

# Eerlijke koffie, eerlijke handel

- Door Koen Vandepopuliere-



Belgen zijn koffiedrinkers. En koffie komt van een tropische plant. De warme, zwarte drank is dan ook bij uitstek geschikt om er fair trade-pakjes van te kopen, en zo een verschil te maken voor boeren in ontwikkelingslanden. Ze worden geconfronteerd met tal van uitdagingen, zoals een steeds zwakkere positie ten opzichte van steeds machtiger opkopers.

Belgen houden van koffie. Volgens Max Havelaar drinken we er gemiddeld 4 kopjes van per dag, wat jaarlijks 7,3 kg ruwe koffie vergt. Voor alle Belgen samen komt dat neer op 81.030.000 kg per jaar. Daarvoor is jaarlijks minstens 20.258 hectare koffieplanten nodig, wat meer is dan de oppervlakte van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. En om alle koffiedrinkers wereldwijd te bevoorraden, is minstens 1,7 miljoen hectare nodig, wat meer is dan de oppervlakte van het Vlaamse Gewest, het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest en de provincie Henegouwen samen. Koffie is dus een heel belangrijke economische activiteit.

## Tal van spelers

De koffieplant is een tropisch gewas. Koffie is dan ook een belangrijk exportproduct voor ontwikkelingslanden. Nu zou in 2005 zo'n 0,51 % van de koffie wereldwijd zijn verkocht met een fair trade-keurmerk. Dat is een klein percentage, maar komt toch neer op een relatief groot aantal boeren die zo de kans hebben te werken binnen het fair trade-handelssysteem: dat wil hen de kans geven zich te ontwikkelen op een manier die goed is op sociaal vlak (bvb. geen

kinderarbeid), op milieuvlak, en op economisch gezonde manier (bvb. dankzij een fair trade-premie). Nu bestaan er verschillende organisaties die actief zijn als fair trade speler. Heel bekend is het merk Oxfam. Wat labels betreft: 90,5 % van de fair trade-producten in België draagt het label van Max Havelaar. Andere labels zijn die van Bio Equitable, Ecocert Fair Trade, ... en tot de fair trade merken behoort onder meer Maya Fair Trade. Barbara Goffin, Market Manager bij Max Havelaar, meldt dat koffie het belangrijkste product is: in 2012 betrof het zo'n 27% van de door Max Havelaar gelabelde waren. Daarna kwamen bananen, en chocolade en cacao.

## Veel aanbieders, weinig vragers

Volgens Oxfam is een belangrijk probleem in de landbouw- en voedingssector dat er steeds minder, maar tegelijk machtiger bedrijven dienst doen als schakels tussen producent en consument. Dr. Arne Schollaert, hoofd Politiek Beleid en Ontwikkeling bij Oxfam-wereldwinkels, verduidelijkt: "Nagenoeg driekwart van het voedsel in de wereld gaat door een enge hals van nog geen 500 bedrijven, comfortabel genesteld tussen honderden miljoenen kleine produ-

## Congolese koffie van Kivu

Vele jaren lang stond koffie uit Kivu, in Oost-Congo, hoog aangeschreven. Maar de regio werd de voorbije jaren geteisterd door een wrede oorlog. Gevolg is dat de koffiesector er tot voor kort op sverven na dood was. Intussen, echter, herbeginnen de plaatselijke koffieboeren. Ze worden bij hun nieuw begin gesteund door een samenwerking met onder meer Oxfam, die van hen koopt aan fair trade-voorwaarden en hen bijstaat met organisatieversterking, verduurzaming van de productie- en verwerkingsketen, markttoegang en een Partnerfonds, gespijsd met giften en winsten van wereldwinkels. Eén van de gegadigden is Josephine Semire Buzukanwa. Ze is 24, getrouwd, en heeft twee dochtertjes van 1 en 2 jaar oud. Volgens Oxfam ziet ze de toekomst nu rooskleuriger dan voordien: "Bij mijn coöperatie kan ik voor een prijke nieuwe koffieplanten krijgen. Ik krijg ook een goede prijs voor mijn oogst. En de koffieteelt brengt me nu meer op dan vroeger." Jean-Baptiste Defalque, voorzitter van boerencoöperatie Agricole Muungano, gelooft zelfs dat de koffieteelt een uitweg kan betekenen voor de gewapende conflicten waaronder de regio nog steeds lijdt. Vroeger was er voor de soldaten en rebellen namelijk geen andere toekomst dan te vechten, maar vandaag kan een gezonde koffiesector, waarmee ze in hun levensonderhoud kunnen voorzien, hen overtuigen terug te keren naar de landbouw.



☺ *Koffie is een belangrijk exportproduct voor ontwikkelingslanden.*



centen en meer dan zeven miljard consumenten. U kan zich ongetwijfeld een beeld vormen van de machtsverhoudingen... en van: wie hoeveel overhoudt aan die handel.” Hij wijst erop dat deze situatie, met weinig aankopers, er ook één is met weinig verkopers... zodat ze ook de klant in rijkere landen steeds meer kunnen doen betalen. Schollaert: “Alleen hebt u er geen erg in doordat het goed verpakt is en in kleine beetjes gebeurt. En voor alle duidelijkheid: het blijft toch vooral de achtergestelde producent in het Zuiden die het gelag betaalt.”

### Fair trade-alternatief

De analyse van Schollaert gaat tevens op voor de koffiesector, klinkt het bij Oxfam. Want ook daar is er een evolutie naar een steeds kleiner aantal, alsmat grotere bedrijven die koffie opkopen en branden. Meer bepaald controleren nog slechts vier spelers (ECOM, Neumann Gruppe, Louis Dreyfus en Volcafe-ED&F Man) 40 % van de globale handel in koffie. De vijf grootste koffiebranders (Kraft, Nestlé, Procter & Gamble, D.E. Masterblenders 1753 en Tchibo) controleren dan weer de helft van de wereldmarkt en zelfs 85 % van de Europese, luidt het. Maar daar tegenover staat dat dit kleine aantal bedrijven kan kiezen uit een enorme hoeveelheid kleinschalig werkende koffieboeren, verspreid over de halve wereld. Er zijn er ongeveer 25 miljoen, en samen produceren ze ongeveer 80% van de koffie in de wereld: het gevolg is dat het handvol internationale handelaars en koffiebranders alles voor het zeggen hebben, en de prijzen en spelregels bepalen, stelt Oxfam. “Kleine boeren moeten hun koffie verkopen aan tussenhedelaars die voor grote bedrijven werken. Informatie over correcte prijzen en de situatie op de wereldwijde koffiemarkt bereikt de boeren nauwelijks. Dat maakt hen erg afhankelijk van deze opkopers. Maar als ze zich organiseren in een sterke coöperatie kunnen koffieproducenten zich weren tegen deze machtige spelers. Wij helpen hen daarbij”, meldt de fair trade-organisatie. Ook wordt getracht het aantal tussenschakels tussen boer en koffiedrinker te verminderen, op transparante wijze, en willen fair trade-organisaties een bijkomende opkoper zijn voor de boerencoöperatie.



☺ *Onder meer helpen organisaties zoals Oxfam boeren zich te organiseren in een sterke coöperatie, trachten ze het aantal tussenschakels te verminderen, en willen ze een bijkomende opkoper.*

### 125 miljoen

Volgens Max Havelaar leven niet alleen 25 miljoen kleinschalige boeren van de koffieteel, maar verdienen wereldwijd, daar bovenop, nog 100 miljoen mensen, in allerlei sectoren, hun brood met koffie. De manier waarop ons dagelijks bakje troost tot stand is gekomen en verhandeld, maakt dus een verschil voor enorm veel mensen. Toch iets om over na te denken. En terwijl u dat doet, kunt u er voor de gezelligheid gerust een kopje koffie bijnemen. Fair trade, natuurlijk.

**CLINIQUE DU CHEVEU**

**Geschenkcheque**  
Ter waarde van .....  
Voor: .....

Stempel instituut en handtekening  
Datum: .....

www.cliniqueducheveu.eu

**Om te schenken of te krijgen**  
Gezondheid van uw haar  
Hoofdhuidmassage  
Haaranalyse  
Kleuring zonder ammoniak

**BELGIË**  
FLEURUS - Rue Plomcot, 6 • Tel. 071 81 19 94  
DENDERMONDE - Grote markt, 29 • Tel. 052 52 48 23  
HAACHT - Keerbergesteenweg, 4 • Tel. 016 60 04 61  
MARIEKERKE - K. Van Doorslaerlaan, 67 • Tel. 0475 68 19 13  
ZONHOVEN - Donkweg, 65 • Tel. 011 46 47 48

**NEDERLAND**  
EL POELDIJK - Voonstraat, 143 • Tel. 00 31 174 621 936  
VLIMMEN - Burgemeester Van Houtplein 45 • Tel. 00 31 73 51 11

www.elitecoiff.be