



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR



Fairtrade@Work, een eenvoudig gebaar, een grote impact

Inspiratiegids voor bedrijven en organisaties





Inhoud

Vooraf	3
Fairtrade, hoe zit dat ook al weer?	4
Fairtradeproducten, eerlijk overal	8
Hoe behaal ik een <i>Havelaar</i> Fairtrade@Work ?	10
Ter inspiratie	13
Hoe ga ik stap voor stap te werk?	14
Ondersteuning door Max Havelaar België	16
Carglass® en Fairtrade	19
Contact	20

Vooraf



Fairtrade@Work, voortaan elke dag



De campagne **Fairtrade@Work** is geen groentje in de wereld van duurzaam ondernemen. Heel wat werkgevers namen reeds deel aan acties waarbij het personeel kon kennismaken met Fairtrade en de producten. Uit navraag blijkt dat de meeste van die bedrijven en organisaties op regelmatige basis Fairtrade consumeren. Dat mag geweten worden, vonden wij. Structureel verbruik van Fairtradeproducten op het werk stimuleren en belonen wordt dan ook de toekomstige inzet van **Fairtrade@Work**.

De campagne **Fairtrade@Work** wil een grotere impact bewerken voor kleine boeren, hun families en hun coöperaties in het Zuiden. Dat doen we door de consumptie van organisaties en bedrijven op structurele wijze in de richting van Fairtrade te bewegen. De mogelijkheden zijn legio: koffie, wijnen, fruitsappen, snacks en vers fruit, chocolade, collectieve maaltijden, geschenken, professionele kledij,... Er is keuze uit meer dan 1000 producten! Meer en vaker Fairtrade consumeren, dat is de enige manier om het Fairtrademodel in de praktijk te doen werken. Immers, Fairtrade kan de kleine boeren

in het Zuiden enkel een waardig bestaan garanderen als hun duurzaam verbouwde producten ook effectief een afzetmarkt vinden in het Noorden. Impact is dus het codewoord. En dat kan een eenmalige actie niet bewerkstelligen.

Vandaar de engagementserkenning of **Havelaar**, die toegekend wordt aan werkgevers die structureel Fairtrade aankopen. Het gaat om een systeem met drie engagementsniveaus - drie sterren - die aangeven hoe ver de organisatie gaat in zijn Fairtrade-engagement. Een systeem dus waarbij reeds de eerste voorzichtige stappen volmondig erkend worden, waarbij er ruimte is voor groei en waarbij sterk geëngageerde werkgevers zich beloofd zullen weten met een 'driesterren'-erkenning.

Uiteraard kan u hiermee uitpakken bij uw personeel en professionele contacten. En wie bij uw bedrijf Fairtrade op het menu vindt, vertrekt wellicht geïnspireerd om ook zijn werkplek Fairtrade te maken. De kleine boer(in) in het Zuiden vaart er wel bij!

Sylvie Walraevens

Coördinator Fairtrade@Work, Max Havelaar



Fairtrade, hoe zit dat ook al weer?

U wilt zich als bedrijf engageren, maar niet zonder enige kennis van zaken. Wat is Fairtrade nu juist? Ziehier in een notendop waarom uw deelname aan Fairtrade@Work zo belangrijk is.

Het Fairtrade Max Havelaar garantielabel of keurmerk garandeert aan consumenten, dankzij een onafhankelijke controle, dat elk gelabeld product aan de internationale Fairtradedriteria beantwoordt. Fairtrade Max Havelaar is dus een garantielabel en geen merk. Vergelijk het met het biogarantielabel.

Maar wat is Fairtrade?

Fairtrade huldigt het principe 'trade, not aid'. Het is een model van armoedebestrijding dat niet op liefdadigheid gebaseerd is, maar dat arme boerenfamilies in het Zuiden een waardiger bestaan wil geven door met hen handel te drijven. Door commerciële relaties aan te knopen met boerencoöperaties in het Zuiden geven we hun ontwikkeling in eigen handen. Business dus, maar met eerlijke spelregels. Kiezen voor Fairtrade is kiezen voor een integrale benadering van duurzame ontwikkeling - economisch, sociaal en ecologisch.

Economisch

Het Fairtrade Max Havelaar garantielabel waarborgt dat bij de aankoop van producten uit het Zuiden een minimumprijs is betaald. De *minimumprijs* stelt de boeren in staat de kosten van een duurzame productie en de basisbehoeften van hun gezin te dekken, onafhankelijk van prijsfluctuaties op de internationale markt. Daarnaast betaalt Fairtrade een *premie* die de producentenorganisaties besteden aan ontwikkelingsprojecten die de hele lokale gemeenschap ten goede komen, zoals onderwijs, gezondheid, spaar- en kredietsystemen, wegeaanleg, vorming in verband met productieverbetering of organisatieversterking,... De aansluiting van een boerenorganisatie bij Fairtrade geeft de boeren ook toegang tot prefinanciering van hun oogst, wat onoverbrugbare schuldenlasten vermijdt.

Sociaal

Naast economische garanties verzekert het Fairtrade Max Havelaar label dat de productie en handel beantwoorden aan strenge sociale criteria. Denk aan interne democratie binnen de producentenorganisaties, transparantie, vakbondsvrijheid, verbod op kinderarbeid enzovoort.



Ecologisch

Het Fairtrade-lastenboek eist strenge ecologische productiewijzen om de grond voor de toekomstige generaties te vrijwaren en de gezondheid van de boeren te beschermen. Dit gaat over gebruik van chemische producten, afvalbeheer, behoud van bodemvruchtbaarheid en waterbronnen, verbod op genetisch gemanipuleerde gewassen enzovoort. Biologische landbouw wordt sterk bevorderd; wist u dat ruim 40% van de Fairtradeproducten op de Belgische markt ook biologisch gecertificeerd zijn?

Fairtrade komt meer dan 1,5 miljoen families in 59 landen in het Zuiden ten goede.



Max Havelaar, Oxfam Fairtrade en OxfamWereldwinkels: verwarrend?



Vaak bestaat er verwarring over de rol die elk van deze organisaties speelt met betrekking tot Fairtrade. Een overzicht kan klaarheid scheppen.

Fairtrade Max Havelaar is het keurmerk/garantielabel voor eerlijke handel in België en maakt deel uit van de internationale Fairtrade Organisatie FLO (Fairtrade Labelling Organisations). U vindt het keurmerk enkel op producten die aan de internationale criteria voor eerlijke handel voldoen. Deze hebben te maken met de manier waarop geproduceerd wordt en de prijs (zie p.4-5). Max Havelaar is geen merk, wel een garantielabel. Max Havelaar verkoopt dus geen producten maar certificeert en sensibiliseert.

Eén van de merken die Fairtradeproducten op de markt brengen is **Oxfam Fairtrade**. Oxfam Fairtrade koopt voedingsproducten aan bij producentengroepen in het Zuiden en zorgt voor de import, de verdeling en de verkoop via verschillende verkoopkanalen.

De belangrijkste van die kanalen is **Oxfam-Wereldwinkels**, een vrijwilligersbeweging die door haar strijd voor een rechtvaardige wereldhandel opkomt voor ieders recht op een menswaardig bestaan. Ze doet dit via sensibilisering, lobbying en het aanbieden van Oxfam Fairtradeproducten in de wereldwinkels.

Naast Oxfam Fairtrade staan ook **Fair Trade Original, Miel Maya en Ethiquable** garant voor 100% Fairtrade. Maar wat met de grote gekende merken in de supermarkt die een Max Havelaar label dragen? Die producten beantwoorden aan identiek dezelfde criteria als de hierboven genoemde. Zij worden op dezelfde wijze gecontroleerd. Steeds meer traditionele merken hebben vandaag één of meerdere Fairtradeproducten in hun gamma. Het Fairtradegarantielabel wordt toegekend aan de concrete producten, niet aan de merken.

Griet Vangheluwe

Krauthammer International Services

Best trots

“Ik ben trots op mijn werkgever”, bekent Griet, werknemer bij de Belgische tak van het management consultingbureau Krauthammer. “Ons kantoor heeft radicaal voor Fairtrade gekozen en het virus steekt nu ook de andere Europese vestigingen aan. Maakt het iets uit voor mij? Mijn werkgever koestert dezelfde waarden als ik en dat voelt goed; het motiveert mij. Als in onze bedrijfswaarden ‘passion for people’ en ‘mensen verrijken’ vooruit geschoven worden, dan wil ik dat in actie vertaald zien. Met je aankoopgedrag kan je impact uitoefenen op de levenskwaliteit van anderen. Dan is Fairtrade toch een evidente keuze? Krauthammers Fairtrade-engagement gaat best ver: koffie, thee, fruitsappen, suiker, koekjes, Sint en paaseieren zijn helemaal Fairtrade. Consequent en fair, da’s toch een reden om fier te zijn?”



Fons Van Dijk

BBDO/Think

Zinvolle keuzes maken

“Bedrijven die hun maatschappelijke rol ernstig nemen en hun keuze voor duurzaam ondernemen ook in hun aankooppolitiek laten doorwegen, vinden in de campagne Fairtrade@Work een laagdrempelige kans voor actie. Fairtrade is onmiskenbaar een sterk model van armoedebestrijding, maar het werkt alleen als de boeren voldoende afzetmarkt krijgen. Wat een potentieel voor de bedrijfswereld! Door hun aankoopvolumes kunnen zij voelbaar impact uitoefenen op de levensomstandigheden van kleine boeren en hun families in het Zuiden. Gewoon door Fairtradekoffie te drinken, Fairtraderijst te serveren, Fairtradekatoen te dragen, Fairtradechocolade te schenken, ... Fairtrade aankopen op het werk groeit gestaag, maar verdient het om ‘common practice’ te worden. Als dit engagement zich vertaalt in een positief imago bij omstaanders en personeel, dan is dat mooi meegenomen. Verstandige keuzes mogen best beloond worden. Fairtrade staat voor waarden en schept waarde voor bedrijven.”



Fairtrade producten, eerlijk overal

Fairtrade aankopen is een eenvoudig gebaar met een grote impact. Een duidelijke vorm van haalbare MVO. U hoeft niet in te grijpen in uw infrastructuur, u hoeft uw processen niet te hertekenen. U vraagt uw huidige leverancier naar zijn Fairtrade-aanbod of u raadpleegt de Fairtrade-productendatabank. Zo eenvoudig kan maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn.

Meer dan 1.000 Fairtradeproducten in België

In België dragen momenteel meer dan 1.000 producten het Fairtrade Max Havelaar label. Het aanbod is zeer divers: koffie, vers fruit, fruitsappen, chocolade, koekjes, thee, rietsuiker, rijst, quinoa, wijn, katoen (werkkledij en andere textiel), cosmetica, rozen, ijsjes, confituren enzovoort. Meer dan 150 verschillende merken leveren deze producten.

Waar vind ik de producten?

Grote bedrijven met een restaurant-service werken vaak samen met cateringbedrijven. Op de Belgische markt hebben de vier grootste, Sodexo, Aramark, ISS en Compass allemaal Fairtradeproducten in hun aanbod. Voor occasionele catering bieden ook enkele duurzame cateraars Fairtradeproducten.

Kleine en middelgrote bedrijven worden goed geholpen door voedingsleveranciersdiensten. Java,

Caddyhome, Collivery en FoodInvest zijn enkele van de meest gekende. Elk van deze diensten kan Fairtradeproducten leveren.

U kan uiteraard ook gewoon rechtstreeks bij de handelszaken zelf bestellen. Elk van hen is opgenomen in de Fairtradeproductendatabank:

www.maxhavelaar.be/fairtradeproducten

Bent u op zoek naar Fairtradeproducten voor uw organisatie?

Raadpleeg de Fairtradeproductendatabank, vergelijk en maak uw keuze!

www.maxhavelaar.be/fairtradeproducten

Het jaarlijkse salon voor Fairtrade, bio en lokale voeding *Your Choice* maakt bedrijven en organisaties wegwijs in het aanbod van duurzame voeding voor collectiviteiten. Uw jaarlijkse lente-afpraak! www.salonyourchoice.be

Een woordje over labels

Enkel producten met het Fairtrade Max Havelaar keurmerk zijn Fairtrade en komen in aanmerking voor de Fairtrade@Work campagne en de *Havelaar*. Andere duurzame labels zoals Rainforest Alliance en UTZ garanderen eveneens ecologische en sociale productie- en handelswijzen, maar enkel Fairtrade Max Havelaar schenkt een leefbaar inkomen aan de boeren in het Zuiden via een gegarandeerde minimumprijs en een premie voor gemeenschapsprojecten (economische duurzaamheidspijler). Het Fairtrade Max Havelaar label geldt daarom als de "Golden Standard" onder de duurzame voedingslabels en garandeert als enige label de drie duurzaamheidspijlers: economisch, sociaal en ecologisch.





Hoe behaal ik een

De *Havelaar* Fairtrade@Work is een erkenning voor organisaties en bedrijven die structureel Fairtrade consumeren. Uw werkplek kan de *Havelaar* met één, twee of drie sterren behalen door aan bepaalde voorwaarden te voldoen.

Er zijn drie startcondities en vier conditiegroepen voor verder engagement vastgelegd. Deze condities hebben alles te maken met het regelmatige verbruik van bepaalde Fairtradeproducten binnen uw organisatie. Telkens uw organisatie aan de voorwaarden voldoet uit één van deze conditiegroepen, wordt een ster toegekend.

De startcondities

1. Fairtradekoffie

Om de waarde van de *Havelaar* te verzekeren en te garanderen dat hij een authentiek engagement inhoudt, is de consumptie van Fairtradekoffie een conditio sine qua non om een *Havelaar* te verwerven. Consumptie van Fairtradekoffie geeft meteen recht op de eerste ster.

Om bedrijven met een centrale en decentrale aankooppolitiek voor koffie op een gelijke basis toegang te verlenen, geldt de volgende regel:

Havelaar?



- Organisaties met een centrale aankooppolitiek consumeren 100% Fairtradekoffie, in vergaderingen, op de afdelingen en in automaten.
- Organisaties met een decentrale aankooppolitiek consumeren 60% van het totale aangekochte koffievolume Fairtrade en evolueren in een periode van 5 jaar naar 100% Fairtradeconsumptie.

Alle info over Fairtradekoffie: www.maxhavelaar.be/koffie

2. Instapsessie

De interne verantwoordelijke voor het Fairtrade-engagement neemt deel aan een instapsessie van Max Havelaar (1/2 dag)

3. Charter

Het Fairtrade-engagement van het bedrijf wordt door de bedrijfstop expliciet gesteund. Het charter Fairtrade@Work, dat de *Havelaar* begeleidt, is door de bedrijfstop ondertekend.

De voorwaarden voor verdere sterren

Voor de verwerving van de tweede en derde ster zijn er vier conditiesgroepen (met daarbinnen verschillende opties) gedefinieerd. Er bestaat geen hiërarchie tussen

die conditiesgroepen en opties; werkplaatsen kiezen vrij in welke volgorde ze hun sterren verzamelen, al naargelang hun prioriteiten en mogelijkheden. Volgende conditiesgroepen geven recht op bijkomende sterren:

Conditiegroep 1: consumptie uit één of meerdere van volgende opties:

OPTIE 1 Thee, cacao en toebehoren bij warme dranken:

- Alle thee en cacao poeder is Fairtrade
- Indien ze worden aangeboden: alle suiker en koekjes/chocolaatjes als toebehoren bij de warme dranken zijn Fairtrade gecertificeerd

OPTIE 2 Versnaperingen en vers exotisch fruit:

- in automaten of in het restaurant worden minimum 2 Fairtrade snacks aangeboden
 - Alle aangeboden bananen zijn Fairtrade
- Noot:** denk ook aan Fairtrade ananas, mango, sinaasappels

OPTIE 3 Geschenken:

- Minstens 2 vaste geschenkgelegenheden voor het personeel zijn Fairtrade (eindejaarsgeschenk, Sinterklaas, Pasen, geboorte, secretaressendag, anciënteit, ...)

Noot: denk ook aan Fairtradebloemen, als geschenk of als outing van uw Fairtrade-engagement aan de receptie!



Conditiegroep 2: consumptie uit één of meerdere van volgende opties:

OPTIE 1 Collectieve maaltijden:

- Eén maal per maand wordt een menu aangeboden met minimum 2 Fairtrade-ingrediënten

OPTIE 2 Wijnen en fruitsappen:

- Alle wijnen van niet-Europese Zuiderse origine (Zuid-Afrika, Chili, Argentinië) zijn Fairtrade. Minimum 50% van de algemene wijnconsumptie is Fairtrade.
- Alle sappen met fruit van Zuiderse origine zijn Fairtrade.

Noot: zijn niet verplicht maar worden warm aanbevolen: Fairtrade frisdranken zoals cola, en icetea

Conditiegroep 3: De organisatie gebruikt Fairtradekatoen voor (een deel van) zijn professionele of promotiekledij of ander professioneel materiaal (schorten, tafel- en bedlinnen etc.)

Conditiegroep 4: Fairtrade is sterk geïntegreerd in het beleid en de cultuur van de onderneming; Het is een breed gedragen initiatief en er is een draagvlak voor regelmatige Fairtradeconsumptie.

1. Het Fairtrade-engagement is opgenomen in beleidsdocumenten
2. Het Fairtrade-engagement wordt vermeld in het jaarverslag

3. Het Fairtrade-engagement wordt structureel opgenomen in de interne communicatie
4. Het Fairtrade-engagement wordt extern gecommuniceerd
5. Er worden acties ondernomen waarin Fairtrade duidelijk aanwezig is (deelname sensibiliseringsacties Fairtrade@Work, eigen acties, ...)

Vergeet niet...

- Elk engagement (1, 2 of 3 sterren) moet gepaard gaan met een communicatieproject rond de Fairtradeconsumptie op de werkvloer
- De organisatie verbindt zich ertoe om vooruitgang te boeken in haar Fairtrade-engagement. Elke twee jaar moet de organisatie deze evolutie kunnen aantonen met concreet bewijsmateriaal (aankoopbewijzen, communicaties etc.).
- Fairtrade schakelt zich in in de thematiek van duurzame voeding in het algemeen en steunt de consumptie van lokale en biologische voedingsproducten in combinatie met Fairtradeproducten. Voer een brede politiek van duurzame aankopen en neem je Fairtrade-engagement op in een algemene keuze voor duurzame voeding op het werk. Wist u trouwens dat in België bijna de helft van alle Fairtrade-voedingsproducten ook bio gecertificeerd zijn?

Hoe dit alles gecontroleerd wordt, leest u verder in deze gids (p. 15).



Ter Inspiratie

Fairtrade@Work, het lijkt je wel wat. Maar wat te doen? Enkele voorbeelden zetten u meteen aan de slag.

Koffie, een kwestie van smaak

Koffie, de basisvoorwaarde voor de *Havelaar*. U vraagt zich af hoe u uw bedrijf zo ver krijgt? Koffie laat uw collega's niet onberoerd en oude vooroordelen tegenover Fairtradekoffie zijn hardnekkig. Onterecht, want Fairtradekoffie wordt in België door meer dan 30 verschillende branders aangeboden. Organiseer een blinde smaaktest voor uw collega's. Een leuk teammoment, met een verrassend resultaat. Tal van andere bedrijven deden het u voor en Fairtrade werd steevast een hit!

Chocolade, om bij weg te smelten

Fairtradechocolade wint terrein. Ook in uw bedrijf? Sinterklaas en de paasklokken zijn onbetwiste kindervrienden, maar kinderarbeid bezoedelt hun chocolade. Laat de Sint en de klokken voortaan Fairtradezoetigheden brengen. Zo kleeft er aan die schoongelikte vingers geen kinderzweet.

Een bloem, schone schijn?

Secretaressendag, traditioneel een bloemenmoment. Met een Fairtradebloem drukt u meer uit dan enkel appreciatie. U geeft meteen mee dat uw bedrijf of organisatie menselijke waardigheid hoog in het vaandel draagt.

Communicatie, een sterk begin

Geen beter kanaal dan uw eigen personeelsblad om uw keuze voor Fairtrade te communiceren. Drogere kost? Niets daarvan! Prikkel je collega's met een heuse Fairtradequiz en beloon de winnaars met Fairtradeproducten.

Genieten van Fairtrade

Om uw collega's op het Fairtradespoor te zetten, neemt u hen mee op een smakelijke reis naar het Zuiden. Laat ze proeven, laat ze genieten. Een Fairtrade-ontbijt, een heerlijke lunch, een high tea of koffie break, een kook- en proefsessie, een cocktailparty, een wijndegustatie, ... Liefde gaat door de maag!



Hoe ga ik stap vo

1. Identificeer uw interne gesprekspartners en stakeholders

Elke organisatie functioneert anders. Naargelang de grootte, de structuur of de interne cultuur vindt (Fairtrade) aankopen onderdak bij het algemene management, de aankoopdienst, het departement Duurzame Ontwikkeling of in elke afdeling afzonderlijk. Dit is de eerste stap in uw proces: zoek uit wie op uw werkplek beslist over de aankopen. Breng in kaart wie uw gesprekspartners zijn. Sommige organisaties zetten een gemotiveerde projectgroep op die Fairtrade centraal op de agenda plaatst.

2. Plan uw Fairtrade-engagement

Misschien heeft u geluk en heeft Fairtrade reeds zijn weg gevonden naar uw werkplek. Dan is het een kwestie van de inventaris op te maken en te kijken waar er mogelijkheden zitten voor de *Havelaar* Fairtrade@Work.

Wie nog een start moet nemen, legt best een kleine verzameling informatiemateriaal over Fairtrade aan, wat kan helpen tijdens het gesprek met de stakeholders. Dit materiaal kan u bestellen op www.maxhavelaar.be. Aarzel niet ons voor een communicatieactie op maat te vragen! Zoek vervolgens uit welke voorwaarden voor het behalen van de *Havelaar* het makkelijkst haalbaar zijn voor uw organisatie. Selecteer de prioritaire producten en stel een planning op.

or stap te werk?



Zodra uw organisatie Fairtrade consumeert en hierbij beantwoordt aan de criteria voor het behalen van de *Havelaar*, kan u een aanvraag indienen.

3. Dien een aanvraag in voor de *Havelaar*

U bent vertrokken! Surf naar www.fairtradeatwork.be/Havelaar en vul het aanvraagformulier/de vragenlijst in. Er wordt onder andere gevraagd een lijst met de merken (en varianten) van de geconsumeerde Fairtradeproducten voor te leggen. Max Havelaar neemt zelf contact met u op, ter bevestiging van uw aanvraag.

4. Ondertekenen de engagementsverklaring

Zodra Max Havelaar (Fairtrade@Work) het dossier ontvangen heeft verklaard, ondertekenen beide partijen een charter waarin het volgende wordt vastgelegd:

- het engagement van de organisatie
- een belofte voor jaarlijkse hernieuwing van het engagement
- de intentie voor een evolutie in het engagement
- de toekenning van het aantal sterren

5. Ontvang de *Havelaar*

Zodra de *Havelaar* Fairtrade@Work aan uw organisatie toegekend is, wordt hij bij u bezorgd. U kan aan het behalen van de *Havelaar* een feestelijk tintje geven. Er zijn tal van mogelijkheden. Een receptie, een moment op een bestaand personeelsevenement, een informatiesessie

voor het personeel, ... Alles is mogelijk. Eénmaal per jaar zet Max Havelaar de organisaties die een *Havelaar* Fairtrade@Work behaalden in de bloemen tijdens een feestelijke viering.

6. Laat je *Havelaar* spreken!

Zet de *Havelaar* op een duidelijk zichtbare plaats. Met een intern communicatieproject brengt u de werknemers op de hoogte van de verworven erkenning en zet u hen aan om met hun consumptie van Fairtradeproducten bij te dragen tot verbeterde levensomstandigheden in het Zuiden. Daarvoor zijn uw geëigende communicatiemiddelen de beste kanalen, maar Max Havelaar verdeelt ook communicatiemateriaal, gratis! Het volstaat ze te bestellen op www.maxhavelaar.be/materiaalshop.

Wij komen ook graag langs voor een live voorstelling.

7. Leg de gevraagde controledocumenten voor

De geldigheid van de titel is in principe onbepaald, maar om uw titel te kunnen behouden vraagt Max Havelaar (twee)jaarlijks enkele bewijzen voor te leggen. Dit zijn:

- jaarlijks een lijst met de merken (en varianten) van de geconsumeerde Fairtradeproducten
- jaarlijks de cijfers van uw consumptie van Fairtradeproducten
- elke twee jaar een bewijs van evolutie in het Fairtrade-engagement

Ondersteuning

1. De website

www.fairtradeatwork.be is het centrale infopunt van de campagne. U vindt er alle informatie die u nodig hebt om de *Havelaar* Fairtrade@Work te behalen en te behouden:

- criteria
- producten
- *Havelaar*-houders
- communicatiematerialen
- elektronische tools (fotomateriaal, logo's enzovoort)
- tips en suggesties

2. Communicatiemateriaal

De campagne beschikt over verschillende materialen om u zo goed mogelijk te ondersteunen bij de communicatie over Fairtrade en Fairtrade@Work.

Op www.maxhavelaar.be/nl/materiaalshop kan u het materiaal downloaden of bestellen (meestal gratis).

3. Persoonlijke begeleiding

Indien gewenst, ondersteunt de coördinator van de campagne Fairtrade@Work organisaties die de *Havelaar* wensen te behalen of zich op een of andere manier wensen in te zetten voor Fairtrade. U kan bij haar terecht met al uw vragen en opmerkingen. Haar contactgegevens vindt u achteraan deze gids.



Fairtrade koken, (h)eerlijk!



Recept Kip met mango

Ingrediënten voor 4 personen

- 1,5 kg kip
- zout
- 3 grote, rijpe mango's (Fairtrade product)
- 1 pot vloeibare honing (Fairtrade product)
- peper (Fairtrade product)
- rijst (Fairtrade product)

Bereiding

- Schil de mango's en snij ze in grote brokken. Verspreid ze over een ovenschotel.
- Plaats de kip bovenop de mango (kip met of zonder vel? Aan u de keuze).
- Giet een beetje honing over de kip en plaats alles in een oven van 150°.
- Om het kwartier draait u de kip om en giet u er honing over (4x herhalen).
- Serveer met gekookte rijst.

Mmmm!

Bron: Max Havelaar Frankrijk



*“Uit onze
tweejaarlijkse
personeels-
enquête
blijkt dat 93%
een sociaal
en ecologisch
bedrijfsbeleid
belangrijk
vindt.”*

Carglass® en Fairtrade, een dagelijks gebaar



Het is vergeefs zoeken naar ingelijste bedrijfswaarden bij Carglass®. Een vergetelheid? “Absoluut niet”, verzekert Bart Lambrechts, HR Director. “Wanneer waarden ingekaderd worden, kan het contrast met de beleving groot zijn. Mensen die met Carglass® in contact komen, moeten de waarden in onze handelingen herkennen.”

Solidariteit, eerlijkheid, respect en creativiteit. Uniek zijn deze waarden niet, maar wanneer ze consequent worden doorgetrokken in de keuzes van een bedrijf, winnen ze aan gewicht. Bart Lambrechts: “Als commercieel bedrijf garanderen wij een return voor onze aandeelhouders, maar wij hebben eveneens een verantwoordelijkheid tegenover de maatschappij. Logisch dus dat wij ook onze aankopen kritisch bekijken. De oorsprong van het glas dat we aankopen kan niet in conflict zijn met onze waarden en ook onze Fairtrade-aankopen passen in dat plaatje. Onze koffie is in alle 42 vestigingen Max Havelaar gelabeld. Meer dan 700 personeelsleden en honderden klanten drinken dagelijks een eerlijk kopje. Je kan misschien goedkoper vinden, maar als de productie of verhandeling naar uitbuiting ruikt, dan willen we die niet.

Blinde koffietest

Bart Lambrechts is als HR-verantwoordelijke de sponsor van Carglass' Fairtrade-engagement. Een moeilijke missie? “Ik hoef helemaal niet zwaar aan de kar te trekken”, zegt Lambrechts. “Een aantal beslissingnemers zien duidelijk de toegevoegde waarde van Fairtradeconsumptie

en onze aankoopafdeling integreert eerlijke handel in haar CSR-politiek. Ook onze personeelsleden appreciëren onze Fairtradekeuze. De Fairtrade koffie is uit een blinde smaaktest als lekkerste naar voren gekomen. Eerlijk en heerlijk!”

Vraag naar ethisch beleid

Wie bij Carglass® werkt, kan niet meer om het Fairtradelabel heen. Een nieuwjaarspakket met duurzame en eerlijke producten, de jaarlijkse “Smaak van Carglass®” met workshops en degustaties van gezonde en eerlijke voeding. Ook de intense contacten met de lokale wereldwinkel helpen het bewustzijn van de werknemers aan te scherpen. “Onze werknemers kennen en appreciëren onze keuze voor Fairtrade”, zegt Bart Lambrechts. “Ze hechten er ook belang aan. Uit onze tweejaarlijkse personeelsenquête blijkt dat 93% een sociaal en ecologisch bedrijfsbeleid belangrijk vindt en overtuigd is dat dit aan belang zal winnen.”

Aantrekkelijke werkgever

“Deze interne acties zijn nauwelijks bekend bij het grote publiek”, geeft Lambrechts toe. “De klant apprecieert de kwaliteit en snelheid van onze diensten, maar de succescirkel is pas rond als die klant achter de dienst ook een toegewijde werkgever vindt. Daar ligt voor ons nog een communicatieopdracht. Employer branding is geen vies woord, het ondersteunt je bedrijfsimago. Maar als imago de enige insteek is, wordt je snel doorprikt. Wij zijn graag voortrekkers, maar steeds vanuit een intrinsieke overtuiging.”

Contact



**FAIRTRADE
MAX HAVELAAR**

Max Havelaar

Edinburgstraat 26

1050 Brussel

02 894 46 20

info@maxhavelaar.be

www.maxhavelaar.be



Fairtrade@Work

Sylvie Walraevens

Coördinator Fairtrade@Work

02 894 46 37

0492 72 91 19

sylvie@maxhavelaar.be

www.fairtradeatwork.be



[knowledge & community]

Vacature.
voor m/v met talent

Redactie: Sylvie Walraevens. Gedrukt op 100% kringlooppapier.
Verantw. uitgever: Lily Deforce, Edinburgstraat 26, 1050 Brussel. December 2010.

© foto's : Nathalie Bertrams (p. 1–Zuid), Josee van Dijk (p. 1–Noord, 4, 10),
Frederic Raevens (p. 2, 19, 20), Bénédicte Maindiaux (p. 3–portret), Stichting Max
Havelaar (p. 3–producten, 13), Fairtrade Media (p. 5), Eric De Mildt (p. 6, 8, 12, 18),
Didier Gentilhomme (p. 11, 14, 16), Simon Rawles (p. 15), Shutterstock (p. 17)

