

5^{DE} INTERNATIONALE FAIRTRADE TOWNS CONFERENTIE

MALMÖ, ZWEDEN

19 – 20 NOVEMBER 2011

**WIJ
MENEN HET**

FairTradeGemeente't



VERSLAG

Vrijdag 18 november 2011: FTG coördinatoren meeting

- Gastland: Denemarken (Kopenhagen)
- Deelnemende landen: België (Vlaanderen en Wallonië), Nederland, Frankrijk, Duitsland, Nederland, Finland, Zweden, Denemarken, Tsjechië, Brazilië, Ghana, Engeland, Ierland, Polen, Oostenrijk, USA, Spanje en Hongarije

Introductie over FTG Kopenhagen als gaststad: 70% van de voeding is bio en 52% van alle koffie is FT. Kopenhagen werd FTG in 1 week tijd.

Hoe werken rond actieve en niet-actieve groepen?

Ierland heeft het momenteel moeilijk om niet-actieve FTG te betrekken. Engeland heeft hetzelfde probleem met zijn 528 FTG. Dit wordt een grote opdracht voor de volgende maanden. De helft heeft de status niet meer geüpdatet. Het is niet mogelijk om met hen in contact te blijven. In Engeland zijn ze nu iedere groep aan het contacteren. Ze willen weten wat ze doen. Enkelen zijn niet meer actief, maar soms komen er nieuwe trekkers naar voor die het opnieuw willen oppikken. Dus de vraag is: Hoe krijgen we hen zover dat ze bezig blijven of nieuwe mensen zoeken?

België (Vlaanderen): zal vrijwilligers over de campagne bevragen via 2 denkmomenten.

Engeland plant gelijkaardige oefening met als doel: hen ideeën geven, verder op weg helpen en lokale netwerken ondersteunen. Men wil hen helpen vooruitgaan en zo de doelen van de campagne bereiken. Men wil mensen motiveren. Hoe? Groepen bevragen per e-mail (wanneer geen antwoord: bellen)

! TIP ! Enkele mensen worden geselecteerd en vormen subgroep. Ze hebben *ownership* om mee te denken = The BOARD.

België: Ieder jaar worden niet-actieve kandidaat-FTG geschrapt

Engeland: Trekkersgroepen krijgen 3 jaar de tijd om er nieuw leven in te blazen. Herbevestigingen hoeft maar om de 2 jaar. Ook zo in **Ierland** en **Denemarken** (**! TIP !**)

Probleem in **Engeland:** Fairtradeproducten zijn er een groot succes, het is overal zichtbaar. Vrijwilligers vragen zich af waarom ze nog verder moeten doen met de campagne.

In **Nederland** geeft een jury jaarlijks feedback (zowel positief als negatief) over de ingediende dossiers. Maar er worden ook aanbevelingen / uitdagingen voor de toekomst geformuleerd. Verschil met België: Nederland telt slechts 16 FTG (t.o.v. 116 in België).

Ierland: Coördinatie geeft ieder jaar nieuwe uitdagingen op, want als je de gemeenten vrij laat, weten ze niet wat doen. Bijv. jaarthema 'werken rond katoen', volgend jaar werken rond 'schooluniformen', daarna 'bananen' enz. Dit werkt goed in Ierland!

! TIP ! Internationaal creatief nadenken over gedeelde thema's + impact in het Zuiden. Deze thema's in alle landen introduceren.

Oostenrijk: Er was een wedstrijd tussen 28 FTG. Niet alleen de trekkersgroepen uit die gemeenten namen deel, maar iedereen met goede ideeën kon winnen. Ook in Zweden werd een competitie georganiseerd. Voordeel: coördinatie kwam te weten wat er lokaal zoal gebeurde (anders vertellen ze niet alles).

! TIP ! Zweden: MOBILE APP – alle info van lokale actoren wordt opgenomen. Trekkers kunnen bijv. in de supermarkt alle FT-producten scannen met de smartphone en rechtstreeks doorgeven aan een databank.



Public Procurement

Er wordt een skype-conversatie opgestart met Sergi Corbalan van FTAO (Fair Trade Advocacy Office). Meer info te verkrijgen via info@fairtradegemeenten.be.

FTT ID / FTT Brand

Internationaal willen we een gedeelde (holistische) identiteit. Dat mag uiteraard niemand uitsluiten. Op dit moment is dat er niet! Frankrijk heeft een roos logo. België en Nederland een oranje.

Polen krijgt geen goedkeuring van FLO om het bestaande FTT-logo te gebruiken, gezien het label er op staat en dat mag niet meer. Zweden heeft hun logo alvast veranderd en het label van FT veranderd naar het brand label (rond FT-symbool).

Nu: slechts 10 landen gebruiken het internationale logo.

Conclusie: iedereen behoudt zijn eigen logo, maar internationaal spreken we af dat we Fair Trade in 2 woorden zullen schrijven (gedeelde afspraak!)

Fair Trade Towns in the South

We zullen niet langer spreken over 'Fair Trade Towns in the South', maar over 'Producer Fair Trade Towns'.

Waarom?

Ghana heeft geen grote markt voor de 'consument'. India heeft dit wel. Daarom is het niet logisch om Noord en Zuid te scheiden via 'consument' en 'producent'. In alle landen heb je de beiden.

De huidige 5 internationale criteria vragen een bepaalde graad van ontwikkeling (algemeen, economisch en op vlak van consumenten). Potentiële licentiehouders zijn er niet in alle landen. De situaties zijn zo verschillend. Het is dus niet logisch om dezelfde criteria te hanteren. Gesprekken in het Noorden gaan over 'wat gaat de lokale trekkersgroep doen'? Dit heeft te maken met *civil society*. In ontwikkelingslanden gaat de discussie over andere dingen. De discussie over de criteria wordt op dit ogenblik dus open gehouden.

Ghana: New Koforidua in Ghana is FTG. De trekkersgroep telt 22 leden. Het wordt volgehouden omdat het een goede invloed heeft op de kinderen. Men heeft Fairtrade Afrika assistentie gevraagd, en er is een heuse samenwerking met Garstang (UK) tot stand gekomen.

Conclusie: 'Producer Fair Trade Towns' gaan we niet behandelen zoals 'Consumer Fair Trade Towns'. Er zijn geen afgewerkte producten: grondstoffen worden verscheept. De productie is gecertificeerd, niet het afgewerkte product.

Note van Bruce (oprichter FTT):

FairTradeTowns is een grassroots movement! Deze initiatieven zijn nationaal (bottom-up) gestart. Zo moet dit gebeuren. Dit is de sterkte van deze beweging. Het potentieel is supergroot. Er zijn veel vragen die we moeten beantwoorden i.k.v. 'Producer Fair Trade Towns', maar dat hoeft geen jaren te duren. Garstang heeft zichzelf als FTG uitgeroepen: en daar is het niet gestopt. Men stelde zich toen ook de vraag: 'Wat betekent het om officieel tot FTG uitgeroepen te worden?'. Maar niemand deed er moeilijk over. Het is een mensenbeweging. Dat is wat we moeten onthouden als ook producentenlanden betrokken worden. We moeten dit laten leven. Welke autoriteit hebben wij rond deze tafel om landen al dan niet toe te laten? We moeten landen de kans geven om een eigen weg uit te gaan, en dit niet altijd in regeltjes te willen gieten.

Er moet wel degelijk een zeker kader zijn: wat betekent het om een FTG te zijn in het Noorden. Er moet wel degelijk een zekere structuur zijn. Maar dat is pas de volgende stap.

Ierland: Producentenbezoeken met trekkersgroepen - FAIRTRADE TOERISME ! **TIP !**



Fig tree

In Garstang (de eerste FTG wereldwijd) lanceert men op 21/11/11 de **Fig tree**: een internationaal bezoekerscentrum. Dit is gevestigd op de marktplaats waar alles ooit begon. Er zal een klein feest zijn voor de inhuldiging. Men hoopt op internationale media-aandacht. Er is een café met Fair Trade, maar er zullen ook workshops komen. 'Als het lukt in Garstang, lukt overal in de wereld' !

In Engeland werken ze aan de 'Fairtrade triangle': Een samenwerking tussen 3 gemeenten, nl. Media (USA), Garstang (UK) en New Koforidua (Ghana).

Meer info: www.fairtradecentre.org.

FTT Conference 2012 en andere in de toekomst

2012: POLEN !

2013: Brazilië ?

2014: Denemarken

Varia

Totaal: 1070 titels internationaal

Zaterdag 19 november 2011: DAY 1

Introductie

Welkom in Malmö, 5 jaar FTG

Dit is de 5^e conferentie. Er zijn 200 mensen ingeschreven uit 20 verschillende landen. We zullen ons tijdens de conferentie vooral afvragen hoe we de FT beweging nog groter kunnen maken met als doel: END POVERTY (door FT te kopen).

Duiding van de actualiteit: We leven temidden een klimaatcrisis (cfr. Durban). Vooral mensen in het Zuiden moeten met deze klimaatsveranderingen omgaan. 98% van de mensen in ontwikkelingslanden krijgen ermee te maken. Aan het einde van de conferentie willen we samen een statement maken (om het naar de Durban meeting te sturen).

Moderator: Catarina Rolfsdotter-Jansson (schrijfster i.v.m. duurzame ontwikkeling, lid trekkersgroep FTT Malmö). Alle eten en drank is FT (alles wat niet FT kan zijn, is organisch). Chocolade is van de Malmö chocoladefabriek (FT). Ananas is van de Ghana producent die aanwezig is.

Er zal ook een kleine film gemaakt worden. Er is de live stream mogelijkheid voor de thuisblijvers. De film zal in de ACCRA conferentie (Ghana) getoond worden.



Kathrin van Duitsland: Korte evaluatie van de laatste conferentie

Conferenties:

1. London 2007: 60 leden van 10 landen
2. Brussels 2008: 100 leden van 15 landen (Brazil en Mali)
3. Lyon 2009: 102 leden van 18 landen (Ghana en Peru)
4. Bonn 2010: 80 leden van 17 landen (18 coördinatoren) → Geen EU-subsidie
5. Malmö, Zweden 2011: 200 leden van 20 landen
6. Polen 2012

1000 FTG op 4 juni 2011 in volgende landen: Australia, Japan, Spanje, Belgium, Duitsland, Nederland, Engeland, Schotland, Wales, USA, Ghana

18/11/11: titeluitreiking van Köln (350 mensen), hoofdkwartier van Transfair Germany.



Dirk Geeraerts, vrijwilliger Tervuren

Ik heb in mijn lange beroeps carrière vele sales meetings, seminars en conferenties bijgewoond. Het was echter denk ik de allereerste keer dat ik het jammer vond dat een congres voorbij was en de enige keer dat de sfeer zo positief was. Ik had het gevoel dat ik als individu, als burger, echt iets kan doen om een verschil te maken en dit congres was een ongelooflijke opportuniteit om hiervoor verdere inspiratie op te doen. Ik weet nu al dat ik er in 2012 opnieuw wil bij zijn.

Frederik Gertten: Filmmaker

De documentaire 'Bananas' is in meer dan 15 landen vertoond, en belicht de wantoestanden die heersen op bepaalde bananencoöperaties in het Nicaragua (jaren '70). Er werden heel wat pesticiden gebruikt en daar zijn kinderen en vrouwen het slachtoffer van geworden. Het gaat over de DOLE bananen. Juan D. (advocaat) wou dit aanklagen. De documentaire gaat over zijn strijd tegen de bonzen van DOLE. Deze film won meerdere prijzen. www.bananasthemovie.com.

De film heeft controverses veroorzaakt. Er was EU-media-aandacht voor en hij werd geweerd van filmfestivals. Frederik moest zelfs advocaten onder de arm noemen. Heel wat landen wilden de film vertonen, ook al hing Frederik een proces boven het hoofd.

De filmmaatschappij van Frederik is nog steeds wat van slag (uiteindelijk komen ze uit op 300.000 \$ kosten aan rechtszaken, die Dole uiteindelijk betaald heeft).

Resultaat: Grote boycot tegen DOLE bananen. Supermarkten begonnen het te voelen en de FT-bananenorganisaties zijn gegroeid van 5 naar 30% omzet, met dank aan de film.

www.bigboysgonebananas.com = nieuwe film van Frederik. Dit film gaat over 'freedom of speech' en media.

Frederik: "Neem deze film mee naar jullie landen en inspireer anderen (bijv. filmmakers)"



Emma Zweden (secretaris-generaal FT Zweden): Fairtrade impact

- Pakkende film: "The dark side of chocolate" (kinderen die verkocht worden in de cacao sector).
- 18.000 kinderen per jaar worden in West-Afrika verkocht
- 150.000.000 kinderen worden hieraan blootgesteld.
- In Ghana zijn er nog steeds vele kinderen die niet naar school kunnen omdat ze de lunch niet kunnen betalen (= 0,30 euro).

- We zijn trots deel uit te maken van een beweging, een systeem dat hier iets aan kan doen. We werken met een FT -premie die geïnvesteerd wordt in scholen en andere gemeenschapsdoeleinden.

FT is niet perfect. Producenten zijn nog steeds arm. Maar FT is niet voor één iemand in particulier, we werken aan een **betere toekomst**. Steeds meer mensen over de hele wereld kopen de producten. Er is dus hoop voor een betere wereld. We zijn het verschil aan het maken. We werken aan de oplossing.

Is het dit allemaal waard? Is het een doel op zich om gewoon campagne te voeren voor FT? Het is uiteraard tof, maar is er meer? De vraag is gesteld aan een studie bureau.

1036 interviews in 5 FTG en 5 in niet-FTG.

1^e vraag: What certifications on food, focusing on environment and ethical issues, have you heard about? → Fair Trade awareness in FTG'n veel groter dan in niet-FTG'n.

2^e vraag: Do you know which labels that contribute to improved working and living conditions for the producers? → Fair Trade awareness ook hier veel hoger in FTG'n.

3^e vraag: Have you heard of FT? → 84% in FTGn en 74% in nt-FTGn

4^e vraag: Do you have FT in your workplace or school? → JA (15 in FTG, 9 in nt-FTG)

5^e vraag: Do you find the products in the store? → 26% in FTG en 18% in nt-FTG

6^e vraag: How similar are you about what FT means? → 72% in FTG en 62% in nt-FTG

7^e vraag: Hoe belangrijk is de keuze voor FT in publieke aanbestedingen → 86% in zowel FTG als nt-FTG

8^e vraag: Je gemeente is FTG: moet men dit verder zetten? → 83% ja – 1% nee – 16% geen mening. Dus mensen denken dat, wat we doen, belangrijk is !



Resultaten: Awareness in FTGn is véél groter dan in nt-FTG. Het is niet gewoon een campagne for fun (niet alleen banana costumes dragen), maar het is een concrete tool die werkt, een strategie om awareness te creëren in de maatschappij waar we leven. Als mensen weten wat het is, dan is het meer waarschijnlijk dat ze starten om actie te ondernemen. Als we het aanbod vergroten, dan zijn we 1 stap verder om kindslavernij te verminderen. We moeten het hart en de gedachten van mensen veranderen en dat is het hart van de campagne en de acties. Wat we doen, maakt wel degelijk een verschil !

Andy Warhol

“ Time is changing things? No, people are changing things. We are the ones doing it ”

Carola Reintjes (CEO van WFTO)

FT is inderdaad niet perfect, maar is er iets beter? Ik zou in mijn 30-jarige carrière bij Fairtrade zeker geswicht zijn naar een andere beweging als deze dezelfde antwoorden kon geven als FT. Samen maken we het verschil. Dit is een sterke multistakeholderapproach!

Vergelijking van 3 FTGn in 3 landen – Katy Wheeler

Chelmsford (UK), Lund (Zweden) en Berkeley (USA). Waarom deze 3?

Berkeley gezien er subsidies beschikbaar waren, Zweden gezien de goede sociaal democratische structuur en Engeland gezien de start van de internationale campagne.

Boek: Fairtrade and the Citizen-Consumer: Shopping for Justice?

Conclusie: Er zijn vele verschillen tussen FTG, op gebied van (1) verkoop, (2) distributie en bewustzijn / en (3) socio-politieke contexten (geografie).

- Top in verkoop producten: UK, USA, Frankrijk, Duitsland, Canada, Zwitserland, Ierland, Finland, Nederland, Zweden, Oostenrijk...
- Top betreffende Awareness of FT label: UK, Oostenrijk, Finland, Zwitserland, Denemarken, Nederland, Zweden, Noorwegen, Duitsland, Frankrijk, Nieuw-Zeeland, Italië, USA, Canada, Australië...

Chelmsford, UK

- Vrijwilliger is trekker
- Focus: winkels en lokale actoren mee krijgen

Lund, Zweden

- 2007: FTG / universiteitsstad
- Trekker is ambtenaar. Misschien omdat de context van dit land nogal gestructureerd is, en men alles overkoepelend wat in handen wil nemen. Focus meer op Public Procurement / bestuur mee krijgen.

Berkeley, USA

- FTG in 2010.
- Steun via grote kleppers als Ben&Jerry's. Er komt veel betrokkenheid vanuit de bedrijfswereld. Dit komt ook voort uit de historie: bedrijven zijn altijd meer betrokken geworden bij de maatschappelijke evoluties.
- Zeer progressieve plaats
- Ook focus op lokale voeding (boerenmarkt)

Conclusie:

1. Beweging zorgt voor gemeenschapsbinding en gedeelde actie. Actie van 1 persoon maakt niet zoveel verschil. Resultaten komen voort uit het gevoel deel uit te maken van een grote beweging. Er is sprake van **Social Capital**. Er worden bruggen gebouwd tussen mensen en organisaties die op andere levensgebieden

te werk gaan. FTG genereert social capital. Verschillende mensen komen samen (business, politiek, boeren...).

2. Succesvol om ook bewustzijn te bereiken bij niet-fairtraders. Trekkers moeten verder kijken dan de gekende plaatsen (bijv. kerken en scholen). Niet bij traditionele groepen blijven. Trekkersgroepen kunnen best bestaan uit mensen vanuit verschillende hoeken van de maatschappij.



WORKSHOPS

A: 100% awareness of Fair Trade locally

Goede ideeën

Zweden: Fair banana project: zoveel mogelijk tekeningen van kinderen verzamelen die eerlijke bananen tekenen. 'Hoe ziet een eerlijke banaan eruit voor jou?'

Florance from Saarbrücken: 1^e FTG in **Duitsland** (op grens Frankrijk en Luxemburg).

Ze halen kracht uit hun geweldige team. Hun trekkersgroep kreeg de welluidende naam 'Fairy Team' (15 verschillende nationaliteiten). Ze maken het zichzelf zo aangenaam mogelijk.

Hun slogan: We are FIS (Fairtrade Initiative Saarbrücken). Doel: Fairtrade cellen integreren in micro-context (FT straat, FT publieke tuin, FT markt enz.)

Bij. Bij de FT-straat moest 70% van de winkels FT verkopen of iets dat onrechtstreeks met FT te maken heeft. Boekshops: boeken over FT verkopen bijv.

Bijv. FT klassen (niet FT-scholen, dat was een brug te ver. Klassen vallen makkelijker te bereiken)

- Crit 1: Leerkrachten besteden tijd aan FT
- Crit 2: Er wordt actie gevoerd
- Crit 3: Ze communiceren over hun engagement
- Crit 4: Awareness creëren bij de familie en vrienden

De trekkers organiseren 30 Fairy Actions per jaar (sinds 2005).

*Karin from Norrköping, Zweden*erken met target groups per jaar

1. Coffee shops
 - a. Ethical coffee break (Fik med etik) met stickers en wobblers. Bedoeling was dat men aan klanten toonde dat ze FT hadden. Van 10 naar 25 koffieshops met FT in dat jaar, en nu in 2011 ongeveer 60.
2. Voetbalclubs
 - a. Gebruik maken van FT footballs / thee/koffie. Er waren 20 clubs geïnteresseerd en nu gebruiken ze ze nog steeds.
3. Scholen
 - a. 20 verschillende criteria (om FT school te worden moet je minstens 5 criteria behalen. Daarna kregen ze een titel. Ze worden uitgedaagd om elk jaar meer criteria te behalen)
4. Shopping Centers
 - a. Swap Day (130 winkels/ center). Ze konden zich inschrijven via www.norrkoping.se/swapday. Er waren ook brochures, proevertjes. Er was een mobil team die mensen aansprak, en 2 zangeressen die aan entertainment deden. Niet zoveel volk, gezien goede weer buiten. Idee: bekende zanger laten zingen wanneer zich iemand aandient die de 'swap' deed: die dus FT had gekocht. Na half liedje stopt zanger en moet er dus nieuwe FT-aankoop aangeboden worden.

Ryan, Boston, USA: Trekkers werkt voor Ben&Jerry's

- Trekkersgroep met superinteressante mensen (Faith group, equal exchange, Ben&Jerry's, ten thousand villages, university)
- Hét doel: educatie!
- Amerikanen houden van eten, van merken enz. Goede mix!
- Mobile app: mensen vragen om zo interactief mogelijk te zijn.
- Fair Trade Bike Ride: op verschillende punten kon je beginnen. 15 punten waar FT te koop was. Er was ook gratis eten en iedereen was welkom !
- Symposium: workshops (free chocolate, ice cream, coffee...), 75 bezoekers (o.a. met studenten), debatten, sprekers enz.

Shoko van Kumamoto – Japan: 1^e Aziatische FTG

Japanners zijn trots op water (hoogste kwaliteit). 730.000 mensen in de stad. Sterke betrokkenen van jonge mensen. Burgemeester van 37 jaar. 10.000 handtekeningen voor de petitie. Op titeluitreiking: grote FT stoet (met maskers – wereldbol) Visie: dit FTG-werk was als groeiende planten. Het begon met het planten van een zaadje. We willen er goed zorg voor dragen. Love and fairness to the world.

Andere te gekke ideeën

- Groot stadspel rond FT: Gotcha
- Danswedstrijd (overall ter wereld: wordt aangeleerd tijdens eurovisiesongfestival). FT dance ~ flash mob
- FT en lokaal combineren op 1 dag: mensen oproepen om te koken en lekkers klaar te maken op 1 dag
- Puntenkaart (~met belgerinkel naar de winkel)
- Japan: fashion shows (100 keer over 7 jaar). 360 mensen in de trekkersgroepen
- Groot festival op 2 locaties met zelfde thema. Met guinness world record-doel.
- Silent theater: topic FT! Kan in shopping center.
- Kiezen om bestaande festivals en events meer fair maken. Festival rond FT = geïnteresseerden komen, maar gewone festivals: andere doelgroepen ook.
- FT ambassadeurs: FT fighters / superheros (met supermanpakjes). Jonge mensen betrekken. Network op Facebook waar alle acties gedeeld worden. Ze poppen op op allerlei plaatsen en laten mensen FT nuttigen.
- Internet als medium tussen producers en consumenten. Shops en farms: van beide zijden videoclips tonen. Of livestreams: hoe ziet het leven op de plantage eruit? Vraag- en antwoord wedstrijden tussen 2 verschillende kanten Noord – Zuid. Internet gebruiken om Noord en Zuid dichterbij elkaar te brengen.
- Voetbalclubs betrekken
- Cinema's betrekken: spot maken als reclame break



Dirk Geeraerts, Tervuren

Ik heb nu donderdagavond al een meeting belegd met de trekkersgroep van FT gemeente Tervuren en wil mij vanaf nu hier echt voor inzetten.

Het was echt tof, ik voel me geprivilegieerd dat ik hier aanwezig kon zijn.

Nadia Van Den Meersschaut,
Sint-Niklaas

Vorig weekend in het hoge noorden helemaal niet het gevoel gehad in de kou te staan. Het was een hartverwarmend samenzijn met meer dan 200 mensen die meer dan warm lopen voor de Fair Trade gedachte. Echt heel inspirerend!



Zondag 20 november 2011: Day 2

Joyce Kaminja, coffee producer Kenia

Er waren een aantal problemen vóór FT certificatie :

- Lage koffie prijzen
- Lage Kwaliteit
- Hoge kost van productie
- Lage kennis van goede productiewijzen
- Politieke tegenstellingen

Certificatie in 2008. Payment rates verhogen spectaculair (samen met wereldprijzen). In 2009 werd een Quality Control Lab opgericht. Er werd aan 'cherry grading' gedaan om de kwaliteit te verbeteren.

De eerste FT-premie werd gestort in 2009. Er werden meteen toiletten gebouwd met deze premie. Er kwamen ook watertanks en ziekenhuizen.

Focus: professionele productie naar duurzaamheid toeleiden

- Toegang tot nieuwe markten
- Betere marktpositie
- Langetermijnrelatie
- Betere prijs voor betere producenten
- Onderhandelingskracht

Coffeeprijsstijging van 80 tot 120 shillings.

Vraag: Waarom is FT beter dan RA? Bij FT krijgen ze een premie.

Joyce Kaminja

Vrouweneducatie zal de wereld redden. Vele mannen in mijn land hebben een alcoholprobleem. Ze nemen het geld en gaan ermee naar de pub. Als vrouwen een beetje geld krijgen, zullen ze het altijd goed beheren en investeren in de juiste dingen. We investeren in vrouwenvorming dankzij de FT-premie.

Ebenezer, Kenia

Er zijn 200 werkers in de ananascoöperatie. Deze coöperatie is de jongste in de regio. Ze verkopen niet alles 100% FT, maar toch is de impact zeer groot.

Joint body: niet-verkozen leden: alle arbeiders worden betrokken. Deze mensen worden eerst getraind (meestal geen opleiding).

Daarnaast worden álle arbeiders getraind. Zij zijn de eerste die van het systeem profiteren (dan hun gezinnen en gemeenschappen).

Verwezenlijkingen sinds de premie:

- Waterfilters om proper drinkwater te genereren.
- Er werden heel wat dingen gerepareerd.
- Er werd ook geïnvesteerd in gezondheid (vnl van vrouwen).

- Er was ook een project rond ‘environmental protection’: er werden meer dan 2000 bomen geplant in enkele maanden tijd.
- Daarnaast wordt geïnvesteerd in educatie.
- De kinderen van de arbeiders kregen gratis schooluniformen. Ze kregen het enkel wanneer de kinderen naar school gaan. Stimulans: nu gaan alle kinderen naar school.
- Er werd geïnvesteerd in leesscholen: er zijn nog steeds vele kinderen die nog niet goed kunnen lezen en schrijven in het Engels. Minstens 50% van de kinderen in de klas moeten goed kunnen lezen en schrijven (er worden heel wat uniformen en boeken gegeven aan de kinderen van de arbeiders). Er wordt een examen uitgeschreven en kinderen die slagen krijgen alles wat aangeboden kan worden.
- De werk T-shirts kregen het FT-logo op de voorkant omdat ze echt visibiliteit willen krijgen rond FT.
- Er werd ook geïnvesteerd in sport en recreatie.
- Er werd ook geïnvesteerd in behuizing. Het gras op de daken werd weggehaald. Sommige huizen zijn nog van klei.

En dit is nog niet alles. Er is nog sprake van een ‘5 jaar ontwikkelingsplan’:

- Scholen bouwen
- Kliniek bouwen
- Huizen bouwen

Ebenezer

‘Het zijn wij niet die dit doen, maar jullie: want jullie kopen FT’ !

Walter Alifo – Ghana / New Koforidua – FTT in the south

“You somethings have to change people’s experience, before you can change their ideas’ (Vicki Phillips, 2002). Dat is precies wat FT heeft gedaan.

FTT in the South: African FTT - Criteria

1. Gemeente
2. Leden van de cooperative (FT) wonen in de gemeenschap en zijn erkend door de Kuapa Cooperative, the society New Koforidua
3. FT wordt gepromoot in scholen, geloofsgemeenschappen en andere organisaties in de gemeente
4. Events, media-aandacht
5. Lokale trekkersgroep

Triangular FT campaign: Garstang (UK), Media (USA) en NK (Ghana).

Tussen Garstang (1e FTT in the UK) en NK : community link. Community cohesion.

- The co-operative house werd gebouwd. Samenzijn.
- Speeltuin voor de kinderen.

‘If you think you are too small to make a difference, you’ve never been into bed with a mosquito’ (Macbeth).

Vragen:

- Moeilijk om vrouwen te bereiken? Nee, het is makkelijk. 25 leden waarvan 5 vrouwen.
- Worden die producten ook lokaal verkocht? Sommige belanden in de supermarkt.
- De interesse vanuit andere landen (Ierland, Schotland, Engeland) willen met hen samenwerking. Er is ook interesse vanuit andere Afrikaanse landen om FTG te worden.
- Doel voor de toekomst: Accra als FTG.
- Mooi verhaal: kinderen zijn tegenwoordig trots op hun vader die op een cacao plantage werkt. Vroeger was dat niet zo. De 1^e generatie in het land worden op het veld gehouden. Kinderen zijn geïnteresseerd om te blijven. FT is dus niet enkel om wat er nu plaats vindt, maar het gaat over de toekomst. Ook in Noorden: kinderen hier die met de producten werken of ze kopen, nemen dit mee naar later. Het is dus heel belangrijk wat we doen!

België ontvangt de kikker 'Fairis Afrog' die de vele landen met FTGn bezoekt !



NAMIDDAG

- **Engagement.** FT-ambassadeurs in Zweden.
 - ➔ 10 verschillende sleutels tot succes om betrokkenheid te creëren.
 - Passie: van het hart
 - Verspreid kennis (Wat is FT?)
 - Concrete output (wat doen we, en voor wie)

- Een individueel kan het verschil maken
- Verandering (wat gaat goed? Wat is de impact in het Zuiden?)
- Visie (niet bang zijn om groot te dromen)
- Creative freedom (vraag mensen wat ze willen doen, eigen ideeën zijn belangrijk)
- Community – group – friends
- Have fun and celebrate !
- Work with great products
- **Link tussen Noord en Zuid.**
 - We hebben heel wat te leren van de Zuiderse landen
 - Hoe? Niet duidelijk, maar duidelijke lijn volgen (geen doelen, maar richtlijnen). Toch is credibiliteit belangrijk (niet iedereen kan opeens zeggen dat hij een FTG is)
 - We zijn faciliterend. Het gaat niet om ONS. Als er nieuwe ideeën komen, moeten we ervoor open staan.
 - Triangle tussen NK (Ghana), Media (USA) en Garstang (UK): persoonlijke band met mensen. Linken is goed om mensen aan beide zijden te motiveren. Een nieuwe energie voor groepen in het Noorden.
 - Wat kunnen we doen (linken): festivals, samen campagne voeren op hetzelfde moment, festival tour van de ene naar de andere gemeente, sharing things (music...), universiteiten en studenten nog meer inzetten voor ons werk...
- **Do's and don'ts of public procurement.**
 - Specifieke regels volgen
 - Transparantie = welke criteria zijn belangrijk (wat willen we van een leverancier?)
 - Competitie moet open blijven. We mogen niet concurreren.
 - Specifiek naar FT vragen kan niet. Het is een niet-discriminerend systeem.
 - Criteria FT kunnen gewoon gekopieerd worden.
 - Fair Trade van elkaar schrijven is minder gevaarlijk
 - Niet bang zijn om een rechtszaak te starten !

Johann Schneider – Brazilië

FTG campagne is heel sterke tool voor Brazilië. Er is veel potentieel. Er zijn zowel producenten als consumenten. Enkele trekkers van Brazilië gaan morgen mee naar Garstang (openen Tig Tree). Er zijn spontane initiatieven, maar nog niet echt iets concreets.

Statement – contribution to RIO + 20 United Nations Conference on Sustainable Development

Bruce – Garstang (UK)

FT is niet perfect. We mogen gerust kritisch zijn. We mogen ook naar alternatieven voor FT kijken. Sommige mensen willen de FT-bananen niet kopen omdat ze er niets negatiefs over gehoord hebben. Het is een complex verhaal, maar het rendert! 'Banana wars' (boek) heeft serieuze impact gehad. Na het lezen van dit boek, zal je nooit meer niet-FT-bananen kopen.

Garstang: 10 jaar FTG (nov 2001). Oxfam is ermee gestart. Bruce, zijn vrouw en babysitter waren de enige 3 trekkers. Fairtrade Foundation heeft verder gewerkt aan de 5 criteria. De hele gemeenschap werd erbij betrokken: dat is de kracht van de campagne. Anderen volgen hun voorbeeld: Social enterprise-campaign/ cities of sanctuary/ transition towns...

Nu reeds 528 FTG

En het ging verder:

Clonakilty in 2003 te Ierland, Ghent in 2005, Rome in 2005, Malmö in 2006, Media USA in 2006, Noorwegen en Australia in 2006, Canada in 2007 enz.

Er ontstond een Fair Trade Triangle (UK, USA, Africa)

Het werd een Noord-Zuid campagne. FTG in the South!

New Koforidua, Ghana was dit jaar (2011) de eerste FTG in Zuid-Afrika.

Kumamoto in Japan werd de eerste in Azië

Kitomercie & Vestin in Tjechië

De Fair Trade Way werd gelanceerd: een wandeltocht van Garstang tot Keswick → 6 dagen wandelen en elke nacht werd in een FTG geslapen – Lancaster/Arnsdale/Kendal/Windermere/Grasmere. Er werd enkel FT gegeten. Donaties van chocoladeverkoop.

Co-operative house in New Koforidua: idee van mensen van Ghana. Ze willen het Noorden op bezoek. Donaties van over de hele wereld om dit te bouwen.

Garstang wou ook een community house (er was een gigantische interesse om naar de 1^e FTT in de wereld te komen) – The FIG Tree. Garstang is inspirerend.

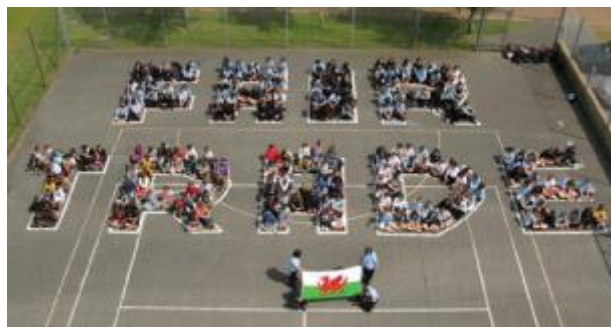
FIG = Fairtrade in Garstang

Tree = omdat het zaadje in Garstang geplant is.

Bruce.crowther@fairtrade.org.uk

FTT = grassroots movement (moet zo blijven!) . Het zijn de mensen in de gemeenten die het mogelijk maken. Als FTG zich uitsprekt, dan is het niet de stem van een organisatie, of van een coalitie van organisaties, het is de stem van **1000den mensen van 1000den gemeenschappen**. Ze spreken zich uit over *trade justice*. Als echte verandering plaats vindt, komt het niet van politiek of overheden of NGO's. Het komt van **mensen**. Soms enkelen (3/4) in een kamer. Er zijn kleine trekkersgroepen, waar men moet blijven ijveren voor een voortbestaan. Maar dan wordt de zaad geplant. Dan is het de taak van organisaties/overheden/NGO's om dit zaadje te laten groeien. We bezitten het niet, we faciliteren het! We zullen die beweging nooit bezitten. Het is van ons allemaal. En daarom is het zo sterk.

Toen Garstang zichzelf uitriep, belde FT Foundation één dag later: 'Wie geeft jullie het recht om dit zelf uit te spreken'. Maar dat is net de bedoeling. Dat mag niet stoppen. Het zaadje in Garstang is nooit gestorven.



Marieke Colpaert, FairTradeGemeente

FairTradeGemeente is nog steeds meer dan alive and kicking. Ook in België, want volgens de statistieken steken we met kop en schouders boven de andere landen uit wat betreft het aantal FTG'n (in verhouding met niet FTG'n). Met 200 mensen van meer dan 20 landen kan je niet anders dan heel veel inspiratie opdoen. Die inspiratie hoop ik ten volle te kunnen verspreiden onder de gemeenten opdat iedereen kan meegenieten van deze sterke campagne over de hele wereld. Ja, je hoort het goed, 'de hele wereld', want ook in het Zuiden is de eerste FairTradeGemeente een feit!

Nathalie Brouwers, Antwerpen

Het enthousiasme en de creativiteit, zeker tijdens de modeshow, vierden hoogtij maar volgens mij had er wel een wat meer kritische noot gekraakt mogen worden.

Het diner was geen typisch Zweeds "smörgåsbord", wel vegetarisch én fantastisch lekker!