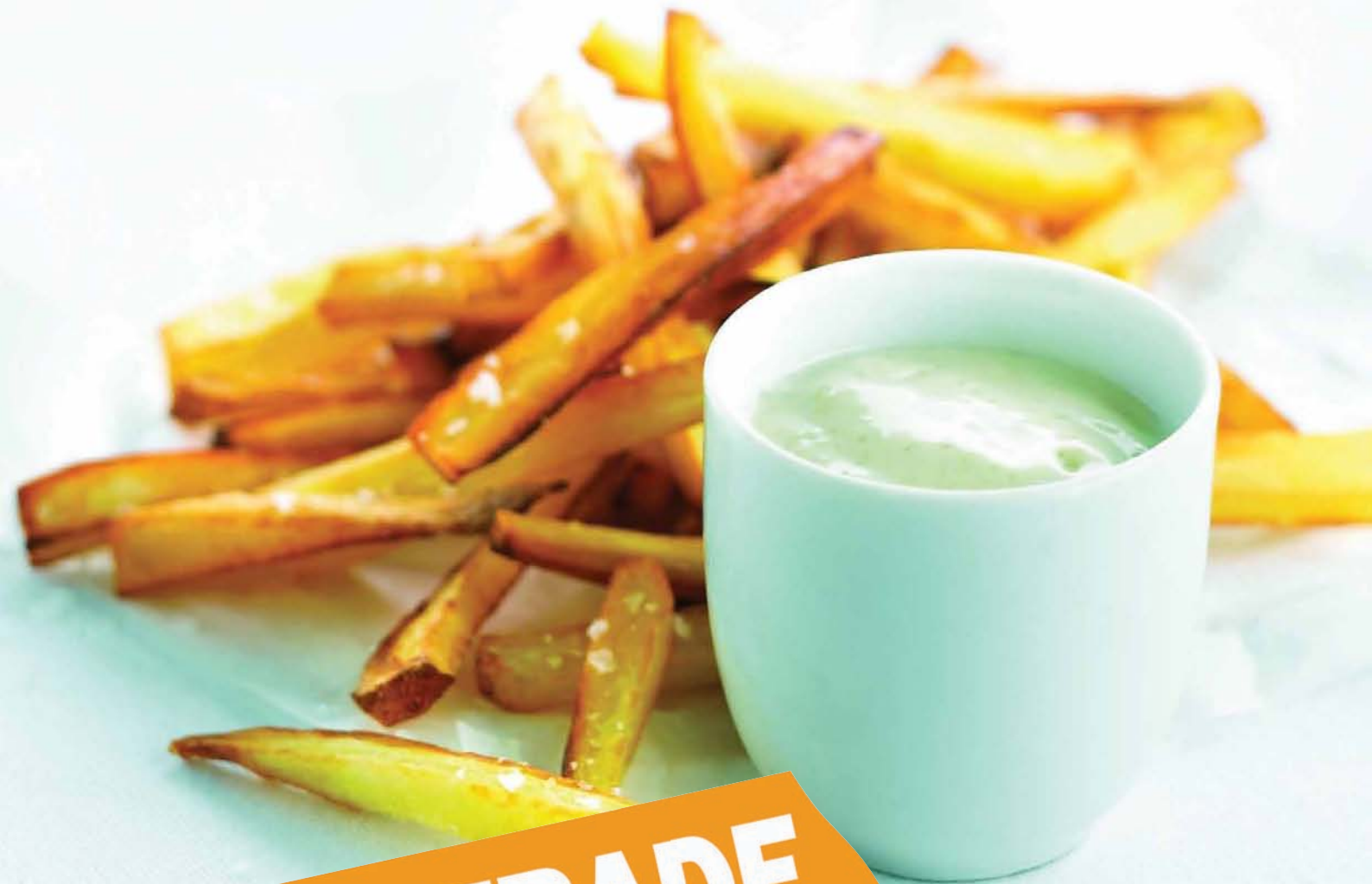


Handleiding voor **criterium 6** van **FairTradeGemeente**



**FAIRTRADE
GEMEENTE**

Inhoud

Wat is het 6de criterium?	2
Het belang van duurzame voeding	4
Hoe begin je eraan? Het stappenplan!	10
Praktijkvoorbeelden	13
• Voedselteams	14
• Donderdag veggiedag	15
• Lokale bio in de kijker	17
• Lokale producten in een fairtradejasje	19

Cover

2	Foto © Philippe Van den Bulck
4	Pastinaakfrietjes met kruidenveganaise
10	(uit "Veggie voor Chefs", een uitgave van EVA vzw)

Nodig:

14	1 kg pastinaak
15	4 takjes dragon
17	3 takjes platte peterselie
19	1 teentje knoflook
	1,5 dl olijfolie
	125g zijden tofu
	Peper en zout
	1 el mosterd
	2 el citroensap

Bereiding:

Pluk de kruiden en mix de olie met de knoflook en de kruiden tot een emulsie. Doe de zijden tofu, het citroensap en de mosterd in een mixbeker en mix er geleidelijk de kruidenolie door tot je een mayonaise bekomt. Schil de pastinaken en snij ze in frietjes. Fruit de pastinaakfrietjes in een frituurpan op 170° of bak ze in olijfolie tot ze goudbruin en krokant zijn. Serveer met de kruidenveganaise.

Inleiding

Einde 2004 lanceerden Max Havelaar, Oxfam Wereldwinkels en Vredeseilanden het initiatief FairTradeGemeente in het kader van de campagne 'Ik ben verkocht'. Toen deze campagne in 2007 ten einde liep, beslisten de 3 organisaties om FairTradeGemeente als aparte campagne te laten verdergroeien, met de extra ondersteuning van 11.11.11.

FairTradeGemeente wil op een heel concrete manier bijdragen aan een waardig bestaan voor de kleine boer in het Zuiden en de duurzame producent in het Noorden. Door middel van 6 criteria spelen we in op de vraag naar en het aanbod van eerlijke en lokale, duurzame producten.

Deze handleiding is bedoeld voor trekkersgroepen die in het kader van de campagne FairTradeGemeente of FairTradeProvincie een initiatief uitwerken ter invulling van het 6^{de} criterium.

Dat 6^{de} criterium is best wel uniek. De campagne Fairtrade Towns startte in 2000 in Groot-Brittannië met 5 criteria, die in alle overige landen wereldwijd werden overgenomen. Vlaanderen voegde als eerste een 6^{de} criterium toe, waarbij de campagne werd doorgetrokken naar de lokale voedselketen.

Als we de familiale boeren in het Zuiden echt een kans willen geven op een leefwaardig bestaan, dan moeten we niet alleen hun fairtradeproducten kopen, maar ook onze eigen levensstijl aanpassen, onze voedselketen verduurzamen en resoluut kiezen voor duurzame voeding. Wat dit dan precies inhoudt, lees je verder in deze handleiding.

Deze handleiding helpt je ook om te bepalen of je activiteit geschikt is en met welke elementen je rekening moet houden. Naast ideeën vind je praktische tips voor de uitvoering. Hoe begin je eraan? Wie betrek je erbij? Wat met de communicatie?... En tenslotte hebben we 4 goede praktijkvoorbeelden die je kunnen inspireren, in detail toegelicht.

Neem zeker ook regelmatig een kijkje op de website van fairtradegemeenten.be. Daar vind je immers de meest recente informatie en maak je kennis met de nieuwste initiatieven van andere gemeenten.

In de FairTradeGemeentenGids, die je kan downloaden of bestellen via fairtradegemeenten.be, lees je meer over de algemene doelstellingen en de strategie van de campagne.

We wensen je veel succes en plezier bij het uitwerken van dit initiatief!



Wat is het 6^{de} criterium?

Van boer tot op je bord: het lijkt een vanzelfsprekende en eenvoudige weg. En toch dragen de verschillende ingrediënten van onze dagelijkse maaltijd vaak een complex verhaal met zich mee. Sommige producten hebben de halve wereld afgereisd alvorens op ons bord te belanden, andere kregen een lading pesticiden over zich of werden geproduceerd in mensenwaardige omstandigheden.

Genieten van lekkere groenten uit volle grond, de smaak proeven van brood dat de tijd heeft gekregen om te rijzen, van onbehandeld fruit dat gerijpt is in de zon... Iedereen zou toegang moeten krijgen tot gezond en smakelijk voedsel met hoge voedingswaarde. Iedereen overal ter wereld, nu en ook in de toekomst.

Er is immers voldoende voedselvoorraad om de huidige wereldbevolking te voeden en toch gebeurt het niet: meer dan 1 miljard mensen lijdt honger terwijl anderzijds bijna 2 miljard mensen overgewicht hebben. Indrukwekkende cijfers die duidelijk maken dat we niet allemaal even goed bezig zijn en onze eigen voedingsgewoonten dringend onder de loep moeten nemen.

Het 6^{de} criterium is een oproep hiertoe en spoort aan om initiatieven te nemen om duurzame voeding in je gemeente te promoten.

De enige echte omschrijving van het 6^{de} criterium luidt als volgt:

Om de titel van FairTradeGemeente te behalen, wordt in de gemeente een **nieuw initiatief** gelanceerd dat **lokale consumptie en productie** van **duurzame voedingsproducten** stimuleert. Er wordt over dit initiatief **duidelijk gecommuniceerd**. Om de titel te behalen én te behouden, wordt ofwel een **meerjareninitiatief** opgestart, ofwel een **kortlopend project** met garanties dat er jaarlijks een nieuw initiatief genomen zal worden dat duurzaam consumeren en produceren aanmoedigt.

We bespreken hier kort de **verschillende componenten** van de definitie.

1 Een nieuw initiatief:

Het initiatief moet opgezet worden in de context van het streven naar of behoud van de titel van FairTradeGemeente. Initiatieven die inhoudelijk beantwoorden aan het 6^{de} criterium maar die niet nieuw zijn of niet in het kader van de campagne FairTradeGemeenten werden georganiseerd, zullen dus niet aanvaard worden. Natuurlijk kan je wel aansluiten bij een reeds bestaand initiatief - dat werkt zelfs versterkend - maar van bij aanvang moet in de communicatie duidelijk verwezen worden naar deze campagne. Logo's en ander materiaal vind je op fairtradegemeenten.be.

2 Lokale consumptie en productie:

Lokaal is een rekbaar begrip. Het moet natuurlijk gaan om een activiteit in jouw gemeente waarbij de inwoners betrokken worden. Maar dat wil niet zeggen dat alle producten ook effectief geproduceerd moeten worden binnen de gemeentegrenzen. Zo lokaal mogelijk is hier de norm. De impact is ook belangrijk. Als jouw initiatief slechts een beperkt aantal inwoners bereikt, moet je je de vraag stellen of je hiermee je doel wel bereikt en of je niet moet bijsturen. Voor een goede impact is een goede communicatie belangrijk (zie verder).

3 Duurzame voedingsproducten:

Het lokale karakter van de activiteit is vanzelfsprekend niet voldoende. Ook al beperk je de transportkosten en dus de impact op het milieu door lokaal te produceren en te consumeren, dan kan dit positieve effect volledig teniet gedaan worden als de productiewijze van de producten zelf of het initiatief errond niet duurzaam zijn. In het volgende hoofdstuk gaan we dieper in op de aspecten en het belang van duurzame voeding.

4 Duidelijke communicatie:

Het is belangrijk dat je initiatief van bij het begin zoveel mogelijk bekend gemaakt wordt binnen de gemeente. Probeer dus een zo breed mogelijke communicatie te voeren en die op verschillende momenten te herhalen. Verwijs in de communicatie steeds naar de volledige campagne en maak gebruik van het materiaal dat je terugvindt op fairtradegemeenten.be.

5 Meerjareninitiatief of kortlopend project:

Voorbeelden van langlopende initiatieven zijn het permanent integreren van lokale bioproducten en duurzaam geproduceerde seizoensproducten in de grootkeukens van scholen, verenigingen, lokale zorginstellingen... Ook het opstarten van voedselteams of het lanceren van campagnes zoals “donderdag veggiedag” hebben de bedoeling om langere tijd mee te gaan.

Als je voor een kortlopend initiatief kiest, is het zeer belangrijk om de impact zo breed mogelijk te maken. Anderzijds moet je er ook voor zorgen dat er een jaarlijks vervolg kan komen op je initiatief. Zorg in dat geval ook voor een herkenbare communicatie zodat de inwoners weten dat deze actie kadert in de campagne FairTradeGemeente en de impact hiervan jaar na jaar kan toenemen.

In het laatste deel van deze handleiding vind je 4 meer concreet uitgewerkte initiatieven die aan deze componenten voldoen. Misschien kan je een van deze initiatieven ook in jouw gemeente opzetten of kunnen ze je inspireren tot een geheel eigen initiatief.

Het belang van duurzame voeding

3 pijlers van duurzaamheid

De vraag wat duurzame voeding precies inhoudt, is niet zo gemakkelijk te beantwoorden. Een algemeen aanvaarde definitie is dat duurzame voeding aansluit op de wereldwijde voedingsbehoeftes van het heden zonder de invulling van de behoeftes van toekomstige generaties in gevaar te brengen.

Deze definitie werd al snel omgezet in de driepoot van duurzaamheid: iets is duurzaam wanneer het ecologisch, sociaal en economisch verantwoord is.

Duurzaamheid is niet alleen een intrinsieke eigenschap van bepaalde voeding, het heeft ook te maken met de manier waarop het voedsel vanaf de productie tot de consumptie wordt behandeld en aangewend. Het is dus goed om bij elke duurzaamheidspijler even stil te staan bij de verschillende stadia die ons voedsel doorloopt alvorens op ons bord terecht te komen.

Concreet beschouwen we een voedingsproduct als duurzaam wanneer tegelijkertijd voor elke pijler aan een aantal voorwaarden wordt voldaan, m.n. een minimale impact op het milieu (water, lucht, ecosystemen, bodem, energie, biodiversiteit), een correcte vergoeding voor alle schakels in de voedselketen en een bijdrage tot het algemeen welzijn (gezondheid, voedselveiligheid, arbeidsomstandigheden, ethische afwegingen zoals solidariteit met het Zuiden ...).

1 De ecologische pijler

Op zaterdag 21 augustus 2010 was het jaarlijkse “ecobudget” van onze aarde voor dat jaar al op. In minder dan acht maanden tijd verbruikte de mensheid alle zogenaamde ecologische diensten die de aarde ons per jaar kan leveren, zoals bossen die koolstof vastleggen en grondstoffen (hout, katoen, ...) voor onze productieprocessen.

Sinds begin jaren 80 overstijgen we de capaciteit van onze planeet elk jaar meer en meer. De exponentiële groei van de wereldbevolking, de luxueuze levensstijl van het westen en de opkomst van nieuwe economische grootmachten dragen hiertoe bij. Vooral productie en consumptie van voeding speelt hierbij een grote rol en is goed voor ongeveer 33% van de ecologische voetafdruk.

Dat betekent dat wij als consument een belangrijke rol kunnen spelen: **door systematisch voor duurzame**

Wat is een ecologische voetafdruk?

We verbruiken constant natuurlijke rijkdommen: voor transport, verwarming, huisvesting, voeding...

De ecologische voetafdruk drukt uit (in globale hectare of gha) hoeveel vruchtbare oppervlakte er nodig is om onze levensstijl mogelijk te maken. Als je de volledige voorraad vruchtbare oppervlakte deelt door de wereldbevolking, dan heeft ieder mens recht op 1,8 gha. In 2007 bedroeg de gemiddelde ecologische voetafdruk 2,7 gha per persoon, wat betekent dat we meer verbruiken dan onze aarde kan voorzien. Sindsdien stijgt deze gemiddelde voetafdruk alleen maar ... Voor België bedraagt de voetafdruk ondertussen maar liefst 8 gha per Belg!

voeding te kiezen, zullen ook producenten zich aanpassen en zal de ecologische voetafdruk automatisch verminderen. En als dat dan kan zonder dat we toegevingen moeten doen op vlak van kwaliteit, smaak en leefcomfort, wat houdt ons dan nog tegen?

Een grote hindernis om voluit te kiezen voor duurzame voeding is gebrek aan kennis en informatie. Het is niet altijd duidelijk welke producten als ecologisch duurzaam mogen beschouwd worden en welke niet.

Transport is bijvoorbeeld één van de vele fases die de klimaatimpact van een product bepalen. Maar vaak heeft de productiefase een belangrijkere impact. Zo kunnen in sommige gevallen, bij duurzame productie, producten die van ver komen toch een lagere CO²-voetafdruk hebben dan producten die op een niet-duurzame wijze lokaal geproduceerd worden. Bio fairtraderietsuiker is hier een voorbeeld van.

Wijziging van	Naar	Effect in % op voetafdruk
Vlees	Vegetarisch	- 40%
Groenten vliegtuig	Groenten lokaal	- 28%
Niet-bio	Bio	- 15%
Niet-seizoens	Seizoens	- 15%
Groenten exotisch	Groenten lokaal	- 4%
Groenten europees	Groenten lokaal	- 1%

Het effect op onze ecologische voetafdruk bij vervanging van een of meerdere componenten van een gewone warme maaltijd met 250 gr aardappelen, 200 gr groenten en 150 gr vlees. Bron: Ecolife

Er zijn wel hulpmiddelen. Een biologisch product geeft de consument de zekerheid dat de producten afkomstig zijn van gecontroleerde biologische teelt, met respect voor het milieu wat landbouwpraktijken betreft. Maar dat een product biologisch is, zegt op zich niks over de manier van verpakking, bewaring, transport etc. die zeer belastend kunnen zijn voor het milieu.

Een bioproduct met Biogarantielabel biedt meer garanties. Het Biogarantielabel, een privélabel dat verder gaat dan de wettelijke basis, eist een eerlijke prijs doorheen heel de keten, aandacht voor sociale rechtvaardigheid, zowel hier als in het Zuiden en vereist duurzaamheidsplannen met betrekking tot de ecologische impact op de hele voedselketen (water- en energieverbruik, transport, afval). Het Biogarantielastenboek¹ legt van oudsher ook criteria op met betrekking tot verpakking.

Kiezen voor producten met Biogarantielabel is dus zeker een goede zaak. Maar dat wil niet zeggen dat alle producten zonder bio- of Biogarantielabel per definitie slecht zijn. Soms moet je ook gewoon de keuze voor bepaalde productgroepen durven afwegen. Vlees bijvoorbeeld.

Voor de productie van 1 kg rundsvlees is meer dan 15.000 liter water nodig en 40% van de landbouwgronden wordt ingezet voor veevoederteelt. 18% van de broeikasgasuitstoot wereldwijd wordt veroorzaakt door de vleesindustrie. En 50% van onze ecologische voedselvoetafdruk wordt ingenomen door de productie van vlees en vis. We kunnen kiezen voor biovlees maar zelfs de biologische veeteelt heeft een torenhoge voetafdruk in vergelijking met bijvoorbeeld graanproducten. Kiezen voor biovlees is dus goed maar af en toe een maaltijd zonder vlees is beter.

¹ Het Biogarantielastenboek integreert vanaf het voorjaar van 2011 een duurzaamheidscharter en tal van bijkomende duurzaamheidscriteria. Het charter treedt in voege in 2011. Sommige deelaspecten zullen, na een overgangsfase, uiterlijk begin 2013 volledig verplicht zijn.

Er wordt van ons als consument dus toch een beetje alertheid verwacht. Hieronder een opsomming van de belangrijkste aandachtspunten waarmee rekening gehouden moet worden om van ecologisch verantwoorde voeding te kunnen spreken:

AANDACHTSPUNTEN

• Bij de productie

Minder energie-intensieve landbouw, geen gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen of kunstmest, geen genetische manipulatie, oog voor verbetering van de bodemstructuur, herstellen of in stand houden van natuurlijke kringlopen en behoud van de biodiversiteit, diervriendelijke aanpak, herwaardering van de familiale, kleinschalige landbouw die op meer milieuvriendelijke wijze tewerk gaat dan de agro-industrie.

• Bij de verwerking

Beperken van aantal bewerkingen, vermijden van (synthetische) additieven en aroma's, zuinig omspringen met grondstoffen en energie, beperken van verpakking, afval, water- en luchtvervuiling en transport.

• Bij de consumptie

Gebruik van verse basisingrediënten (want elke extra behandeling van voedsel kost energie), kiezen voor lokale duurzaam geproduceerde seizoensproducten, minder vlees consumeren, aangepaste kooktechnieken.

Aangezien deze aandachtspunten grotendeels verwerkt zijn in de criteria voor bioproductie, adviseren we om zoveel mogelijk met bioproducten te werken of met producenten die volgens de biologische principes te werk gaan.

Aangepaste kooktechnieken

Als je zelf kookt, kan je door een foute bereidingswijze voedingsstoffen wegspoelen of stuk koken en een hoop energie verspillen.

Enkele vuistregels:

- Schil groenten zo weinig mogelijk (wortelen) of liefst niet voor het koken (aardappelen).
- Was groenten zoals prei indien nodig voor het fijn snijden.
- Stomen of stoven in een weinig water geeft minder verlies van vitaminen en mineralen, en gaat meestal sneller.
- Probeer bij elke (warme) maaltijd steeds wat rauwkost te serveren.
- Ovengerechten hebben iets feestelijk, maar voor het opwarmen van kleine gerechten verbruiken ze in verhouding veel energie.
- Diepvriezen is een zeer energievervlindende bewaarmethode. Maak bij voorkeur elke dag aangepaste verse porties.

2 De economische pijler

De **stijgende voedselprijzen** knagen aan ons inkomen. Brood, aardappelen, vlees, ... het kost allemaal meer. De opwarmende aarde, de steeds duurder wordende energie en de dreigende schaarste van grondstoffen zijn hier mee voor verantwoordelijk.

We vloeken wel op het kasticket maar op dit ogenblik hebben wij nog een vlotte toegang tot de voedselvoorraden. Voor sommigen is dat anders: wereldwijd leven meer dan 1 miljard mensen in extreme armoede. Meer dan twee derde van hen zijn bovendien boeren. We krijgen dus een absurde situatie waarbij mensen die verondersteld worden voedsel te produceren, honger moeten lijden. Door te kiezen voor fairtradeproducten

kunnen we als consument ons steentje bijdragen (zie hiervoor criteria 1 tot 5 van Fair-TradeGemeenten).

Maar **wat met onze boeren?** Verdienen zij dan geen aandacht? Natuurlijk wel, want ook onze lokale voedselproducenten hebben het niet altijd gemakkelijk. Het landbouwbeleid geeft de boeren immers geen zekerheid op een rechtvaardig arbeidsinkomen. De massale import van producten die geproduceerd werden aan lagere sociale en milieunormen, zorgt voor een oneerlijke concurrentie. Daarnaast zorgt een onevenwicht tussen vraag en aanbod voor tijdelijke tekorten of tijdelijke overschotten, die dan weer aan dumpingprijzen aan het Zuiden worden verpatst, zodat de boeren daar op hun beurt met oneerlijke

concurrentie te maken krijgen. Het inkomen van een boer in de EU bedraagt op dit moment slechts 60% van het gemiddelde inkomen in de gehele economie. Meer en meer boeren houden het voor bekeken en verkopen hun bedrijf en hun gronden. Maar wie gaat er dan in de toekomst voor ons voedsel zorgen?

50% verspilling

Uit een recent rapport van het VN-Milieuprogramma (UNEP) blijkt dat bijna 50% van de wereldvoedselproductie verloren gaat, weggegooid of verspild wordt door een slecht beheer van de voedselketen. In landen zoals de VS en Groot-Brittannië wordt meer dan 1/3 van het gekochte voedsel gewoon weggegooid. Per Belg wordt jaarlijks 15kg voedsel weggegooid, goed voor een gemiddelde waarde van €175.

Vanzelfsprekend heeft de overheid hierin een belangrijke rol te spelen, maar toch kunnen wij als consument ook ons steentje bijdragen door ervoor te zorgen dat onze eigen voedselproducenten op de lokale markt een afzet vinden en een correcte prijs krijgen voor hun product. Ook op economisch vlak kunnen we als consument dus rekening houden met enkele aandachtspunten:

AANDACHTSPUNTEN

• Bij de productie

Herwaardering van de lokale, familiale landbouw, streven naar een beter inkomen voor de boeren, o.a. door het beperken van de tussenschakels tussen consument en producent, door het afbouwen van afhankelijkheid van agro-industrie en distributiesector en het herstellen van de greep op eigen bedrijfsvoering, geen gebruik van genetisch gemanipuleerde zaden waarvan de productie gemonopoliseerd wordt door enkele multinationals.

• Bij de productie en de verwerking:

Ondersteuning van de lokale economie waardoor meer werkgelegenheid ontstaat in eigen regio.

• Bij de consumptie

De voedingsgewoonten aanpassen en kiezen voor voeding die betaalbaar is, terwijl de producenten toch nog een correcte prijs voor hun producten krijgen. Verse lokale seizoensproducten en vleesmindering zijn goed voor de eigen portemonnee (en bovendien ook nog goed voor de gezondheid). Tegengaan van verspilling is ook een belangrijke kostenbesparende factor.

3 De sociale pijler

Gezonde voeding

Gezonde voeding is niet voor iedereen toegankelijk en tegelijkertijd kiest niet iedereen die er toegang toe heeft, voor gezonde voeding. Zo lijden bijna 2 miljard mensen aan overgewicht en dat cijfer neemt alleen maar toe. In Vlaanderen kampt 32,3% van de volwassenen met overgewicht waarvan ongeveer 1/3 zwaarlijvig is.

Nochtans kan dit probleem in zeer grote mate voorkomen worden door te eten volgens de principes van de actieve gezondheidsdriehoek en de balans tussen energieverbruik en -inname te herstellen (minder eten, meer bewegen).

Ons huidige Westerse consumptiepatroon heeft allesbehalve de vorm van een driehoek (zie afbeelding). Vooral suikers, alcohol, eiwitten en vetten moeten gematigd worden en plantaardig vetten krijgen voorkeur

boven dierlijke vetten die het cholesterolgehalte doen toenemen.

Daarnaast zou de gemiddelde consument meer verse groenten en fruit moeten eten (ca 400gr/dag), evenals vezelrijke koolhydraten en water.

Gezonde voedingsproducten ondergaan best niet teveel bewerkingen (zoals bijv. wel het geval bij kant-en-klare maaltijden) en bevatten zo weinig mogelijk kunstmatige stoffen. Ook de manier van bereiden is belangrijk: te traag invriezen of te lang verhitten doet de voedingswaarde van een product dalen.

Gezonde en waardige productieomstandigheden

Niet alleen voeding zelf, maar ook de omstandigheden waarin de productie ervan gebeurde, moeten gezond zijn. Wereldwijd worden de werknemers- en mensenrechten vaak niet gerespecteerd.

De voedingssector vormt daarop geen uitzondering.

In 2001 kwam er in de cacao- en chocoladesector een protocol om de ergste vormen van kinderarbeid in West-Afrika uit te bannen tegen 2005. De Amerikaanse Tulane-universiteit volgde dit op en bracht in het najaar van 2010 een schokkend rapport uit: kinderen uit Burkina Faso en Mali worden nog steeds verkocht om in de cacao-productie te werken in zeer slechte omstandigheden. De meeste kinderen konden geen enkele vorm van onderwijs volgen. Sinds 2001 was er dus niets veranderd. Door chocolade uit deze productieketen te consumeren, ondersteunen we als consument actief deze wantoestanden. Maar wat kunnen we hiertegen beginnen? Verpakkingen vermelden immers niet dat er kinderarbeid aan te pas kwam tijdens het productieproces.

Het fairtradelabel biedt ook hier weer garanties, maar niet alles wat we eten, bestaat in een fairtradeversie. Een beter contact met onze voedselproducenten leidt tot een beter inzicht in onze voeding, tot een groter wederzijds begrip en respect en tot meer solidariteit.

We zetten de aandachtspunten voor sociale duurzaamheid nog even op een rijtje:

AANDACHTSPUNTEN

- **Bij de productie**

Respect voor de basisrechten van de werknemers, nauwer contact met en transparante houding ten opzichte van de consument, o.a. door middel van een eenduidige communicatie.

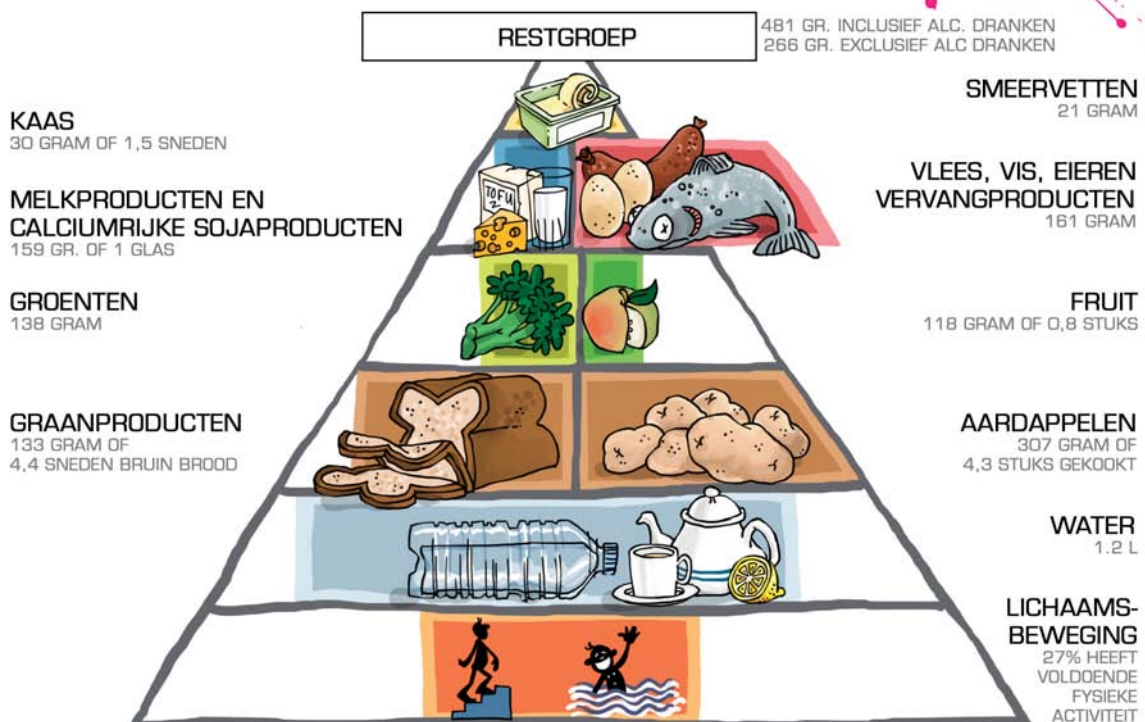
- **Bij de productie en de verwerking:**

Ondersteuning van de lokale duurzame economie waardoor meer werkgelegenheid ontstaat in eigen regio, eerbied voor werknemers- en mensenrechten in alle sectoren en segmenten van de voedselketen, speciale aandacht voor kansengroepen, gendergelijkheid en non-discriminatie

- **Bij de productie en de verwerking:**

Grotere betrokkenheid bij de lokale voedselproducenten en productiemethodes, recht op gezonde, duurzaam geproduceerde voeding

DE ACTIEVE VOEDINGSDRIEHOEK



Kan ik nu zelf duurzame keuzes maken?

Omdat duurzaamheid zich richt op drie erg verschillende pijlers (de ecologische, economische en sociale dimensie), treden er 2 problemen op die met elkaar verband houden: enerzijds is het onmogelijk om de totale duurzaamheid van een product in een maat uit te drukken en anderzijds kunnen bepaalde aspecten elkaar ogenschijnlijk tegenwerken. 100% duurzaamheid is moeilijk te realiseren.

De beslissing van het moment hangt vaak af van de nadruk die je op een van de aspecten legt en het blijft een uitdaging om hierin een goed evenwicht te vinden.

Toch zijn er ook **opvallend veel overeenkomsten in de aandachtspunten van de 3 pijlers**: minder vlees eten is in de eerste plaats gezond, is goed voor het milieu, goed om het voedselprobleem aan te pakken en goed voor de portemonnee. Hetzelfde geldt voor lokale, duurzaam geteelde seizoensgroenten.

Ethische overwegingen zoals “Is dit biologische voeding of voeding uit eerlijke handel? Kwam er kinderarbeid aan te pas bij het productieproces?” maken het ook een stuk gemakkelijker om de juiste keuze te maken en bepaalde producten uit te sluiten.

Wie kan me ondersteunen om de juiste keuzes te maken?

Zoals reeds aangegeven is een probleem bij deze afwegingen vaak het gebrek aan informatie: de eindproducten zoals je die bij de winkelier aankoopt, vermelden niet altijd vanwaar het product komt en in welke omstandigheden het product werd gemaakt.

Labels zoals het fairtradelabel en het biolabel kunnen hier een oplossing bieden omdat zij een duidelijk omschreven aanpak bieden op vlak van duurzaamheid. Je kan ook kiezen voor duurzame producten die via een korte voedselketen tot bij de consument geraken. Hierbij worden zoveel mogelijk tussenschakels

in de voedselketen vermeden en zo rechtstreeks mogelijk bij de producent aangekocht. Voorbeelden van korteketenconsumptie zijn groenten- en fruit-abonnementen, rechtstreeks aankopen bij de boer in een hoevewinkel, op de markt...

Door lokaal af te nemen versterk je de economische positie van de lokale producent en behoud je ook het contact met de landbouwpraktijken: je hebt zicht op de productiewijze, het product krijgt een gezicht, je volgt bijna automatisch het ritme van de seizoenen enz.

Niet alles wat lokaal is, is echter duurzaam. Kies daarom bij voorkeur voor producenten die volgens de biologische principes werken. Bioboeren zijn gecertificeerd en worden nauwgezet gecontroleerd. Op de website van Bioforum (www.bioforum.be) vind je meer informatie over de verschillende elementen waaraan biolandbouw moet voldoen.

Er zijn ook boeren die (gedeeltelijk) volgens dezelfde principes werken maar (nog) geen biocertificering hebben. Bijvoorbeeld omdat ze aan 1 van de vereisten technisch (nog) niet kunnen voldoen of omdat ze in omschakeling zijn. Sluit deze boeren zeker niet uit van een samenwerking.

Aansluiten bij een voedselteam (zie hoofdstuk 4) is een zeer mooi voorbeeld. De producten die voor zo'n voedselteam ter beschikking gesteld worden zijn vaak maar zeker niet per definitie biologisch gecertificeerd. De producenten worden wel gescreend op een duurzame aanpak door vzw Voedselteams. Misschien is de boer in jouw buurt nog niet duurzaam bezig maar heeft hij wel interesse voor omschakeling, bijv. omdat hij hierdoor een betere prijs kan krijgen voor zijn producten. Probeer hem te overtuigen! Door Bioforum werden per landbouwsector omschakelingsbrochures gemaakt die belangrijkste veranderingen bij omschakeling naar de biologische bedrijfsvoering uitleggen. Ze vormen een goede eerste stap om de omschakeling tot een succes te maken, en zijn gratis.

Hoe begin je aan het 6^{de} criterium?

Het stappenplan!

Stap 1: Analyseer je gemeente, maak een goede voorbereiding

In het volgende hoofdstuk vind je enkele voorbeelden van goede initiatieven maar toch is niet elk initiatief even geschikt voor elke gemeente.

Als je gemeente een plattelandsgemeente is en verschillende veeboeren telt, dan is het minder vanzelfsprekend om een activiteit rond vleesmindering en vegetarisme op te zetten: je boodschap zal bij sommigen eerder bedreigend overkomen, je impact zal klein zijn, je zal veel moeilijker je gemeente meekrijgen, terwijl dat toch net de bedoeling is.

Kies dus voor een activiteit die binnen je gemeente zo breed mogelijk gedragen kan worden en waar elke inwoner die zichzelf en anderen een beetje respecteert, volledig achter kan staan.

Stel jezelf de volgende vragen:

- Wat is er typisch voor je gemeente? Wat maakt haar uniek ten opzichte van andere gemeenten? Kan je op dit vlak aansluiting vinden met duurzame voeding?
- Is er een typisch streekgerecht of streekproduct dat je kan gaan verduurzamen?
- Welke grote spelers zijn in jouw gemeente actief of actief geweest op vlak van voeding? En welke rol kunnen zij eventueel spelen bij verduurzaming?
- Is er in de geschiedenis van je gemeente een link met voeding te leggen die als rode draad kan gebruikt worden bij je activiteit?

In een **grotere plattelandsgemeente** kan je gaan oplijsten welke boeren er actief zijn, hoe ze tewerkgaan en welke duurzaamheidsprincipes ze hanteren. Het hoeven echt geen bioboeren te zijn om hen te betrekken bij de actie (zie kader).

In **kleine gemeenten** is er vaak meer sociaal contact tussen de inwoners en kan het een goed idee zijn om het 6^{de} criterium te combineren met een groot feest waarbij je alle inwoners probeert te betrekken.

Grote gemeenten en steden hebben anderzijds vaak al heel wat actoren op hun grondgebied die actief zijn rond duurzaamheid. Zoek uit welke bedrijven, organisaties en verenigingen reeds actief bezig (geweest) zijn rond duurzame voeding. Wellicht kunnen zij je helpen. En durf in een grote gemeente of stad ook te kijken naar verduurzaming binnen scholen, grootkeukens van OCMW en kindercrèches.

Hoe duurzaam zijn boeren?

Boeren die biologische producten telen, staan onder strenge controle. Je kan er dus zeker van zijn dat zij op duurzame wijze tewerkgaan. Maar dat wil niet zeggen dat alle andere boeren fout bezig zijn. Praat met de producenten in je buurt en vraag hen naar hun duurzame inspanningen. Die moeten verder gaan dan het wettelijke minimum.

In het vorige hoofdstuk vind je per pijler de aandachtspunten terug op vlak van productie. Vraag de producenten in jouw buurt in welke mate ze hier al rekening mee houden. Als je de lokale boeren wil betrekken bij je activiteit (bijv. inschakelen als producent in korteketenverkoop), dan kan je ook altijd advies vragen aan vzw Voedselteams. Zij hebben veel ervaring met het screenen van producenten op een duurzame werking.

Stap 2: Losse ideeën krijgen vorm

Aan de hand van de eerste losse ideeën en lijstjes kan je een aantal mensen samenbrengen die samen met de trekkersgroep kunnen brainstormen over concrete activiteiten.

Mensen die kunnen ingeschakeld worden, zijn de duurzaamheidsambtenaar (voor zover die niet in de trekkersgroep zit), de milieuableider, de ambtenaar voor ontwikkelingssamenwerking, de schepen van landbouw, de schepen van ontwikkelingssamenwerking, lokale boeren die aan duurzame landbouw (willen) doen, bedrijven, verenigingen en organisaties die op een of andere manier reeds actief zijn rond duurzame voeding. Ook buurgemeenten die het 6^{de} criterium reeds ingevuld hebben, kunnen een nuttige input geven.

En last but not least: ook mensen uit andere sectoren kunnen nuttig zijn! Zo zal je activiteit pas echt tot zijn recht komen als er voldoende communicatie rond gemaakt wordt. Is er in je gemeente bijv. een communicatiebureau dat je kan helpen met tips en info in ruil voor bijv. een naamvermelding?

Misschien zijn er journalisten, marketingspecialisten of mensen met ervaring in media die deuren kunnen openen? Contacteer hen en stel op deze manier een vaste werkgroep samen.

Bekijk zeker ook waar de provincie mee bezig is op vlak van duurzame lokale voeding. Misschien kan je wel aansluiten bij één van hun initiatieven of kunnen jullie samen iets op poten zetten waar verschillende gemeenten kunnen bij aansluiten.

Contactpersonen en realisaties op provinciaal vlak kan je terugvinden op fairtradegemeenten.be/provincie.

Om jezelf op weg te zetten kan je als trekkersgroep ook steeds enkele vormingen volgen, bijvoorbeeld bij vzw VELT over de ecosmos (www.velt.be/ecosmos), bij KVLV over 'Gezonde feestmenu's met producten van eigen grond' (www.kvlv.be), bij vzw EVA over vegetarisch eten (www.vegetarisme.be), bij Voedselteams (www.voedselteams.be).

Besprek binnen de werkgroep niet alleen de mogelijke acties maar ook de mogelijke valkuilen, bekijk of er in je gemeente goede momenten (feest, andere activiteit) zijn waaraan je je eigen activiteit kan koppelen zodat deze meer kracht krijgt. Hou ook rekening met eventuele minder geschikte momenten.

Andere vragen die aan bod zullen moeten komen

- Wat willen we precies bereiken en hoe gaan we dat meten?
- Wanneer lanceren we het? Aan welk evenement kunnen we de lancering koppelen?
- Waar laten we alles doorgaan?
- Wat zijn de grote stappen die we moeten zetten in de voorbereiding?
- Wanneer zetten we die?
- Taakverdeling: wie doet wat?
- Wanneer, hoe en met wie evalueren we het project?

Wacht niet tot de lancering om je initiatief kenbaar te maken aan de regionale begeleiders of de stuurgroep. Vanuit de initiatiefnemende organisaties kan immers ook belangrijke feedback komen die kan bijdragen tot het welslagen van je actie.

Belangrijk! Hou steeds de definitie van het 6^{de} criterium voor ogen en de verschillende componenten ervan, die je ook terugvindt op p.2 van deze handleiding.

- Is jouw initiatief een nieuw initiatief?
- Gaat het om duurzame lokale productie en consumptie?
- Wat zijn de overige duurzaamheidsaspecten van de betrokken voedingsproducten? Zijn er elementen die minder duurzaam zijn en jouw initiatief kunnen ondermijnen?
- Is je communicatie sterk genoeg?
- Is het een meerjareninitiatief of een kortlopend initiatief waar je volgend jaar een alternatief voor zal uitdenken?

Stap 3: De lancering

Je kan de lancering van je project koppelen aan een reeds bestaand evenement. Je geeft daarmee een krachtig signaal van samenwerking. En je kan al op voorhand rekenen op een ruimere belangstelling. Het is makkelijker voor de bekendmaking en voor de logistiek. Misschien kan je ook een BV of een LB (lokale bekende) inschakelen. Zorg uiteraard voor voldoende media-aandacht.

Probeer een zo breed mogelijke communicatie te voeren en die op verschillende momenten te herhalen. Spreek tijdig met het gemeentebestuur af zodat je zo optimaal mogelijk hun kanalen kan benutten. Lokale radio en tv zijn misschien geïnteresseerd in jouw activiteit, probeer ook de regionale kranten of regionale katernen van nationale kranten hierbij te betrekken. Ook lokale verenigingen, scholen, middenstand etc hebben hun eigen communicatiemiddelen waar je eventueel gebruik van kan maken. Wie niet waagt, niet wint!

Verwijs in de communicatie steeds naar de volledige campagne en maak gebruik van het materiaal dat je terugvindt op fairtradegemeenten.be.

Ideeën voor het krijgen van media-aandacht en tips voor het schrijven van een persbericht kan je vinden in de FairTradeGemeentenGids onder criterium 4, media-aandacht, blz. 23.

Na de lancering stopt het niet.

Kort na de lancering kom je best opnieuw samen met de werkgroep om de lancering te evalueren. Zijn de doelstellingen bereikt? Of, indien het project een structureel project is voor een langere termijn: heeft het project het potentieel om die doelstellingen te bereiken of moeten we bijsturen? Wat leren we eruit? Hoe gaan we verder? Toets ook in dit stadium - indien nodig - af met je regionale begeleider.

Voor het behalen en behouden van de titel vragen we om de initiatieven te bespreken op jouw gemeentepagina op de website fairtradegemeenten.be. Je voegt de informatie toe aan criterium 6 en vult aan met foto's indien je daarover beschikt. Bewijsdocumenten (folders, affiches, persberichten...) die aantonen dat de actie op gang komt in je gemeente, bezorg je liefst digitaal aan de regionale begeleider.

Praktijkvoorbeelden



1. Voedselteams

De opstart en/of actieve ondersteuning van een voedselteam is een mooi initiatief dat zeker meetelt bij het behalen van het 6^{de} criterium binnen de FairTradeGemeente-campagne. Maar wat is nu zo'n voedselteam en wat komt erbij kijken? Alles even op een rijtje.

Wat is een lokaal voedselteam?

Een voedselteam is een lokaal geïntegreerd aankoopcollectief. Mensen van eenzelfde buurt, gemeente of stad verenigen zich in een team, waarbij ze gezamenlijk aankopen doen bij duurzame, familiale en lokale producenten. Het zijn de lokale consumenten die zich vrijwillig inzetten voor hun team. Er wordt een sociale dynamiek gecreëerd rond een maatschappelijk relevant onderwerp en een eenvoudig basisbegrip: voeding.

Vlaanderen telt zo al 120 teams waarin geëngageerde consumenten en producenten samenwerken en samen keuzes maken. Consumenten maken, door hun lidmaatschap, deel uit van een constant en laagdrempelig lerend netwerk en staan dus steviger in hun schoenen. Producenten krijgen op hun beurt zoveel rechtstreekse return voor hun inzet dat een verbreding en verdieping van hun duurzame activiteiten een logisch gevolg zijn.

Hoe pak je het aan?

1. Analyseer je gemeente

- Zijn er al een teams in jouw gemeente/stad? Neem dan contact op met het team en pols of ze ondersteuning (bv promotie) nodig hebben. Door vanuit dit bestaande team te vertrekken, wordt het gemakkelijker om de rest van de bevolking te sensibiliseren, het bestaande team uit te breiden of extra teams op te zetten. Betrek het bestaande team bij de verdere uitwerking van je acties.
- Er bestaat nog geen voedselteam in jouw gemeente/stad? Tijd om daar verandering in te brengen. Nodig iemand van de vzw Voedselteams uit op een trekkersgroepoverleg van de FTG-campagne. Nodig hierbij ook iemand uit van de milieuraad of het

schepecollege. Samen maken jullie een actieplan op om een team te kunnen opstarten. Voedselteams zal op prospectie gaan bij lokale producenten en de geschikte partners uitkiezen.

2. Bekendmaking via activiteiten

Belangrijk bij het opzetten of uitbreiden van voedselteams is de bekendmaking van je plannen. Je wil immers zoveel mogelijk mensen informeren over je initiatief en geïnteresseerden vinden die willen deelnemen. Je kan artikels en algemene informatie verspreiden maar het is ook belangrijk om enkele activiteiten te organiseren die duidelijk maken wat de filosofie achter een voedselteam is.

Voedselteams vzw kan hierbij te hulp komen en biedt volgende initiatieven aan:

- **Filmvoorstelling:** je kiest uit een aanbod aan films over duurzame voeding en voedselproblematiek, Voedselteams zorgt voor inleiding en nabespreking.
- **Schud de hand van je boer**, een initiatief om lokale boeren en consumenten met elkaar in contact te brengen. Na een introductie van Voedselteams vzw, laten we een lokale landbouwer aan het woord over de aanpak op zijn bedrijf, de samenwerking met collega-boeren, directe en andere verkoop, korte keten en de liefde voor het land, maar ook over de actuele problemen. Als afsluiter wordt een Boerenbuffet georganiseerd. Voedselteams zorgt voor de boer en het buffet.
- **Kookworkshops met Noord en Zuid** (voorlopig enkel in de provincie Limburg)

In deze kookworkshop kom je alles te weten over het korteketenprincipe en wat eerlijke prijzen voor boeren zijn. Je leert de boer achter het product kennen, met zijn persoonlijke verhalen, zijn drijfveren, idealen en passies. En je leert de lekkerste Limburgse seizoensproducten combineren met exotische fairtradeproducten tot een overheerlijk duurzaam gerecht.

Natuurlijk kan je zelf ook activiteiten op touw zetten, zoals sneukeltochten of boerderijbezoeken.

Je kan dit eventueel kaderen in "De week van de landbouw", "De bioweek", "De week van de smaak" ... Vergeet niet de infostand en eventueel bijkomend infomateriaal bij Voedselteams vzw aan te vragen.

3. Betrek je gemeentebestuur erbij

De gemeente kan je zeker helpen bij de informatieve en ondersteunende activiteiten en bij de communicatie in het algemeen. Zij hebben vaak infrastructuur die zij ter beschikking kunnen stellen (zaaltjes voor de activiteiten, multimediamateriaal, ...) maar ook hun infokanalen kan je aanspreken (infokrantje, website, ...). Ook na de effectieve opstart van een nieuw voedselteam kan de gemeente een belangrijke ondersteunende rol blijven spelen: zij kunnen een depot ter beschikking stellen, een locatie aanbieden voor de feestelijke lancering, persaandacht schenken ...

4. Aandachtspunten

- Vergeet niet om tijdens het verloop steeds duidelijk te linken naar de campagne van FairTradeGemeente want daar draait het natuurlijk allemaal om. Check

je actieplan met de vooropgestelde doelstellingen en contacteer ook de regionale begeleiders zodat je zeker bent dat alles loopt zoals het moet lopen.

- Besteed ook na de opstart van een team voldoende tijd aan media-aandacht zodat het initiatief niet beperkt blijft tot het vaste groepje deelnemers maar gaandeweg kan groeien en nieuwe leden kan trekken.

Nuttige contacten

vzw Voedselteams

Tiensesteenweg 63

3010 Leuven

016/29 58 01

info@voedselteams.be

www.voedselteams.be

2. Donderdag Veggiedag

Donderdag Veggiedag in Gent

Wij Belgen eten te veel vlees en te weinig groenten en fruit, met alle gevolgen vandien voor ons leefmilieu en onze gezondheid. Daarom bedacht vzw EVA de campagne Donderdag Veggiedag.

De eerste stad die een gemeentelijke Donderdag Veggiedag uitriep was Gent.

Tom Balthazar, schepen van Milieu en Sociale Zaken, riep op 13 mei 2009 tijdens een publieksevenement op de Groentenmarkt, donderdag officieel uit tot veggiedag in Gent, waarna deze campagne feestelijk van start ging met een Veggiese Hap-pening. Iedere Gentenaar werd aangespoord om op donderdagen geen vlees of vis meer te eten. De stedelijke milieudienst en de gezondheidsdienst ondersteunden (en ondersteunen nog steeds) de campagne met acties en allerhande communicatie en sindsdien wordt er iedere donderdag in Gent op brede schaal vegetarisch gegeten, o.a. in het personeelsrestaurant van de stad, in scholen en in diverse restaurants.

Steden zoals Hasselt, Mechelen en Antwerpen volgden het voorbeeld van Gent en ook internationaal werd het Gentse voorbeeld inmiddels gevolgd, onder meer in Sao Paulo, Washington DC, Kaapstad, Bremen, San Francisco,...

Hoe pak je het aan?

1. Trek je gemeentebestuur over de streep

Belangrijk bij het lanceren van een Donderdag Veggiedag in je gemeente is dat je je gemeentebestuur kan overtuigen om hierin mee te stappen en de campagne officieel mee te dragen. Contacteer de milieu- en/of gezondheidsdienst en probeer hen hiervoor warm te maken. Gemeentes kunnen binnen de zogenaamde samenwerkingsovereenkomst² acties uitwerken in het kader van duurzaam lokaal milieubeleid en zijn vaak blij met initiatieven zoals Donderdag Veggiedag, die hier perfect in kunnen passen.

2. Zoek gemotiveerde deelnemers

Tesamen met de mensen van de lokale overheid ga je vervolgens op zoek naar verenigingen, scholen, kinderopvangcentra, lokale overheidsdiensten, restaurants etc. die van bij aanvang mee willen stappen in de campagne en die op donderdag in hun keuken een gezond en volwaardig vegetarisch alternatief willen aanbieden.

Stel een werkgroep samen en werk een stappenplan uit.

3. Communicatie

Denk van bij het begin aan een goede en brede communicatie: iedereen in je gemeente moet weten wat er op stapel staat.

Organiseer infosessies, een filmavond, vegetarische kooklessen etc. en communiceer hier duidelijk over via affiches, lokale artikels of brieven. Je kan ook de deelnemende organisaties extra in de kijker zetten door deurbanners te verspreiden met 'deze zaak doet mee aan Donderdag Veggiedag', je kan een veggieplan van je gemeente maken met een overzicht van alle plaatsen waar men op donderdag terecht kan voor een vegetarische hap etc.

Voor de praktische uitwerking kan je zeker ook beroep doen op vzw EVA. Zij hebben tal van tips en ideeën om de campagne meer inhoud te geven en beschikken bovendien over educatief en ondersteunend materiaal. Ze kunnen je ook helpen bij het zoeken naar vegetarische koks, lezingen en presentaties geven of kookworkshops organiseren.

4. Lancering

Zoek een goed moment om de campagne te laten starten. Dat kan een bestaand publiek evenement zijn, zoals de jaarlijkse nieuwjaarsreceptie of een buurtfeest, waarbij de campagne wordt voorgesteld. Je kan ook een speciaal evenement opzetten, zoals in Gent gebeurde met de Veggie Hap-pening. Kies natuurlijk een donderdag zodat je op dit evenement meteen ook met vegetarische hapjes kan uitpakken. Bijkomend voordeel

is dat iedereen, ongeacht religieuze achtergronden, hieraan kan deelnemen. Maak er vooral een groot feest van en zorg dat iedereen weet dat jouw gemeente binnenkort de titel van FairTradeGemeente in de wacht zal slepen.

5. Aandachtspunten

- Geen vlees op het menu is goed, maar zorg ervoor dat het voedsel dat je wèl serveert, ook verantwoord en duurzaam is: serveer indien mogelijk bioproducten van lokale producenten, aangevuld met fairtradeproducten. Grootkeukens die willen verduurzamen, kunnen hiervoor beroep doen op Vredeseilanden. Er wordt voor hen dan een begeleidingstraject op maat uitgestippeld, waarbij niet alleen Donderdag Veggiedag op het menu staat maar ook andere duurzame elementen ingevoerd worden in de dagelijkse werking van de keuken.
- Vergeet ook niet om steeds duidelijk te linken naar de campagne van FairTradeGemeente want daar draait het natuurlijk allemaal om. Check je actieplan met de vooropgestelde doelstellingen en contacteer ook de regionale begeleiders zodat je zeker bent dat alles loopt zoals het moet lopen.

Nuttige contacten

EVA vzw

Sint-Pietersnieuwstraat 130

9000 Gent

tel. 09/329 68 51

info@donderdagveggiedag.be

www.donderdagveggiedag.be

www.vegetarisme.be

Vredeseilanden

Blijde Inkomststraat 50

3000 Leuven

tel. 016/31 65 80

www.vredeseilanden.be/grootkeukens

3. Bio-gemeente

Bio in de gemeente Koksijde

In 2005 ondertekende het gemeentebestuur de resolutie voor FairTradeGemeente. Van bij aanvang van de campagne werd de eerlijke handel met het Zuiden volledig gekoppeld aan lokale duurzame handel, waarbij de focus op bioproducten werd gelegd. Een eerste stap was de verankering hiervan in het aankoopbeleid van de gemeente. Niet alleen fairtradekoffie maar ook biofruitsap, biokoekjes en bioyoghurt worden door de gemeente aangekocht. Naast het stadspersoneel genieten ook de kinderen in de Buitenschoolse Kinderopvang van deze producten.

Koksijde probeert deze expliciete keuze voor bioproducten ook te koppelen aan losstaande acties. Zo werd in 2007 een Bioproeverij georganiseerd voor de kinderen van de vakantiejeugdwerking, de speelpleinwerking en de buitenschoolse kinderopvang BKO. De producten die het meest in de smaak vielen, werden weerhouden voor het permanente gamma. Ook secretaressedag werd omgedoopt tot fairtrade/biodag waarop alle werknemers van de gemeente, dus niet alleen de secretaresses, een pakketje met lokale bioproducten en fairtradeproducten uit het Zuiden kregen.

Ook op scholen, in verenigingen, bij lokale bedrijven en bij de bevolking in het algemeen werden initiatieven genomen om de consumptie van bioproducten te bevorderen.

Hoe pak je het aan?

1. Analyseer je gemeente

Om duurzame consumptie en productie van bioproducten te stimuleren moet je natuurlijk eerst zicht hebben op de huidige consumptie en productie. Ga daarom eerst na hoe het zit in jouw gemeente.

- Koopt het gemeentebestuur ook al bioproducten aan? Is de gemeente bereid om dit als engagement aan te gaan?
- Hebben de winkels, horecazaken en organisaties die fairtradeproducten aankopen/verkoopen ook bioproducten in hun assortiment?
- Breng de biowinkels, bioverwerkers en bioproducenten in kaart (zie www.biobedrijvengids.be).

2. Trek je gemeentebestuur over de streep

Als je gemeente kiest voor fairtradekoffie, waarom zou ze dan voor de lokale, niet exotische producten ook niet voor een duurzaam model kiezen en inlandse producten enkel nog in biologische versie aankopen? Als gemeente geeft ze op deze manier een sterk signaal aan de bevolking.

Gemeenten kunnen binnen de zogenaamde samenwerkingsovereenkomst ook acties uitwerken in het kader van een duurzaam lokaal milieubeleid. Het gebruik van biologische producten wordt hier expliciet in vermeld.

We geven hieronder 2 mogelijk acties ter inspiratie.

3. Organiseer bio-evenementen

Een Biomarkt

Op verschillende plaatsen werd reeds een biomarkt georganiseerd. De bioboeren, -verwerkers en -winkeliers vinden het fijn om op die manier te werken aan hun bekendheid, maar zijn tegelijkertijd drukbezette mensen en slechts een deel van hen is voorzien om op een markt te staan.

Waar moet je op letten?

- Op een biomarkt staat biologische voeding centraal: dit betekent dat alle voeding gecertificeerd moet zijn. Indien er ook lokale of artisanale producten worden aangeboden die niet biogecertificeerd zijn, zorgt dit voor verwarring. Zorg voor zeer duidelijke aanduidingen indien op de markt ook niet-bio wordt aangeboden.
- Zorg voor een gevarieerd aanbod: verse groenten en fruit zijn cruciaal; zuivel, brood, gebak, kaas, vlees, wijn, fruitsap, droogwaren, ...
- Aansluitend kunnen er ook standen zijn met ecologische non-food producten (bv kledij van bio-katoen) en eventueel duurzame organisaties. Opgelet: het is vaak makkelijker om dit soort standen op de markt te krijgen, maar dit mag niet overheersen. Het gaat over voeding!
- Bij de organisatie van een biomarkt is het belangrijk om tijdig een oproep te lanceren voor standhouders. Tijdens de bioweek is het niet evident om een biomarkt in je gemeente te organiseren omdat de meeste bedrijven al hun eigen activiteiten hebben.

Een bio-ontbijt/brunch/lunch/...

Een bio-maaltijd is makkelijker te organiseren dan een markt. Bovendien kan het ook beter gekoppeld worden aan andere activiteiten, bv van de gezinsbond, een jeugddag, een buurtfeest ...

Waar moet je op letten?

- Een bio-maaltijd bevat enkel biogecertificeerde producten. Deze kunnen natuurlijk ook voldoen aan andere criteria: lokaal, Fair Trade, seizoensgebonden ...
- Probeer niet te vertrekken van een klassiek beeld van een maaltijd, maar vertrek vanuit het aanbod. Meestal is het eenvoudiger om te werken met een aantal basisproducten per eter en een aanvullend buffet.
- Probeer te werken met producten van bio-bedrijven uit de buurt, aangevuld met producten van grotere leveranciers. Zo speel je ook in op de lokale component.

4. Communicatie

Denk van bij het begin aan een goede en brede communicatie: iedereen in je gemeente moet weten waarom bio zo belangrijk is.

Organiseer infosessies, een filmavond etc. en communiceer hier duidelijk over via affiches, lokale

artikels of brieven. Je kan natuurlijk gebruik maken van de communicatiekanalen van de gemeente en van de verschillende lokale bioproducenten. Een overzichtsfolder met de adressen waar in jouw gemeente bio-producten te verkrijgen zijn, is ook een handig instrument. Zorg ook voor algemene info over bio tijdens het evenement (je kan hiervoor zeker bij Bioforum terecht).

Vergeet ook niet om steeds duidelijk te linken naar de campagne van FairTradeGemeente want daar draait het natuurlijk allemaal om. Check je actieplan met de vooropgestelde doelstellingen en contacteer ook de regionale begeleiders zodat je zeker bent dat alles loopt zoals het moet lopen.

Nuttige contacten

BioForum Vlaanderen

Quellinstraat 42

2018 Antwerpen

Tel: 03 286 92 78

Fax: 03/286 92 79

info@bioforum.be

www.bioforum.be



4. Lokale duurzame producten in een fairtradejasje

Verduurzaming van lokale producten

Het 6^{de} criterium leent zich uitstekend om in te spelen op lokale sterke producten. Je gemeente pakt fier uit met een lokale vlaai? Verschillende boeren bieden hoeveijs aan? Pannenkoeken zijn een succes op lokale feestjes? Dan kan je hier als trekkersgroep op inspelen door de populaire producten te verduurzamen. Verschillende gemeenten gingen de voorbije jaren aan de slag met hun streekproducten. Je kan starten met een éénmalige verduurzaming voor een bepaald evenement. En je kan dit laten uitgroeien tot een structurele verkoop van het product door lokale handelaars. Dit zorgt voor twee mooie voordelen: door het in lokale winkels te leggen, bereikt het product de gewone klant én de middenstanders voelen zich betrokken bij de campagne omdat zij de kans krijgen op extra promotie.

In Overpelt, Diest en Herent bieden plaatselijke bakkers een lokale en eerlijke taart aan. Hoeilaart verduurzaamde haar bekende kaastaarten en Hasseltse bakkers werden uitgedaagd om met lokale appels van Limburgse telers een appeltaart te bakken. Jaarlijks promoot een bekende Vlaming in Evergem de duurzame versie van de Evergemse vlaai. Zo stonden zowel Eddy Wally als Raf Walschaerts van Kommil Foo al te pronken op de affiche. De vlaai bestaat

uit fairtradesuiker, -honingkoeken en -speculaas en hoevemelk van een melkveebedrijf uit Evergem. De 16 bakkers die deelnamen hadden elk een eigen recept.

In Balen zijn pannenkoeken zeer populair op verschillende events. Om hierop in te spelen besliste de trekkersgroep een duurzame versie te maken van een pannenkoek, ze noemen het 'De Balense pannenkoek'. Zowel op events als in de lokale horecazaken kan je nu een duurzame, lokale pannenkoek vinden.

Om een titeluitreiking feestelijk aan te kleden, kan je hierbij op zoek gaan naar een eerlijke en lokaal duurzame lekkernij. Lier liet voor de gelegenheid haar beschermd 'Lierse Vlaaike' verduurzamen (met fairtradesuiker en -mango's) en Hooglede organiseerde een heuse taartenwedstrijd met eerlijke en lokale ingrediënten.

Criteria 6 mengt zich in de 5 andere criteria

Je kan het 6^{de} criterium gemakkelijk in de overige criteria integreren: de gemeente engageert zich om naast fairtradekoffie en -thee bijv. ook lokaal biofruitsap te gebruiken. De winkeliers, horecazaken, verenigingen, bedrijven en scholen die voor criterium 2 en 3 benaderd worden, engageren zich eveneens tot het nemen van initiatieven op vlak van lokale duurzame voeding.

Colofon

Redactie: Katharina Beelen, Karlien Wouters • *Met speciale dank aan:* Marijke Adriaenssens, Sandra Galbusera, An Kindermans, Tine Van Landegem, Marijke Van Ranst, EVA vzw. • *Verantwoordelijke uitgever:* Lily Deforce, Edinburgstraat 26, 1050 Brussel • Maart 2011

FAIRTRADE GEMEENTE



FairTradeGemeente

Edinburgstraat 26 - 1050 Brussel

02/894.46.26

www.fairtradegemeenten.be

info@fairtradegemeenten.be



Boeren
verdienen
meer

