoten via hun eigen informatiekanalen. Om een Fairtrade Gemeente te kunnen worden, dient een gemeente aan te kunnen tonen dat zij eerlijk inkoop.

De Fairtrade Gemeente campagne sluit goed aan op Millennium Gemeente. Voor Millenniumgemeenten is de Fairtrade Gemeente campagne een goed middel om aan de slag te gaan met Millenniumdoel 1 of 8. Zie [www.millenniumgemeenten.nl](http://www.millenniumgemeenten.nl)

### Indicatoren criterium 2:

- De gemeente heeft zich via een raadsbesluit of een door de raad aangenomen motie uitgesproken in te zetten voor de campagne. De werkgroep beschikt over dit raadsbesluit of een collegeprogramma waaruit dit blijkt.
- 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
- De werkgroep kan aantonen dat via de interne en externe communicatiemiddelen van de gemeente bekendheid wordt gegeven aan de campagne zodat alle medewerkers van de gemeente, maar ook alle inwoners van de gemeente op de hoogte zijn van het streven om Fairtrade Gemeente te worden.
- De gemeente levert praktisch of financieel een bijdrage aan de campagne.

# criterium 3:

## Fairtrade is zichtbaar beschikbaar in winkels en horeca

De primaire doelstelling van deze campagne is om de verkoop van fairtrade producten te bevorderen. Het is daarvoor belangrijk dat de consument ook weet dat ze eerlijke producten kunnen kopen en waar die te koop zijn. Vandaar dat dit criterium zich primair op de verkoop van fairtrade producten richt, maar daarnaast ook op de zichtbaarheid van fairtrade. Winkels, horecazaken en supermarkten moeten om mee te kunnen tellen voor deze campagne eerlijke producten verkopen en duidelijk laten zien dat ze die verkopen. Dit kan door middel van campagneflyers, posters en raam- of menustickers die aangevraagd kunnen worden via de algemene campagnewebsite of door zelf te maken. Daarnaast ondersteunt dit natuurlijk ook de verkoop omdat mensen die speciaal voor eerlijke producten gaan nieuwsgierig worden door het campagnelogo.



### Criterium 3:

In de plaatselijke winkels worden eerlijke producten duidelijk zichtbaar verkocht. Daarnaast serveren de horecazaken fairtrade producten en informeren zij de klant hierover.

Hoe groter de gemeente hoe meer fairtrade producten er verkocht kunnen worden. Vandaar dat per branche aangegeven staat hoeveel winkels in de gemeente benodigd zijn om de titel aan te kunnen vragen. Dit is vastgesteld aan de hand van het inwoneraantal. Er bestaan verschillende branches waarin je een bepaald aantal winkels moet halen. Daarnaast tellen in dit criterium ook horeca mee.

Winkels en horeca tellen alleen mee als zij producten verkopen die in de campagne tellen als fairtrade of als fairtrade+. Andere duurzaamheidsinitiatieven worden niet meegenomen in dit criterium. Deze initiatieven kan je meetellen in criterium 6: MVO. Bekijk de bijlagen van deze handleiding om te zien welke producten fairtrade of fairtrade+ zijn.

### Supermarktbranche (incl. natuurvoedingsbranche):

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

- Versafdeling: Minimaal twee verschillende producten (denk aan ananas, banaan, mango, sinaasappel, etc.)
- 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
  - Bier & frisdrank: denk aan sappen
  - Snoepafdeling: denk aan chocoladerepen, snoepjes

### Giftshops:

Cadeauwinkels kunnen verschillende fairtrade producten verkopen. Denk maar aan sieraden, beelden, of bijvoorbeeld leuke spullen voor in huis. Winkels kunnen deze producten inkopen via gecertificeerde importeurs van de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, organisaties die erkend zijn door de World Fair Trade Organisation (WFTO) en leveranciers van producten die gemaakt zijn van Max Havelaar gecertificeerde materialen, zoals voedselproducten en katoen. Ook online giftshops met het postadres in uw gemeente tellen mee.

- Een cadeauwinkel telt mee als er minimaal vier verschillende fairtrade producten in de winkel verkocht worden.

### Fairtrade winkels:

Winkels waarvan meer dan 60% van de omzet uit fairtrade gecertificeerde producten bestaat, kunnen de plaats die de titel Fairtrade Gemeente wil behalen, bonuspunten opleveren. Denk bijvoorbeeld aan de Wereldwinkels of de winkels van WAAR.

Deze winkels krijgen een status aparte in de campagne en kunnen worden ingezet om ontbrekende winkels bij het derde criterium te compenseren. Zij tellen mee als ze duidelijk communiceren dat zij een Fair assortiment hebben en de communicatiemiddelen van de campagne inzetten. Vraag wel van tevoren aan de landelijke stuurgroep of dit mag. Fair assortiment bestaat uit: producten van gecertificeerde importeurs van de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, producten van organisaties die erkend zijn door WFTO en producten gemaakt van fairtrade gecertificeerde materialen (herkenbaar aan het Max Havelaar keurmerk), zoals katoen.

### Vrije tijd en recreatie:

Denk hierbij aan VVV's die typische lokale producten verkopen die met fairtrade ingrediënten zijn gemaakt, zoals speciale eerlijke 'Tilburgkoffie' of speciaal fairtrade 'Gronings' ijs. Neem ook eens een kijkje in je lokale videotheek. Grote kans dat zij eerlijk ijs verkopen. Tenslotte vallen ook bijvoorbeeld campingwinkels of winkels bij bungalowparken onder deze branche.

- De winkels in deze categorie tellen mee als ze minstens twee fairtrade producten verkopen en dit duidelijk tonen.

### Horeca:

Op te delen in cafés en restaurants

- Cafés: Minimaal twee dranken op de kaart zijn fairtrade. Denk aan: wijn, bier, koffie, thee. De cafés tonen dat zij deelnemen aan de campagne. Hiervoor worden materialen ontwikkeld.
- Restaurants: Minimaal twee gerechten hebben fairtrade ingrediënten en er worden minimaal twee dranken fairtrade aangeboden. Dit staat ook op de kaart vermeld.



### Overige branches:

Om Fairtrade Gemeente te worden, is het van belang ook de overige branches te betrekken die hieronder vermeld worden. Winkels die niet vallen onder één van de bovenstaande categorieën kun je hier laten meetellen. Belangrijk voorbeeld in deze categorie zijn de kledingwinkels. Winkels tellen mee als ze minimaal twee verschillende kledingstukken (broek, T-shirt, jas, trui, etc.) verkopen die gemaakt zijn van fairtrade gecertificeerd katoen. Nog beter is als het kledingstuk of het kledingmerk fairtrade+ is. Met andere woorden gemaakt van fairtrade gecertificeerd katoen en daarnaast erkend is door bijvoorbeeld FairWearFoundation. Let op: kledingstukken die niet zijn gemaakt van fairtrade katoen, maar die wel erkenning dragen van MadeBy of FairWearFoundation gelden in dit criterium niet als fairtrade kledingstukken.

Daarnaast 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 in de categorie overig tellen mee als zij minimaal twee fairtrade producten verkopen.

### Indicatoren criterium 3:

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

#### Aantal winkels per branche

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

#### Aantal winkels per branche

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

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

\*\* Deze winkels geven een extra invulling aan de Fairtrade Gemeente campagne. Daarom mogen gemeenten die andere indicatoren niet halen, de Wereldwinkel of WAAR inzetten als compensatie voor 1 andere branche. Bijvoorbeeld als targets voor kledingwinkels, supermarkten of horeca niet gehaald worden. De werkgroep dient hiervoor een compensatievoorstel in te dienen bij de landelijke stuurgroep.

NB: Sommige winkels die fairtrade producten verkopen of inkopen kunnen nog meer doen op het gebied van duurzaamheid. De Fairtrade Gemeente campagne dat participanten zoveel mogelijk duurzaamheid nastreven. Het is de campagne vanzelfsprekend dat een viswinkel die bijvoorbeeld fairtrade koffie en thee voor de werknemers inkoopt, ook zoveel mogelijk MSC gecertificeerde vis in de vitrine heeft liggen. En een houtwinkel zoveel mogelijk FSC gecertificeerd hout. Of denk aan een speelgoedwinkel die fairtrade speelgoed verkoopt, om bijvoorbeeld ook te letten of het houten speelgoed wel gemaakt is van FSC-hout. Zo kan je de ondernemers in jouw gemeente uitdagen om duurzaamheid zo breed mogelijk op te pakken.

#### Tip:

Ontwikkel een eerlijke winkelroute. Een leuke manier om aan de inwoners van jouw gemeente te laten zien welke kledingwinkels, cadeauwinkels en horeca fairtrade producten aanbieden. Door deel te nemen aan de winkelroute krijgen de erkende winkels nog meer bekendheid als fairtrade leveranciers. Neem contact op met de Stichting Eerlijk Winkelen als je hier meer over wilt weten ([www.eerlijk winkelen.nl](http://www.eerlijk winkelen.nl)).

## Criterium 4:

### Kennis over en gebruik van fairtrade bij bedrijven en maatschappelijke organisaties groeit

Bij dit criterium is het van belang dat bedrijven en maatschappelijke organisaties fairtrade producten gebruiken. Bijvoorbeeld doordat ze fairtrade koffie en thee schenken of eerlijke producten verkopen in de kantine. Dit laten zij ook duidelijk zien door dit bijvoorbeeld op hun website te zetten of een poster of sticker te gebruiken in de kantine. Daarnaast kun je als werkgroep deze partijen stimuleren de kennis over eerlijke handel te vergroten door activiteiten te organiseren. Ze kunnen bijvoorbeeld ook aanhaken bij activiteiten die jullie als werkgroep organiseren binnen de gemeente.

### Criterium 4:

Lokale organisaties, bedrijven en groothandels kopen en gebruiken fairtrade producten.



Binnen dit criterium maken we een onderscheid tussen maatschappelijke organisaties en bedrijven. Met lokale maatschappelijke organisaties bedoelen we scholen, hogescholen, universiteiten, (sport)verenigingen, geloofsgemeenschappen, niet-gouvernementele organisaties (NGO's). Onder lokale bedrijven verstaan we kantoren, zelfstandigen zonder personeel (zpp'ers), leveranciers of ondernemers uit het midden- en kleinbedrijf (MKB) zoals kapperszaken, autohandelaren etc. In dit criterium gaat het dus niet om gemeentelijke instellingen.

Per gemeente is er een bepaald aantal bedrijven en maatschappelijke organisaties nodig die eerlijke producten kopen en gebruiken. Een bedrijf of organisatie moet minimaal eerlijke koffie en thee schenken. Daarnaast stimuleert de lokale campagne-werkgroep 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.

### Grote betrokkenheid van bedrijven of organisaties

Mocht je als werkgroep merken dat een organisatie erg graag meer wil doen dan alleen fairtrade producten gebruiken, dan kun je vragen of ze mee willen helpen met de campagne. Scholen of (sport)verenigingen kunnen, als ze goed begeleid worden, ook een fair steentje bijdragen door jullie als werkgroep te helpen bij de Fairtrade-meting. Ook kun je hen eventueel wijzen op onze subcampagnes: Fairtrade Kerken, Fairtrade Scholen en Fairtrade Hogescholen/Universiteiten. In deze subcampagnes hebben de organisaties hun eigen criteria waaraan ze moeten voldoen om een Fairtrade-titel te behalen.

Wil een bedrijf méér doen en in de landelijke schijnwerpers komen te staan, dan kun je hen wijzen op de Fairtrade@work campagne van Stichting Max Havelaar. Daarmee moedigt de organisatie bedrijven aan om het aanbod van fairtrade producten structureel te vergroten in de catering en op het werk. Het begint bij één keer per jaar een actie te organiseren waarbij het bedrijf aandacht besteedt aan eerlijke handel. Hiermee kunnen ze een Fairtrade@work award winnen. Maar het uiteindelijke doel is natuurlijk structureel meer eerlijke producten op het werk. Naast koffie zijn er namelijk nog veel meer producten verkrijgbaar voor op het werk, zoals thee, cacao, suiker, fruit en broodbeleg.

#### Tips:

- Bedrijven of 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 op de organisaties in en wees coulant voor de bedrijven.
- Vraag bedrijven en organisaties om je werkgroep te helpen. Door werkgroep lid 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.

## Indicatoren voor het behalen van criterium 4:

- Bedrijven en organisaties kunnen aantonen dat zij eerlijke producten inkopen en gebruiken.
- 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.
- Op hun website, in hun bedrijfsblad of via andere communicatiekanalen geeft het bedrijf of de organisatie aan dat zij fairtrade producten gebruiken.

### Aantal bedrijven en organisaties per branche

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

## Criterium 5:

### 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. Vaak wordt er gedacht: 'nu kan ik niet achterblijven'. 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.

### Criterium 5:

Er wordt een strategie ontwikkeld om de campagne langdurig in het nieuws te houden. Daarnaast wordt er een evenement georganiseerd waarbij het publiek bij de campagne betrokken raakt.



Door de pers te benaderen wanneer de werkgroep 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, maar door de media ook weer bij alle inwoners. Vandaar dat het belangrijk is om de moeite die de werkgroep heeft gedaan om een evenement te organiseren ook concreet iets oplevert: een artikeltje of een televisie- of radio-item. Zorg dat persberichten of verschenen artikelen weer terug te vinden zijn via de lokale campagnepagina op de website van Fairtrade Gemeente. Op die manier kunnen inwoners altijd zien wat de Fairtrade Gemeente campagne in hun gemeente heeft georganiseerd.

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.

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 wilt 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 de werkgroep gaat inzetten. In het plan neem je een werkverdeling en planning op en voeg je een begroting toe. Een belangrijke tip: plan en begroot realistisch! Anders lopo je later tegen problemen aan. Op de website staat een format van een communicatieplan en voorbeelden van andere gemeenten.

#### Tip:

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.

### Indicatoren voor het behalen van criterium 5:

- Er is een knipselmap met een verzameling van artikelen of bijdragen aan radio of televisie. Er zijn minimaal zes inhoudelijke artikelen verschenen of optredens in de media geweest.
- Er bestaat een communicatieplan waarin staat: wat, wordt aan wie, waar en wanneer op welke wijze gecommuniceerd?
- Het publiciteitsevenement heeft plaatsgevonden.
- De werkgroep zorgt ervoor dat hun eigen gemeente-pagina op [www.fairtradegemeenten.nl](http://www.fairtradegemeenten.nl) altijd up-to-date is. Daarnaast wijst de werkgroep inwoners van de gemeente, maar ook media erop dat ze hier informatie kunnen vinden welke bedrijven, winkels en organisatie er in hun gemeente meedoen aan de campagne in jullie gemeente.



# criterium 6:

## MVO

Natuurlijk is het wenselijk dat iedereen fairtrade producten verkoopt, inkoop of gebruikt, maar er zijn veel andere initiatieven die een andere insteek hebben dan fairtrade, maar wel maatschappelijk verantwoord zijn en bijdragen aan duurzaamheid. Denk aan: groene stroom, streekproducten en microkredieten. In deze campagne is het ook belangrijk om deze initiatieven te stimuleren, dus bestaat er nog een ander criterium waar deze initiatieven onder geschaard kunnen worden: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Wellicht zijn deze bedrijven of organisaties, die nu al op welke manier dan ook bezig zijn een bijdrage te leveren aan een duurzame samenleving, in de toekomst wél van plan om ook fairtrade als belangrijk principe in hun organisatie op te nemen. Vandaar dat dit soort initiatieven wel kunnen meetellen in onze campagne, maar dan niet onder de fairtrade-vlag of in dit geval de fairtrade-sticker, maar onder de vlag van MVO.



## Criterium 6:

De werkgroep zorgt er door initiatieven te nemen voor dat bedrijven of organisaties Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) in hun eigen bedrijfsvoering gaan opnemen. Van de initiatieven die in deze handleiding worden aangereikt als mogelijkheden wordt er één uitgewerkt. Een andere mogelijkheid is dat er een vergelijkbaar initiatief wordt opgestart.

De initiatieven die je als werkgroep kunt ondernemen worden hieronder uitgelegd, maar allereerst is het belangrijk om te begrijpen wat MVO precies inhoudt.

### Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

De definitie van MVO is: een resultaatgericht proces waarbij een bedrijf over de gehele keten van zijn activiteiten verantwoordelijkheid neemt over de effecten van deze activiteiten op sociaal, ecologisch en economisch gebied, daarover verantwoording aflegt en de dialoog aangaat met belanghebbenden.

Meer achtergrondinformatie over Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen kun je vinden via [www.mvo-platform.nl](http://www.mvo-platform.nl), onder 'Wat is MVO?'. Daarnaast kun je als je verdere vragen hebt tijdens de voorbereiden of uitvoering van dit criterium gebruik maken van de volgende kenniscentra:

- MVO-Nederland >> ondersteunt bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties
- MVO-platform >> is een samenwerkingsverband van maatschappelijke organisaties die MVO willen bevorderen, in Nederland en in ontwikkelingslanden.
- De regionale Kamer van Koophandel >> ondersteunt bedrijven
- De Groene Zaak >> vertegenwoordigt duurzaam ondernemende werkgevers

Bedrijven die op zoek zijn naar een richtlijn voor MVO kunnen vanaf 2010 gebruik maken van ISO 26000. Deze ISO is geen onafhankelijk certificaat dat je als bedrijf kan behalen, maar het bevat richtlijnen waar je op moet letten om te bekijken of je het goed doet op MVO-vlak, en op welke vlakken je misschien nog kan verbeteren.

### Mogelijke initiatieven

MVO kun je als werkgroep op verschillende manieren invullen. De ene gemeente wil graag aandacht besteden aan FairFinance, de andere werkt graag aan een beter klimaat. Hieronder heeft de stuurgroep een aantal opties geformuleerd die je als werkgroep als leidraad kan gebruiken. Daarnaast is het ook mogelijk om een eigen initiatief op te zetten van vergelijkbare grootte. Kijk als werkgroep bijvoorbeeld naar wat er op dit moment al in de gemeente wordt georganiseerd om MVO-onderwerpen op de kaart te zetten en zet je daar als werkgroep dan actief voor in.



## Optie 1:

### Winkels die producten verkopen die diverse wereldproblemen bestrijden

In een aantal branches bestaan er geen fairtrade producten. Die branches hebben eigen productketens waar ook specifieke problemen in voorkomen. Denk bijvoorbeeld aan het uitsterven van verschillende vissoorten of grootschalig kappen van bossen. Deze problemen hebben effect op mensen wereldwijd. Vooral mensen in ontwikkelingslanden worden hard getroffen door deze problemen. Er zijn een aantal initiatieven die zich richten op de oplossing van deze wereldproblemen. In onderstaande tabel staan die labels opgenomen die problemen in internationale handel tegengaan in die ketens waar geen fairtrade alternatief kan zijn. Denk aan vis met MSC-keurmerk, hout met FSC-keurmerk of kleding die erkend is door Made By of FairWearFoundation.

Welke keurmerken en initiatieven hieronder vallen, kan je vinden in bijlage 2. In deze optie laat je zien dat jouw gemeente MVO nastreeft door nieuwe winkels op te nemen (die nog niet eerder genoemd zijn in een andere categorie) die minimaal twee van deze producten verkopen. Het aantal winkels dat je minimaal moet scoren in deze optie is afhankelijk van het inwoneraantal van jouw gemeente.

Inwoneraantal	Aantal winkels
Kleiner dan 10.000 inwoners	1
10.000 tot 30.000	2
30.000 tot 50.000	4
50.000 tot 80.000	4
80.000 tot 100.000	8
100.000 tot 200.000	10
Groter dan 200.000	*

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

## Optie 2:

### Stimuleer bedrijven en winkels met andere duurzame initiatieven (MVO breed)

Naast de eerder genoemde fairtrade producten en initiatieven als MSC, en FSC, bestaan er nog veel meer duurzame initiatieven. Denk bijvoorbeeld aan een bedrijf dat groene stroom gebruikt, een eigen fonds heeft voor projecten in ontwikkelingslanden, of een bedrijf dat heel bewust koffie drinkt met EKO-keurmerk. Kies je voor deze optie om het MVO criterium in te vullen, zorg er dan voor dat er bedrijven in jouw gemeente zijn (die nog niet genoemd in een andere categorie) die op hun manier invulling geven aan een betere wereld. Hoeveel bedrijven je hiervoor minimaal moet scoren is afhankelijk van je inwoneraantal.

Inwoneraantal	Aantal bedrijven en winkels
Kleiner dan 10.000 inwoners	2
10.000 tot 30.000	4
30.000 tot 50.000	8
50.000 tot 80.000	8
80.000 tot 100.000	16
100.000 tot 200.000	20
Groter dan 200.000	*

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



## Optie 3:

### FairFinance

In een aantal branches bestaan er geen fairtrade producten. Die branches hebben eigen productketens waar ook Stimuleer bedrijven, maar ook je lokale overheid om te beleggen in microkredieten. Bijvoorbeeld de organisatie Oikocredit heeft hier goede en waardevolle informatie en programma's voor.

## Optie 4:

### Debattenreeks over MVO

De werkgroep organiseert zelf een debattenreeks over MVO-onderwerpen. Je kunt als werkgroep ook kijken of je gebruik kunt maken van een regionale bedrijvencontactdag om daar de campagne onder de aandacht te brengen. Deze bedrijvencontactdagen worden in diverse provincies georganiseerd, dus kijk of en wanneer er één bij jou in de regio wordt georganiseerd en neemt contact op met de organisatie.

Als je op zoek bent naar een leuk onderwerp voor de debattenreeks of een presentatie op een bedrijvencontactdag, denk dan bijvoorbeeld aan de nieuwe ISO 26000 richtlijn.

## Optie 5:

### MVO-award

Ontwikkel een eigen lokale MVO-award. Deze award kan je jaarlijks uitreiken aan een organisatie of bedrijf die in jullie gemeente, volgens jullie, het beste laat zien dat winst maken en werken aan duurzaamheid heel goed samengaan. Op deze manier breng je MVO onder de aandacht en stimuleer je bedrijven om ook hiermee aan de slag te gaan. Voor extra media-aandacht is het belangrijk om een onafhankelijke jury samen te stellen en een lokale bekendheid (bijvoorbeeld de burgemeester) de award uit te laten reiken.



## Optie 6:

### Klimaat

Er bestaan initiatieven om klimaatvriendelijk of -neutraal te werken. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van groene stroom of acties om werknemers te stimuleren de lichten en computers uit te zetten als ze niet werken. Als werkgroep kun je bedrijven aanmoedigen mee te doen. Neem voor ideeën bijvoorbeeld eens een kijkje op de website van het Klimaatverbond.

## Optie 7:

### Bedenk je eigen initiatief

Je kunt natuurlijk ook je eigen MVO-initiatief bedenken. Maar: het moet wel vergelijkbaar zijn met een van bovenstaande opties. Twijfel je of jouw initiatief mee kan tellen in dit criterium? Neem dan contact op met het campagne-secretariaat.



### Indicatoren:

- De werkgroep geeft invulling aan het MVO criterium door middel van een van de 6 opties in de handleiding; of door een gelijkwaardig ander initiatief op te zetten.
- Winkels en bedrijven die meetellen in het criterium MVO kunnen niet uitdragen dat zij een fairtrade winkel zijn. Ze gebruiken of verkopen immers geen fairtrade producten. Je kunt deze winkels op een eigen manier belonen. Bijvoorbeeld met een raamstickers dat deze bedrijven en organisaties zich inzetten voor een betere wereld.



## Aanvraag van de titel

Voldoe je aan alle criteria van deze campagne? Tijd om de titel aan te vragen! Check goed of de gemeente echt aan alle criteria voldoet en vul het aanvraagformulier in. Op de website vindt je de maandelijkse data voor wanneer je de aanvraag voor de titel kunt indienen.

Plan ruim van tevoren de titeluitreiking en geef dit ook aan de stuurgroep door, zodat die ervoor kan zorgen dat er eventueel een jurylid de titel kan 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.

### Na de titeluitreiking...

Ook nadat de gemeente de titel heeft behaald is het zaak actief te blijven, want de titeluitreiking is geen eindstation. Er kunnen altijd meer mensen worden overtuigd om eerlijk te gaan consumeren of hun bedrijf of organisatie meer 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 de werkgroep 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.

Vergeet niet ieder jaar de titel te herbevestigen. Bij het opnieuw aanvragen van de titel wordt gekeken wat er het afgelopen jaar is georganiseerd en wat er in de planning staat. En of de werkgroep aan de slag is gegaan met de uitdagingen die de jury ze heeft meegegeven. Zodra de titel weer is toegekend is dat natuurlijk ook een mooie gelegenheid voor een feestje en media-aandacht.

## Bijlage 1: Breng fairtrade dichtbij

**MVO BREED** **CRITERIUM 6**  
Je kunt op verschillende manieren werken aan een betere wereld. Denk bijvoorbeeld aan het afnemen van groene stroom, het gebruik van biologische producten of het beleggen in microkredieten. Als bedrijven op deze manier een steentje bijdragen, dan noemen we dat Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO).



**WERKEN AAN DIVERSE WERELDPROBLEMEN** **CRITERIUM 6**  
Werk mee aan de oplossing van wereldwijde problemen. Steun initiatieven die problemen aanpakken in ketens van internationale handel waar geen fairtrade alternatief is of kan zijn. Denk bijvoorbeeld aan het keurmerk FSC voor hout dat grootschalige ontbossing probeert tegen te gaan of het keurmerk MSC voor vis dat het uitsterven van vissoorten probeert te voorkomen.

**CRITERIUM 17/M5**  
**MEER DOEN: FAIRTRADE+**  
Wil je meer doen? Kies dan voor producten die niet alleen fairtrade zijn, maar ook op een andere manier bijdragen aan de oplossing van wereldproblemen. Wij noemen dit Fairtrade+. Dit zijn bijvoorbeeld producten die niet alleen het internationale fairtrade keurmerk dragen, maar tegelijk ook biologisch gecertificeerd zijn. Of, kledingstukken gemaakt van fairtrade gecertificeerd katoen en daarnaast bijvoorbeeld erkend door FairWearFoundation.



**BRENG FAIRTRADE DICHTBIJ**

**CRITERIUM 17/M5**

### KIES VOOR FAIRTRADE

Kies voor fairtrade producten. Deze zijn onder eerlijke en duurzame voorwaarden verhandeld. Zo worden bij fairtrade het recht op vakbonden en het verbod op gedwongen- of kinderarbeid nageleefd. De boeren en producenten ontvangen een eerlijke beloning voor hun werk en produceren volgens strenge milieucriteria. Ook zorgt fairtrade voor langdurige handelsrelaties, zodat de boeren en producenten kunnen investeren in zichzelf, hun familie, en in de gemeenschap waarin zij leven.

**FAIRTRADE GEMEENTE**

Ga een stapje verder en breng fairtrade dichtbij!  
[www.fairtradegemeenten.nl](http://www.fairtradegemeenten.nl)



## Bijlage 2: Wegwijzer voor het grote fairtrade bos

Er komen steeds meer producten op de markt met een label, een keurmerk of een verklaring dat het product duurzaam zou zijn. Maar, hoe herken je als consument in dit grote woud nu de fairtrade producten? Voortbordurend op bijlage 1, staan in onderstaande tabellen opgenomen welke merken, keurmerken en winkels onder iedere categorie vallen.

### criterium 1 t/m 5: Fairtrade

In criterium 1 tot en met 5 worden alléén fairtrade initiatieven ondersteund. Hieronder vallen alleen die merken, keurmerken en winkels die handelen volgens de internationaal afgesproken fairtrade criteria:

Initiatief:	Herkenbaar door:	Producten	Meer informatie
Max Havelaar keurmerk voor fairtrade	het keurmerklogo: 	Koffie, thee, chocolade, fruit, katoen, rijst, wijn, suiker, bloemen etc.	<a href="http://www.maxhavelaar.nl">www.maxhavelaar.nl</a> (zie ook de product -zoekmachine) <a href="http://www.fairtrade.net">www.fairtrade.net</a> <a href="http://www.ikbenoke.nl">www.ikbenoke.nl</a>
Erkenning: World Fair Trade Organisation (WFTO)	WFTO erkent haar eigen leden als zijnde fairtrade. De producten dragen geen label, maar de leveranciers mogen het logo van WFTO in hun communicatie gebruiken. 	Divers (cadeaus, sieraden, vazen, speelgoed, etc)	<a href="http://www.wfto.com">www.wfto.com</a> (klik rechtsbovenin op de pagina op "find a supplier")
Winkel en erkenning: Landelijke Vereniging van Wereldwinkels (LVWW)	Het logo op de gevel  De LVWW erkent en controleert importeurs en niet de producten zelf. De producten zijn zelf dus niet gelabeld als fairtrade. Een overzicht van de erkende leveranciers vindt je op de website van de wereldwinkels.	Cadeaus, sieraden, vazen, speelgoed, etc	<a href="http://www.wereldwinkels.nl">www.wereldwinkels.nl</a> (onder het kopje links staan alle erkende importeurs) Een aantal importeurs werken samen in Centrum Mondiaal: <a href="http://www.centrummondiaal.nl">www.centrummondiaal.nl</a>
Winkel : WAAR	Het logo op de gevel  Een wereld om te geven	Divers (eten, drinken en handnijverheid)	
Merk : Fair Trade Original	Het logo op het product. De producten zijn te koop in o.a. supermarkten en Wereldwinkels. 	Diverse producten	<a href="http://www.fairtrade.nl">www.fairtrade.nl</a>

### criterium 1 t/m 5: Fairtrade+

Een product is alleen Fairtrade+ wanneer een product niet alleen maar voldoet aan bovenstaande kenmerken, maar daarnaast ook voldoet aan aanvullende normen voor bijvoorbeeld arbeidsomstandigheden of milieu. Hieronder vallen bijvoorbeeld koffie die zowel fairtrade als biologisch gecertificeerd is, speelgoed uit de Wereldwinkel dat daarnaast gemaakt is van FSC-hout, of een kledingstuk gemaakt van fairtrade gecertificeerd katoen en daarnaast erkend is door bijvoorbeeld FairWearFoundation.

### criterium 6: Diverse wereldproblemen

In een aantal branches bestaan er geen fairtrade producten. Die branches hebben eigen productketens waar ook specifieke problemen in voorkomen. Denk bijvoorbeeld aan het uitsterven van verschillende vissoorten of grootschalig kappen van bossen. Deze problemen hebben effect op mensen wereldwijd. Vooral mensen in ontwikkelingslanden worden hard getroffen door deze problemen. Er zijn een aantal initiatieven die zich richten op de oplossing van deze wereldproblemen. In onderstaande tabel staan die labels opgenomen die problemen in internationale handel tegengaan in die ketens waar geen fairtrade alternatief kan zijn.

Initiatief:	Herkenbaar door:	Producten	Meer informatie
Keurmerk : MSC voor vis (Marine Stewardship Council)	het keurmerklogo: 	Vis	<a href="http://www.msc.org">www.msc.org</a>
Keurmerk: FSC (Forest Stewardship Council)	het keurmerklogo 	Hout en papier	<a href="http://www.fscnl.org">www.fscnl.org</a>
Erkenning: Fair Wear	De producten zijn niet herkenbaar aan een label. De organisatie heeft wel een overzicht van deelnemers op de website staan. 	Kleding, inclusief bedrijfskleding en sportkleding	<a href="http://www.fairwear.nl">www.fairwear.nl</a>
Erkenning door: Made By	 Het label op het product:	Kleding	<a href="http://www.made-by.nl">www.made-by.nl</a>



## criterium 6: MVO breed

Naast alle bovengenoemde 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.

Initiatief:	Herkenbaar door:	Producten	Meer informatie
Initiatief: EKOkeurmerk	Herkenbaar door: het keurmerklogo 	Producten Biologische producten	Meer informatie <a href="http://www.eko-keurmerk.nl">www.eko-keurmerk.nl</a>
Keurmerk Rainforest Alliance	het keurmerklogo 	Koffie, thee, cacao, fruit en bloemen	<a href="http://www.rainforest-alliance.org">www.rainforest-alliance.org</a>
Keurmerk Utz Certified	het keurmerklogo 	Koffie, thee, palmolie en cacao	<a href="http://www.utzcertified.org">www.utzcertified.org</a>

Initiatieven in deze categorie die geen logo of keurmerk dragen zijn bijvoorbeeld groene stroom, FairFinance (bijvoorbeeld microkredieten) of klimaatneutraal.



## Colofon

### Tekst

Lara Peters en Mélinda Choo

### Vormgeving

Hilfert Bottenheft

Xplore groep bv, Hoevelaken

De Fairtrade Gemeente campagne is een initiatief van ICCO, de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, Stichting Max Havelaar en Vereniging COS Nederland. De campagne wordt financieel mogelijk gemaakt door ICCO.



Mixed Sources  
Productie op uit goed beheerde  
bossen, gecombineerde bossen  
en gerecycleerd materiaal.  
Cert.no. SGG-COC-287

## Vragen of nieuwsgierig?

Kijk voor meer informatie op [www.fairtradegemeenten.nl](http://www.fairtradegemeenten.nl)  
Mail ons op [info@fairtradegemeenten.nl](mailto:info@fairtradegemeenten.nl) of bel naar 0345-479250.

**FAIRTRADE  
GEMEENTE**