
MVO-initiatieven voor de koffie-, kleding- en bloemensector

Frans-Paul van der Putten (EIBE / Nyenrode),
Gemma Crijns (EIBE / Nyenrode) &
Joris Oldenziel (SOMO)

Nyenrode / SOMO
In opdracht van HIVOS

2004

Inhoud

Inleiding	3
Deel I: Overzicht van een aantal basiskenmerken per initiatief	5
Max Havelaar	6
Utz Kapeh	9
Common Codes for the Coffee Community (CCCC).....	11
Nederlands Bloemen Beraad	14
Fair Flowers & Plants.....	16
Fair Wear Foundation	18
Textielprogramma Solidaridad en Kuyichi	21
SA 8000	24
Deel II: Onderlinge relaties tussen de initiatieven per sector	26
Koffie	26
Kleding.....	26
Bloemen	27
Deel III: Discussiepunten (middagprogramma symposium)	28
Discussie 1: Code en doelstelling.....	28
Discussie 2: Prijs en kosten	30
Discussie 3: Onafhankelijkheid initiatieven	32
Deel IV: Aandachtspunten bij het ontwikkelingsproces van de besproken MVO- initiatieven	34
Code en doelstelling.....	34
Prijs en kosten	35
‘Onafhankelijkheid van de initiatieven’	36
Samenvatting aandachtspunten relevant voor de ontwikkeling van MVO- initiatieven voor ketenverantwoordelijkheid	38

Inleiding

Dit rapport borduurt voort op het achtergronddocument dat geschreven is voor het symposium 'MVO-initiatieven voor de koffie-, kleding-, en bloemensector' dat op 27 november 2003 in Amsterdam plaatsvond. Het achtergronddocument is aangevuld met een uitwerking van de belangrijkste discussiepunten zoals die tijdens de werkgroepen naar voren kwamen.

Ter bevordering van de leesbaarheid staan de hoofdstukken in dit rapport in een andere volgorde dan het achtergronddocument.

In het rapport wordt een overzicht en probleemanalyse gegeven van initiatieven op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) in de koffie-, kleding, en snijbloemensector. Het zijn MVO-initiatieven voor ketenverantwoordelijkheid waarbij, in meer of mindere mate, vertegenwoordigers van verschillende groepen belanghebbenden betrokken zijn. Ondanks de verschillende productieprocessen van kleding, koffie en snijbloemen en de daarmee samenhangende sectorspecifieke problematiek, zijn er veel overeenkomsten in de dilemma's waar de initiatieven tegen aanlopen. Bijvoorbeeld dilemma's rond rechtvaardige lonen, monitoring van standaarden en de mate van onafhankelijkheid en betrokkenheid van belanghebbenden.

In het onderzoek dat aan dit rapport ten grondslag ligt, is alleen aandacht besteed aan de sociale aspecten van de initiatieven. De milieuaspecten zijn buiten beschouwing gebleven. De beperkte tijd die voor het onderzoek en schrijven van dit rapport beschikbaar was, noopte tot deze beperking.

Bij de selectie van initiatieven die in dit rapport zijn opgenomen, is rekening gehouden met de relevantie van deze initiatieven voor Nederland: ofwel ze zijn van Nederlandse oorsprong, ofwel Nederlandse actoren zijn betrokken bij het initiatief (bedrijven, NGO's, vakbonden). In het rapport worden de volgende initiatieven besproken en geanalyseerd:

Koffiesector: Max Havelaar
Utz Kapeh
Common Codes for the Coffee Community (CCCC)

Bloemensector: Nederlands Bloemen Beraad (NBB)
Fair Flowers & Plants (FFP)

Kledingsector: Fair Wear Foundation
Kuyichi
SA8000

Voor het onderzoek voor dit rapport is gebruik gemaakt van openbare documentatie van de MVO-initiatieven (brochures, publicaties, websites) en van, voor zover beschikbaar,

interne beleidsdocumenten. Daarnaast zijn een zevental interviews gehouden met personen die intensief betrokken zijn bij de onderscheiden initiatieven, te weten: Bert Beekman, Novib; Coen van Beuningen, Hivos; Fenny Eshuis, Max Havelaar; Kees Hoek, OLAA; Hans Perk / Nico Roozen, Solidaridad; Bram Verkerke, Solidaridad; Ineke Zeldenrust, Clean Clothes Campaign; Luuk Zonneveld, FLO.

De onderzoekers danken alle betrokkenen voor de ruimhartige medewerking aan dit onderzoek.

Breukelen/Amsterdam, 15 december 2003

Frans-Paul van der Putten, EIBE/Nyenrode
Gemma Crijns, EIBE/Nyenrode
Joris Oldenziel, SOMO

Deel I: Overzicht van een aantal basiskenmerken per initiatief

In dit deel worden van elk initiatief de volgende basiskenmerken op een rij gezet:

- ✦ *Oprichting initiatief* (wanneer en door wie opgezet)
- ✦ *Doelstelling van het initiatief* (certificering of lidmaatschap, product-, fabrieks- of bedrijfsniveau)
- ✦ *Betrokkenheid belanghebbenden* (wie zijn er vertegenwoordigd in het initiatief en op welke wijze)
- ✦ *Criteria* (het normatieve kader ten aanzien van de sociale aspecten)
- ✦ *Operationele principes* (basisuitgangspunten t.a.v. implementatie, monitoring en verificatie, verantwoordelijkheden)
- ✦ *Ontwikkeling* (recente en verwachte ontwikkelingen)

Max Havelaar

Oprichting initiatief

Het Max Havelaar keurmerk is in 1988 geïntroduceerd op de Nederlandse markt, door de voor dit doel door Solidaridad opgerichte Stichting Max Havelaar. In 1993 kwam cacao onder het keurmerk op de markt, in 1995 honing, in 1996 bananen, in 1998 thee en in 2000 sinaasappelsap. In 13 andere landen in Europa en 3 landen buiten Europa heeft het Max Havelaar keurmerk inmiddels navolging gekregen. Met deze landen is een overkoepelende organisatie opgericht, de Fairtrade Labelling Organisations International (FLO), gevestigd in Bonn, Duitsland.¹

Doelstelling van het initiatief

*Max Havelaar is een keurmerk voor fair trade producten. De Stichting Max Havelaar is de keurmerkverlenende instantie. Het doel is om kleine koffieboeren in ontwikkelingslanden te steunen.*²

Betrokkenheid belanghebbenden

Handelaren, producenten, werknemersvertegenwoordigers en FLO leden zijn bij het initiatief betrokken door afvaardiging in de overkoepelende organisatie FLO. Het inschrijven en controleren van de producenten in ontwikkelingslanden gebeurt onder de paraplu van dit kantoor. Elke drie jaar kiezen de producenten en handelaren hun nieuwe afgevaardigden voor het FLO bestuur. Ook de nationale labelling organisaties kiezen elke drie jaar hun nieuwe afgevaardigden voor het bestuur. Het bestuur van FLO is samengesteld uit zes afgevaardigden van de nationale labelling organisaties, vier afgevaardigden van FLO-gecertificeerde producentenorganisaties en twee afgevaardigden van FLO-geregistreerde handelaren.

Het FLO bestuur wordt geadviseerd door een "Standards and Policy Committee" waarin ook de verschillende belanghebbenden vertegenwoordigd zijn.

Daarnaast is er een "Certification Committee" opgezet, dat bestaat uit afgevaardigden van alle belanghebbende partijen: producenten, handelaren en FLO ledenorganisaties. Dit comité is verantwoordelijk voor certificering van producenten op basis van de FLO standaarden, en voor de registratie van handelaren.³

Criteria

FLO heeft twee sets van generieke criteria: één voor kleine boeren organisaties en één voor loonarbeidsystemen. Binnen de normen voor kleine boerenorganisaties zijn er specifieke normen voor koffie.

¹ Zie de pagina's 'Ontstaan en naam' en 'Organogram' op www.maxhavelaar.nl (site bezocht 19 nov. 2003).

² 'Wat is Max Havelaar' op www.maxhavelaar.nl (19 nov. 2003).

³ 'About FLO' op www.fairtrade.net (10 nov. 2003)

Het instrument dat zich richt op de kleine koffieboeren bestaat uit twee delen:⁴

- ⊕ Algemene Fairtrade normen voor kleine boeren organisaties;
- ⊕ Handel-specifieke normen voor koffie.

FLO International volgt verschillende internationaal erkende normen en verdragen, met name de normen van de Internationale Labour Organisation (ILO). Elk punt in de Fairtrade Normen voor Koffie is opgesteld in algemene termen. Indien van toepassing wordt ook verwezen naar de externe normen die FLO heeft overgenomen. De norm wordt gevolgd door eisen die dienen als parameters voor de verificatie. Deze eisen zijn onderverdeeld in:

- ⊕ Minimale eisen, waar alle producentenorganisaties aan moeten voldoen vanaf het moment - of in een vastgestelde periode - dat zij zich aansluiten bij FLO;
- ⊕ Ontwikkelingseisen, waarop de producentenorganisaties voortdurende verbetering moeten laten zien.

Daarnaast vereist FLO dat de producentenorganisaties zich houden aan nationale wetgeving, in het geval deze voor bepaalde kwesties hogere normen hanteren dan FLO doet.

De volgende punten worden aan de orde gesteld in de Fairtrade normen voor koffie:

- ⊕ Sociale ontwikkeling (o.a. non-discriminatie, democratie, en transparantie binnen de producentenorganisatie);
- ⊕ Economische ontwikkeling;
- ⊕ Milieu;
- ⊕ Arbeidsnormen in overeenstemming met ILO Conventies (geen dwangarbeid, geen kinderarbeid, vrijheid van vakvereniging en collectieve onderhandelingen, eerlijke beloning, veiligheid en gezondheid).

Er is een onderscheid gemaakt tussen sociale ontwikkelingsnormen en normen gerelateerd aan arbeidsnormen, waarbij gerefereerd wordt aan ILO Conventies. Deze laatste zijn alleen van toepassing wanneer de producentenorganisatie een *aanzienlijk* aantal werknemers in dienst heeft.

Operationele principes

Koffieboeren kunnen alleen aan het initiatief deelnemen als zij samenwerken in bijvoorbeeld coöperaties of associaties. Grote koffieplantages kunnen niet deelnemen. Max Havelaar garandeert een vaste minimumprijs.

⁴ FLO, 'Fairtrade Standards for Coffee' (Bonn, FLO, jan. 2003)

De eerste certificering wordt voor een maximum van twee jaar toegekend. Na deze periode wordt de gecertificeerde producent opnieuw gekeurd. Ook de vernieuwing van een certificering is voor een maximale duur van twee jaar. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen certificering en registratie. Certificering vindt plaats bij producenten voor specifieke producten, terwijl registratie wordt toegekend aan handelaren.

Een ander kenmerk van het Max Havelaar initiatief betreft de voorfinanciering. Boerenorganisaties kunnen zestig procent van de verkoopprijs van hun product al ontvangen bij het begin van de oogst. Dankzij dit krediet kunnen ze hun leden direct bij opkoop uitbetalen.

Ontwikkeling

Momenteel is FLO bezig met herziening van de generieke milieustandaarden. Verder is het Certification Committee sinds 1 juli 2003 omgevormd tot een volledig onafhankelijke organisatie. De bedoeling is om ISO 65 accreditatie voor deze organisatie is verkrijgen.

Utz Kapeh

Oprichting initiatief

Het Utz Kapeh initiatief is in 1999 opgezet door een groep van producenten en exporteurs uit Guatemala en de Ahold Coffee Company. In maart 2000 is een onafhankelijke stichting, de Fundación Utz Kapeh opgericht in Guatemala. Op 1 augustus 2002 werd het hoofdkantoor van de Stichting Utz Kapeh geopend in Delft.

Doelstelling van het initiatief

Utz Kapeh heeft als doelstelling om een label voor verantwoord geproduceerde koffie aan te bieden aan mainstream koffiebranders en koffiemarken. De certificering vindt plaats op het niveau van de koffieplantages (zowel plantages als groepen van kleine boeren kunnen toetreden). Wereldwijd kunnen merken en branders het label op hun koffie zetten als 90% van de inhoud van de verpakking Utz Kapeh is gecertificeerd.

Betrokkenheid belanghebbenden

Utz Kapeh is een samenwerking tussen koffiebranders, producenten en maatschappelijke organisaties. Solidaridad is een van de belangrijkste sponsors en partners in het project. Daarnaast wordt het initiatief gesponsord door de Nederlandse organisaties HIVOS, stichting DOEN en MIVA. Op dit moment nemen geen vakbonden deel aan het initiatief.

Criteria

De Utz Kapeh Gedragscode is de normatieve basis van het initiatief. De eerste versie van deze gedragscode (2001) was gebaseerd op de Eurepgap Protocol for Fruits and Vegetables, ontwikkeld door de Europese branchevereniging van supermarkten, de EUREP. Deze code werd door Utz Kapeh aangepast aan de koffiesector en aangevuld met normen uit ILO Conventies en de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens (UVRM). De 2003 versie van de Code is samen met onder meer Eurep ontwikkeld.

De volgende sociale, culturele, bedrijfsmatige, economische en milieu-aspecten worden genoemd:⁵:

<i>Traceability</i>	<i>Harvesting</i>
<i>Record keeping</i>	<i>Post harvest produce handling</i>
<i>Varieties and rootstock</i>	<i>Waste and pollution management</i>
<i>Site history and site management</i>	<i>Recycling and re-use</i>
<i>Soil management</i>	<i>Worker health, safety and welfare</i>
<i>Fertilizer use</i>	<i>Environment and conservation</i>
<i>Irrigation / fertigation</i>	<i>Complaint form</i>
<i>Crop protection</i>	<i>Internal audits</i>

⁵ Utz Kapeh. Code of conduct. Version 2003. Cf. www.utzkapeh.org.

In de Utz Kapeh code zijn de vier fundamentele arbeidsnormen opgenomen (kinderarbeid, dwangarbeid, discriminatie en vakbondsvrijheid). Daarnaast wordt ILO Conventie 1 over werkuren genoemd. Wat betreft veiligheid en gezondheid, en lonen wordt verwezen naar de nationale wetgeving.

Operationele principes

Duurzaamheidspremie (Sustainability Differential)

Utz Kapeh hanteert geen standaard meerprijs voor de koffie ten opzichte van de wereldmarktprijs, maar geeft een aanbeveling ten aanzien van het gebruik van een zogenaamde duurzaamheidspremie. Ten tijde van hoge koffieprijzen, zou de duurzaamheidspremie tussen de kopers en verkopers onderling onderhandeld worden. Ten tijde van lage koffieprijzen⁶, geeft Utz Kapeh richtlijnen voor de minimale duurzaamheidspremie. In beide gevallen intervenueert Utz Kapeh niet in de onderhandelingen tussen de partijen.

Om als Utz Kapeh gecertificeerd producent te kunnen worden aangemerkt, moeten koffieproducenten voldoen aan de normen van de Utz Kapeh Gedragscode. Voor certificering is het nodig dat aan 95 procent van de 'minor musts' wordt voldaan en aan 100 procent van de 'major musts'. Daarnaast zijn er nog aanbevelingen, die geen deel uit maken van de certificeringseisen.

De controle op naleving van de Utz Kapeh code wordt jaarlijks uitgevoerd door onafhankelijke, lokale of regionale organisaties, zoals Mayacert, SGS, Café y Calidad, Cafecontrol, KRAV en SKAL. Daarnaast zullen commerciële auditors zoals SGS en KPMG worden ingehuurd voor de audits.

Ontwikkeling

In september 2003 is Utz Kapeh publiekelijk gelanceerd door de bekendmaking van Albert Heijn dat het AH-merk Perla door Utz Kapeh gecertificeerd is. In totaal produceren nu 29 boeren Utz Kapeh gecertificeerde koffie in Brazilië, Bolivia, Guatemala, Honduras, Colombia, Peru, Costa Rica, Indonesië, Vietnam en Oeganda. 670.000 balen van 60 kilogram koffie waren wereldwijd gecertificeerd op 1 november 2003.

⁶ Lager dan 70 dollarcent per lb voor Arabica koffie op de Beurs in New York, of +/- 29 dollarcent voor Robusta koffie op de Beurs in Londen.

Common Codes for the Coffee Community (CCCC)

Oprichting initiatief

Het CCCC initiatief is in 2002 opgericht door de German Coffee Organisation (*Deutscher Kaffee-Verband - DKV*) and the German Agency for Technical Cooperation (*Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit - GTZ*). Deze organisaties hebben vervolgens relevante stakeholders geïdentificeerd en hen gevraagd te participeren in het initiatief. De DKV en het Duitse Ministerie van Economische Zaken financieren het initiatief.

Doelstelling van het initiatief

Het doel van het CCCC initiatief is om een wereldwijd geaccepteerde gedragscode voor verantwoorde productie en marketing van mainstream koffie te ontwikkelen. De code zou door de verschillende groepen belanghebbenden gezamenlijk worden opgesteld en erkend. Daarnaast is het doel om richtlijnen op te stellen voor implementatie, monitoring en onafhankelijke verificatie. En zou de code zo opgesteld moeten worden dat deze bruikbaar kan zijn voor bindende afspraken.

Betrokkenheid belanghebbenden

Het CCCC initiatief heeft als doelstelling om alle 'relevante' belanghebbenden in het Steering Committee vertegenwoordigd te hebben. De verschillende groepen belanghebbenden zijn als volgt gedefinieerd:

<i>Producers</i>	<i>Consumers (Trading & Industry)</i>	<i>Civil Society</i>
<i>Smallholder</i>	<i>Green coffee trade</i>	<i>Labour rights</i>
<i>Medium-sized organized smallholder</i>	<i>Green coffee trade / roasting industry</i>	<i>Ecology</i>
<i>Plantation</i>	<i>Soluble industry</i>	<i>Social</i>
<i>Producer organisation (non cooperative)</i>	<i>Roasting industry</i>	
<i>Centralised system</i>		

De deelnemende organisaties in het Steering Committee zijn als volgt onderverdeeld in vier subgroepen :

Producenten	José Aguilar, Mexican Embassy in the United Kingdom Alivio Franco, EMBRAPA, Brazil José Angel Lopez, ANACAFE, Guatemala Jeanne N'Goran, CNRA, Cote d'Ivoire Diego Pizano, FNC, Colombia Josefa Sacko, IACO, Angola Doàn Nhan & Jan Von Enden, VICOFA, Vietnam
Handel & Industrie	Bernhard Arndt, Bernhard Rothfos GmbH & Co., Germany Patrick Leheup, Nestlé

	Stephanie Miltenburg, Sara Lee / Douwe Egberts Roel Vaessen, European Coffee Federation, The Netherlands Annemieke Wijn, Kraft Foods, Germany
Maatschappelijke organisaties, NGOs en vakbonden	Bert Beekman, Oxfam International Andreas Bernstorff, Greenpeace Gertrud Falk, FIAN International Sue Longley, International Union of Food Workers (IUF), Switzerland
Bijzondere leden	Ina Grohmann, Ministry of Economics and Labour (BMWA), Germany Pablo Dubois & Markus Schlagenhof, International Coffee Organisation (ICO) Ann Herbert, International Labour Organisation (ILO) Reinhard Palm, Ministry of Economic Cooperation and Development (BMZ), Germany Lucas Simons, Utz Kapeh

Criteria

Binnen het CCCC initiatief zijn nog geen criteria ontwikkeld, maar wel is afgesproken dat deze gebaseerd zullen worden op bestaande codes en richtlijnen, te weten:

- De VN Mensenrechten Convenanten⁷;
- De ILO Conventies⁸;
- De OESO Richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen⁹;
- Internationale milieuverdragen en richtlijnen;
- Nationale wetgeving

Tijdens de laatste bijeenkomst in september 2003 is overeengekomen dat het Project Secretariaat een "Code Paper" zal formuleren, dat als leidraad zal dienen voor het opstellen van de 'Common Code.'

Operationele principes

De operationele principes van de CCCC zijn nog niet ontwikkeld. Het Steering Committee zal verschillende expert groepen opzetten die de code en de richtlijnen zullen gaan opstellen. Deze expert groepen worden ingedeeld in drie categorieën: sociaal, milieu en economisch.

Ontwikkeling

Binnen het CCCC initiatief zullen proefprojecten worden opgezet waarbij verschillende belanghebbenden zullen samenwerken. Alle projecten die als Pilot Projects aangemerkt willen worden, moeten worden goedgekeurd door de Pilot Project Platform van de CCCC. Dit Platform bestaat uit een lid van elk van de drie groepen belanghebbenden van de Steering Committee, een vertegenwoordiger van de "Bijzondere leden", en twee

⁷ Zie www.unhchr.ch/html/intlinst.htm#cov

⁸ Zie www.ilo.org/ilolex/english/

⁹ Zie www.oecd.org/document/28/0,2340,en_2649_34889_2397532_1_1_1_1,00.html and www1.oecd.org/publications/e-book/2002011e.pdf

vertegenwoordigers van het Project Secretariaat. Ervaringen en uitkomsten van deze proefprojecten zullen als input dienen in de ontwikkeling van code en richtlijnen.

Nederlands Bloemen Beraad

Oprichting initiatief

In 1996 zijn de Organisatie Latijns Amerika Activiteiten (OLAA) en INZET (nu Both ENDS) discussies begonnen over een gedragscode voor de snijbloemensector. In 1997 heeft FNV Bondgenoten zich hierbij gevoegd. Samen met bestaande initiatieven uit andere landen, hebben de Nederlandse organisaties in 1998 in een coalitie van Europese NGO's en vakbonden een gedragscode opgesteld voor de snijbloemensector, de "International Code of Conduct (ICC) for the production of cut flowers".

In 2000 werd het Nederlandse Bloemen Beraad (NBB) opgericht. Dit is het officiële samenwerkingsverband tussen OLAA, Stichting Both ENDS en FNV Bondgenoten. Het NBB kent geen eigen juridische rechtspersoonlijkheid. In datzelfde jaar werd een intentieverklaring getekend met Milieu Programma Sierteelt (MPS). MPS is een geaccrediteerde certificeringorganisatie die is opgezet door de snijbloemenbranche. In 2001 bereikte het NBB een akkoord met het MPS over de technische opname van een *social chapter* in het bestaande MPS systeem: MPS-Socially Qualified (MPS-SQ).

Doelstelling van het initiatief

De ICC Gedragscode van het NBB is bedoeld om te garanderen dat de bloemen zijn gekweekt en verwerkt onder verantwoorde sociale en milieutechnische omstandigheden. Deze internationale gedragscode vormt de basis voor nationale initiatieven, zoals het initiatief van NBB en MPS in Nederland (MPS-SQ).

Het doel van de samenwerking tussen NBB en MPS is om een sociale module op te nemen in het bestaande milieuregistratiesysteem van de MPS. De certificering binnen dit systeem vindt plaats op productniveau.

Tevens werd overeengekomen dat de mogelijkheden onderzocht zouden worden om het business-tot-business label van de MPS om te zetten in een consumentenlabel, en of de ICC hierin opgenomen kon worden. Inmiddels heeft dit geresulteerd in de totstandkoming van het Europese FFP (zie volgende initiatief).

Betrokkenheid belanghebbenden

De betrokken maatschappelijke organisaties in Nederland zijn twee NGO's, Both ENDS (voorheen INZET) en OLAA en de vakbond FNV Bondgenoten. Vanuit het bedrijfsleven is de snijbloemenbranche betrokken via het Milieu Programma Sierteelt, het Productschap Tuinbouw en LTO. Op internationaal niveau zijn deelnemende NGO's onder meer de International Union of Food (IUF), Flower Campaign Germany, Fair Trade Center, Zweden en Christian Aid in Engeland en diverse Afrikaanse en Latijns-Amerikaanse partnerorganisaties.

Criteria

De ICC gedragscode is gebaseerd op ILO Conventies en bevat de volgende criteria:

- ✦ Vrijheid van lidmaatschap van vakbonden en deelname aan vakbondsoverleg
- ✦ Gelijke behandeling
- ✦ Leefbaar loon
- ✦ Werktijden
- ✦ Gezondheid en veiligheid
- ✦ Bestrijdingsmiddelen en chemicaliën
- ✦ Werkgarantie
- ✦ Milieubescherming
- ✦ Geen kinderarbeid
- ✦ Geen dwangarbeid

Daarnaast bevat de code zelf enkele uitvoeringsbepalingen;

- ✦ Een onafhankelijke instantie wordt in het leven geroepen waarvan het gezag wordt aanvaard door alle betrokken partijen (vakbonden, NGO's, werknemers)
- ✦ Er worden nadere criteria opgesteld aan de hand waarvan naleving kan worden gecontroleerd
- ✦ Regelmatige verslaglegging over de vooruitgang
- ✦ Klachtenprocedure voor de werknemers
- ✦ Vertaling van de code in de lokale taal

Operationele principes

De ICC Gedragscode is aangevuld met de "Guidelines for socially and environmentally responsible production of cut flowers". Hierin wordt de doelstellingen nader gespecificeerd en uiteengezet op welke onderdelen een kwekerij moet worden gecontroleerd.

Op basis van de ICC Gedragscode en de Guidelines wordt er een social chapter opgesteld. Dit is een verdere uitwerking van de Guidelines op nationaal niveau, waarbij bijvoorbeeld rekening gehouden wordt met de Nederlandse arbeidswetgeving. Daarnaast is nog een *social paragraph* opgesteld, dit is een verdere specificering van het social chapter en de controlemethodiek. Hierin worden bijvoorbeeld de CAO's vermeld.

Ontwikkeling

Op basis van het social chapter zijn in 2000 en 2001 proefprojecten gerealiseerd in Kenia en Nederland. Doel van deze pilots was om de impact van de code, de knelpunten en de haalbaarheid van de standaarden te meten en te testen voor geïnteresseerde kwekers. In 2002 is een proefproject met 10 sociale audits bij Nederlandse kwekers uitgevoerd. In juni 2002 werden de eerste certificaten uitgereikt in Nederland aan de kwekers die deelnamen aan het proefproject en nu conform de code produceren. In Duitsland is op basis van de code in 2002 het Duitse consumentenlabel FLP ontstaan.

Fair Flowers & Plants

Oprichting initiatief

In augustus 2003 hebben de internationale snijbloemenhandel en industrie en de internationale coalitie van maatschappelijke organisaties een overeenkomst gesloten over de oprichting van een nieuw consumentenlabel, Fair Flowers & Plants. Dit label is gebaseerd op het milieuregistratiesysteem van het MPS en de criteria van de ICC Gedragscode, inclusief de Guidelines. Het label wordt in eerste instantie op de Duitstalige markt gericht, maar het is de bedoeling dat het een internationaal erkend label gaat worden. Wanneer blijkt dat het FFP-label in de komende drie jaar een succes wordt, zal het bestaande Duitse FLP-label verdwijnen.

Doelstelling van het initiatief

Het FFP-label is bestemd voor het verkooppunt en bedoeld om de consumenten duidelijk te maken wat duurzaam geproduceerde bloemen en planten zijn volgens internationaal geaccepteerde sociale en milieu normen: de ICC en de milieukwalificaties van MPS. Het doel van het consumentenlabel is de vraag naar bloemen die onder deze omstandigheden geteeld worden te vergroten, en zo meer kwekers te stimuleren om op een duurzame en maatschappelijk verantwoorde manier te gaan telen.

Betrokkenheid belanghebbenden

De Governing Body heeft in totaal acht zegels; twee voor de industrie, twee voor de handel, twee voor de vakbonden en twee voor de NGO's. Zij nemen besluiten op hoofdlijnen met betrekking tot het label. Bij staking van de stemmen wordt het ter tafel liggende voorstel altijd verworpen. Op deze manier hebben de verschillende participanten hun invloed op ontwikkelingen van het label veilig gesteld.

Wat betreft de structuur bij de maatschappelijke organisaties, wordt er naast een klein secretariaat een Review Committee opgericht, die belangrijke ontwikkelingen in de gaten houdt en als een spin in het web fungeert. Zij beslist bijvoorbeeld over de eisen voor de deelnemers, de wijze van borging, benchmarking en allerlei andere procedures. Het Review Committee telt vier leden, twee voor de vakbonden en twee voor de NGO's. Bij staking van de stemmen wordt het voorstel ter besluitvorming voorgelegd aan een grote vergadering van bonden en NGO's. Wordt daar het probleem niet opgelost, dan wordt een door beide partijen erkende externe bemiddelaar gezocht.

Criteria

Het FFP is gebaseerd op de criteria van de ICC, de Guidelines en het milieuregistratiesysteem van MPS.

Operationele principes

In de overeenkomst is geregeld dat het label in eigendom komt van de industrie. De industrie is verantwoordelijk voor de verkoop, de logistiek, het trace & tracking-systeem, de financiële onderbouwing en de publiciteit. Zij mogen het label echter alleen op de

markt zetten met de toestemming van de maatschappelijke partners. Wanneer de maatschappelijke organisaties zich niet kunnen vinden in het businessplan opgesteld door de industrie, wordt het label niet gelanceerd. De certificatie van de labels, borging in de keten (bijvoorbeeld dat alle bloemen en het groen in een boeket gecertificeerd zijn) en de controles worden door FLP en MPS gedaan, alsmede de administratieve ondersteuning en de automatisering van het geheel.

De maatschappelijke organisaties zijn niet alleen betrokken middels het Review Committee, het is ook de bedoeling dat lokale NGO's en vakbonden een rol gaan spelen bij de audits van bedrijven. In de protocollen van het FFP staat vermeld dat zij tijdens de audits als waarnemers fungeren, om daarmee de kwaliteit en inhoud van het label te bewaken. Het is de bedoeling dat NGO's en vakbonden in de Zuidelijke landen hun eigen initiatieven opzetten, zoals reeds gebeurt in Kenia en Tanzania. De NGO's voeren daar gezamenlijk met commerciële auditors de controle uit.

Ontwikkeling

Er zijn nog steeds een aantal technische en financiële zaken die opgelost moeten worden voordat de structuur om het nieuwe label te implementeren, kan worden gestart. Om het label in de markt te kunnen zetten, zodat het voor de consument ook daadwerkelijk zichtbaar wordt, wordt de komende tijd een actieve wervingsactie onder kwekers en verkooppunten gestart. De introductie is voor een groot deel afhankelijk van het feit of er zich wereldwijd voldoende bloemeteeltbedrijven zullen aanmelden om deel te nemen aan de standaard om producten te leveren die onder het FFP label worden verkocht. Zodra er voldoende aanbod gegenereerd kan worden zal de campagne naar de consument van start gaan.

Op dit moment zijn er al deelnemers die aan alle eisen voldoen. Vooral in Afrika is er al een behoorlijk aanbod, maar er dient een wereldwijd aanbod gecreëerd te worden. In totaal zullen er 350 kwekers met een gevarieerd aanbod van snijbloemen, uit zowel Europese landen als ontwikkelingslanden, gecertificeerd moeten worden. Hoewel er nog geen beslissing is genomen ten aanzien van de exacte datum waarop het label in de markt wordt gezet is de verwachting dat de eerste bloemen met FFP-labels begin september 2004 zullen verschijnen.

Fair Wear Foundation

Oprichting initiatief

In 1994 begonnen de Nederlandse Schone Kleren Kampagne (SKK, ook Clean Clothes Campaign) en relevante vakbonden onderhandelingen met de brancheorganisatie van grote kledingbedrijven over arbeidsomstandigheden in de kledingsector. Tegen 1996 was er nog weinig vooruitgang geboekt. De brancheorganisaties voor mode en kleding echter zagen het nut van een gezamenlijke gedragscode en waren geïnteresseerd in samenwerking met andere organisaties om de arbeidsomstandigheden bij leveranciers te verbeteren, Om die reden is in 1999 Fair Wear Foundation opgericht, een samenwerkingsverband van Nederlandse NGO's, vakbonden en de brancheorganisaties voor mode en kleding (Mitex en Modint)

Doelstelling van het initiatief

Fair Wear Foundation (FWF) streeft naar goede arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie wereldwijd, met name in de lagelonenlanden, waar kleding wordt geproduceerd voor de Nederlandse markt. Daartoe kunnen kledingbedrijven en -inkopers deelnemer worden van FWF. Volgens een door FWF ontwikkelde methode controleren de bedrijven de arbeidsomstandigheden bij hun producenten en voeren verbeteringen door daar waar dat nodig is. De FWF streeft niet naar certificering van bedrijven of productielocaties, maar verifieert of de bij FWF aangesloten bedrijven voldoende inspanning verrichten om te zorgen dat de in de FWF-code opgenomen normen bij de toeleveranciers worden verbeterd en nageleefd.

Betrokkenheid belanghebbenden

Maatschappelijke organisaties, Nederlandse ondernemersorganisaties in de modebranche en de vakbeweging zijn vertegenwoordigd in het Bestuur en het College van Deskundigen van FWF. De maatschappelijke organisaties die betrokken zijn bij FWF zijn FNV Mondiaal, FNV Bondgenoten, Stichting Max Havelaar, Novib, de Zuid-Noord Federatie, en de Schone Kleren Kampagne.

Fair Wear Foundation streeft ook naar actieve deelname van "stakeholders" in productielanden. In alle landen of regio's waar deelnemers hun goederen inkopen, wordt door Fair Wear Foundation een partnernetwerk opgezet. Deze netwerken bestaan uit organisaties die werken op het terrein van de verschillende arbeidsnormen, zoals vakbonden, werkgeversorganisaties, ontwikkelingsorganisaties (NGOs) en overheidsinstanties. Fair Wear Foundation is gestart met de opbouw van partnernetwerken in India, Indonesië, Pakistan, Polen, Roemenië, China, Turkije. In 2004 wordt dit uitgebreid naar Bangladesh, Macedonië en Tunesië.

Criteria

FWF heeft een gedragscode opgesteld, analoog aan de modelcode van de Clean Clothes Campaign (CCC-modelcode) en de ICFTU modelcode.

De Fair Wear Gedragscode kent de volgende principes:

Arbeidsnormen die voldoen aan de internationaal erkende conventies van de International Labour Organisation:

- + geen dwangarbeid
- + geen discriminatie
- + geen kinderarbeid
- + vrijheid van (vak)vereniging en het recht op collectieve onderhandelingen
- + een loon dat de basisbehoeften van het gezin dekt
- + geen buitensporig overwerk
- + een gezonde en veilige werkplek
- + een wettig arbeidscontract

Operationele principes

De FWF Gedragscode bevat naast bovengenoemde arbeidsnormen ook enkele operationele principes:

- + *Ketenverantwoordelijkheid:* Het Nederlandse bedrijf voert regelmatig controles uit op de arbeidsomstandigheden bij al zijn leveranciers van kleding en laat zonodig verbeterplannen uitvoeren volgens een voorgeschreven methode. Niet alleen de fabrieken die direct leveren aan het Nederlandse bedrijf, maar ook hun toeleveranciers worden aan inspecties onderworpen. Hiermee wordt de ketenverantwoordelijkheid binnen het initiatief benadrukt. FWF legt de verantwoordelijkheid voor verantwoorde arbeidsomstandigheden bij het bedrijf dat de kleding van het productiebedrijf afneemt.
- + *Procesbenadering:* Met een stapsgewijze aanpak wordt gewerkt aan verbetering aan arbeidsomstandigheden in de fabrieken. Het is meestal niet mogelijk om de arbeidsomstandigheden ineens op het niveau van ILO-arbeidsnormen te brengen, laat staan in de gehele uitbestedingsketen. Aangetroffen schendingen in fabrieken mogen geen reden zijn voor de deelnemende onderneming om bestaande handelsrelaties op te zeggen, er moet juist een proces van verbeteringen in gang gezet worden. Deelnemers en leveranciers moeten aantonen dat zij zich voldoende en doeltreffend inspannen om de arbeidsomstandigheden op het niveau van de FWF-code te brengen.
- + *Onafhankelijke verificatie:* Deze wordt uitgevoerd door FWF. FWF controleert of de arbeidsomstandigheden in overeenstemming zijn met de arbeidsnormen en of daadwerkelijk verbeteringen worden doorgevoerd. Dit gebeurt door onaangekondigd bezoek aan productiebedrijven, een klachtenprocedure voor werknemers en anderen, en door de boekhouding van het Nederlandse bedrijf te controleren. Verificatie vindt daarmee plaats op twee niveaus: verificatie van de arbeidsomstandigheden en verificatie van het managementsysteem. De verificatie van arbeidsomstandigheden is steekproefsgewijs, binnen een periode van drie jaar voert FWF externe controles uit bij 10% van de fabrieken van de leveranciers van iedere deelnemer.

- ✦ *Betrokkenheid lokale belanghebbenden:* FWF wil lokale belanghebbenden betrekken bij het initiatief, door middel van het opzetten van een partnernetwerk. Dit partnernetwerk moet ook een rol gaan spelen bij de verificatie. Inspectieteams in productielanden worden als regel getraind door en/of gerekruteerd uit organisaties binnen het partnernetwerk. FWF maakt zoveel mogelijk gebruik van lokale auditteams, die tevens worden getraind door FWF.

- ✦ *Ontwikkeling:* Een aantal Nederlandse kledingbedrijven en gemeenten hebben belangstelling getoond in deelname, of zijn deelnemer van FWF. In maart 2004 treden FWF en de deelnemende bedrijven publiekelijk naar buiten.

Textielprogramma Solidaridad en Kuyichi

Oprichting initiatief

De kleding van Kuyichi komt voort uit het fair trade programma van Solidaridad.¹⁰ In navolging van Max-Havelaar koffie in 1988 en de introductie van de 'Oké-', en de 'Eko-Oké' banaan in 1996, volgde in 1998 de ontwikkeling van duurzame en fair trade-textiel met de oprichting van het modebedrijf Kuyichi¹¹. In samenwerking met katoenboeren en textielbedrijven in Peru, India, Oeganda en Tunesië werkt Solidaridad aan de ontwikkeling van duurzame textielproductieketens. Een van de marktpartijen die zoveel mogelijk binnen dit netwerk van producenten inkoop is het jeansmerk Kuyichi. Kuyichi heeft een zogenaamde jeans-related collectie bestaande uit voornamelijk tops, jeans en jassen. Kuyichi kwam in 2001 op de markt¹².

Inmiddels is de samenwerking van Solidaridad met marktpartijen uitgebreid met een Nederlands baby- en kinderkledingmerk dat in 2004 als fair trade merk zal worden gelanceerd. Sinds het voorjaar van 2003 is ook een samenwerking ontstaan met het productiebedrijf Jurk dat de merken Cora Kemperman en X'-as op de markt brengt. Die samenwerking spitst zich toe op het producentenprogramma in India waar Jurk laat produceren en marktontwikkeling in Nederland. De strategie van Solidaridad is gericht op de ontwikkeling van steeds nieuwe samenwerkingsvormen met modemerken in het midden- en hoog modische segment van de kledingmarkt.

Doelstelling van het initiatief

Verbetering van de productieomstandigheden van kleding, zowel sociale omstandigheden als milieu. Solidaridad en Kuyichi streven naar de productie van kleding onder fatsoenlijke arbeidsvoorwaarden voor katoenplukkers en naaisters in de confectieateliers en met katoen uit biologische katoenteelt.

Kuyichi wil door middel van een eigentijdse marketingstrategie een zo groot mogelijk marktaandeel bereiken om op die manier een groter deel van producenten en verwerkers te kunnen bedienen van betere sociale omstandigheden.

Betrokkenheid belanghebbenden

Kuyichi heeft vier aandeelhouders met ieder een gelijk aandeel. Een kwart van de aandelen is in handen van de vereniging van Kuyichi producenten. De coöperatie van katoenboeren, Oro Blanco uit Peru, is als biologische katoenleverancier lid van deze vereniging. In de toekomst zijn ook naaiateliers welkom als lid zodra er een stabiele producentenrelatie is ontstaan met ateliers in Peru en India. Het startkapitaal van deze aandeelhouders is gebaseerd op een eenmalige gift van het Nederlandse ministerie van Buitenlandse Zaken. Triodos Deelnemingen heeft eveneens een kwart van de aandelen, net

¹⁰ www.kuyichi.com/

¹¹ www.solidaridad.nl/site/show.cfm?id=378

¹² www.solidaridad.nl/site/show.cfm?id=424

als Stichting Stimulans, die wordt gefinancierd door een groep Nederlandse religieuze organisaties¹³. Stimulans heeft de zeggenschap over de aandelen overgegeven aan Solidaridad. Tot slot is er een particuliere investeerder met een kwart van de aandelen in Kuyichi.

Criteria

Kuyichi is ontstaan vanuit een filosofie die op de website van Solidaridad¹⁴ wordt weergegeven in vijf criteria:

- ✦ *Menswaardigheid*: Eerlijke, menswaardige arbeidsverhoudingen. Leefbaar loon, gegarandeerde minimumleeftijden, democratische organisatiemodellen, een gelijke beloning voor vrouwen en mannen, goede medische voorziening, kinderopvang, verlofregelingen, carrièreplanning, vervoer- en lunchfaciliteiten, ergonomie, arbeidsveiligheid en hygiëne.
- ✦ *Milieuzorg*: Kuyichi hanteert een standaard voor het verwerken van biologische katoen. Naast de gewassen gaat het ook om een correct gebruik en verwerking van afvalstoffen van bleekmiddelen, verf- en fixeerstoffen.
- ✦ *Kwaliteit*. Door middel van scholing van werknemers.
- ✦ *Logistiek en communicatie*: Kuyichi streeft naar optimaal voorraadbeheer, hiervoor is een goede communicatie nodig tussen producent, inkoper, ontwerper en verkoper.
- ✦ *Bedrijfsmatige efficiency*: Alleen de bedrijfsmatig gezonde ateliers kunnen het hoofd boven water houden en daarmee duurzame werkgelegenheid creëren. De producenten ontvangen een goede prijs (zie de eerlijke prijs van Kuyichi¹⁵). Daardoor kunnen producenten herinvesteren in moderne apparatuur, in menskracht en in kennis.

Operationele principes

Niet alle bovenstaande principes zijn op korte termijn te realiseren. Daarom hanteert Solidaridad een procesbenadering met twee speerpunten: verbetering van de arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden in naaiateliers volgens de ILO standaard en het gebruik van gecertificeerde biologische katoen. De biologische katoenteelt is sinds de

¹³ Ideële jeans voor een rechtvaardiger wereld, Het Financieele Dagblad, 20 februari 2002, www.solidaridad.nl/site/show.cfm?id=395

¹⁴ www.solidaridad.nl/

¹⁵ De eerlijke prijs van Kuyichi in cijfers: De katoenboeren uit Cañete krijgen op de wereldmarkt US\$ 85 voor een baal katoen. Kuyichi betaalt US\$ 115 per baal; een verbetering van 35%. Voor het confectioneren van een jeans wordt gemiddeld US\$ 0,90 betaald. Kuyichi betaalt momenteel veel meer; zo'n 50 tot 200% boven die prijs. De uiteindelijke vaststelling van een meerprijs hangt af van berekeningen over de internalisatie van meerkosten in de verkoopprijs. De meerprijs wordt onder regie van de stakeholders aangewend voor verbetering van de productieomstandigheden.

oogst 2003 EKO gecertificeerd en wordt gecontroleerd door SKAL¹⁶. De sociale standaard SA-8000 wordt toegepast in de naaiateliers van het producentenprogramma van Solidaridad en gecertificeerd en gecontroleerd door BVQI. De doelstelling van Kuyichi en Solidaridad is om alle producenten te certificeren volgens beide standaarden¹⁷. Voor wat betreft Kuyichi is daar in 2003 goede voortgang in geboekt. Met uitzondering van een aantal producenten van Kuyichi in Turkije zijn de meeste belangrijke producenten gecertificeerd: in India wordt gewerkt met SA-8000 gecertificeerde ateliers, in Tunesië is het SA-8000 certificeringsproces opgestart, in Oeganda en Peru wordt gecertificeerde biologische katoen betrokken van boerencoöperaties. Behalve normering van producenten(omstandigheden) is er ook sprake van een tegenprestatie door Kuyichi en andere marktpartijen: een meerprijs voor de productie die is gebaseerd op internalisering van de meerkosten. Kuyichi betaald in Peru een prijs die ruim boven de wereldmarktprijs ligt. Die meerprijs wordt door de boerencoöperatie Oro Blanco geherinvesteerd in de productie en verbetering van productieomstandigheden. Voor de nieuwe Peruaanse en Indiase naaiateliers in het programma wordt hard gewerkt aan een betrouwbare samenwerking met een lokale partner die de meerprijs zal herinvesteren in verbetering van de productieomstandigheden. Deze situatie is ontstaan na het wegvallen van de producentenpartners in Brazilië en Mexico.

Ontwikkeling

Sinds de introductie van Kuyichi is het aantal verkooppunten flink gestegen: momenteel voeren meer dan honderd winkels in Nederland Kuyichi kleding en sinds de tweede helft van 2003 ook zo'n veertig in Italië.

Op dit moment werkt Solidaridad samen met een baby- en kinderkleding bedrijf aan de marktintroductie van fair trade babykleding in 2004. Het betreft een bestaande baby- en kinderkledinglijn die nu inkoop binnen het producentenprogramma van Solidaridad.

In 2004 start Solidaridad samen met ICCO en de samenwerkende marktpartijen een publiekscampagne gericht op het creëren van draagvlak voor mode gemaakt onder fair trade omstandigheden en van biologische katoen. Deze campagne is zowel op consumenten als de modebranche gericht.

In 2002 heeft Oikocredit een lening van een half miljoen euro verstrekt aan Kuyichi.¹⁸

¹⁶ www.skal.nl

¹⁷ Roozen, N. en J. Douglas (2003) De producenten voor Kuyichi, Mimeo, Utrecht: Solidaridad

¹⁸ Coöperatie Oikocredit treedt uit zijn schaduw, Het Financieele Dagblad, 6 oktober 2003

SA 8000

Oprichting initiatief

SA8000 (Social Accountability 8000) is in 1997 geïntroduceerd door het Amerikaanse CEPAA (Council on Economic Priorities Accreditation Agency), inmiddels SAI (Social Accountability International) genaamd.

Doelstelling van het initiatief

SA8000 is een multi-sectorale standaard voor arbeidsnormen. De standaard is primair bedoeld voor producenten en toeleveranciers, die SA8000 gecertificeerd kunnen worden op fabrieksniveau.

Betrokkenheid belanghebbenden

In het bestuur van SAI zitten de volgende leden: 2 NGO's, 1 jurist, en 3 bedrijven. Daarnaast heeft SAI een adviesraad bestaande uit vertegenwoordigers van het bedrijfsleven, NGO's en vakbonden, overheden en een vertegenwoordiger van de Verenigde Naties. De voormalig purchase controller van WE International, Frits Nagel, is een van de leden van de adviesraad. In Nederland zijn WE International en Kuyichi SA8000 gecertificeerde bedrijven.

Criteria

De SA 8000 standaard is gebaseerd op de UVRM en de (fundamentele) arbeidsnormen van de ILO:

- + Geen kinderarbeid
- + Geen dwangarbeid
- + Veiligheid en gezondheid
- + Vakbondsvrijheid en recht op collectieve onderhandelingen
- + Geen discriminatie
- + Disciplinaire maatregelen
- + Werktijden
- + Leefbaar loon
- + Management systeem

Operationele principes

Het SA8000 systeem is ingericht naar het ISO 9000 systeem dat bedrijven gebruiken voor kwaliteitscontrole. SAI traint en accrediteert audit-bureaus, die vervolgens ingehuurd kunnen worden door producenten en toeleveranciers voor SA8000 certificering. Dit zijn voornamelijk commerciële audits bureaus. De verantwoordelijkheid voor de naleving van de standaard ligt bij de producenten en toeleveranciers. Zij betalen ook de kosten van de audits en van de benodigde verbeteringen.

SA000 heeft een Guidance Document ontwikkeld, waarin nader gespecificeerd wordt hoe de standaard gecontroleerd moet worden. Hierin wordt onder andere vermeld dat auditors lokale NGO's en vakbonden dienen te consulteren wanneer een fabriek wordt

gecontroleerd op naleving van de normen. Ook wordt hierin vermeld hoe bijvoorbeeld naleving van de norm 'leefbaar loon' kan worden vastgesteld.

De SA8000 standaard is bedoeld voor producenten en toeleveranciers, maar ook retailers kunnen zich er aan committeren, ofwel door middel van certificering (van het inkoopkantoor of hoofdkantoor), ofwel door deelname aan het 'Corporate Involvement Program' (CIP). Het CIP programma stelt bedrijven in staat om de SA8000 standaard te beproeven, te implementeren en publiekelijk te rapporteren over de voortgang. Het programma kent twee stadia:

1. SA8000 Explorer: Bedrijven beproeven SA8000 als instrument voor het uitbestedingsbeleid via pilot audits.
2. SA 8000 Signatory: Er wordt een tijdspad uitgestippeld voor implementatie van de standaard in een gedeelte of de gehele uitbestedingsketen middels certificatie. De voortgang van de implementatie wordt gecommuniceerd door SAI-geverifieerde publieke rapportage.

Ontwikkeling

Op 30 september 2003 waren in totaal 285 fabrieken gecertificeerd in 36 verschillende landen en 36 verschillende industrieën.¹⁹

Het Guidance Document wordt periodiek herzien. Momenteel vindt een herziening plaats waarvan de afronding is voorzien in 2003.

Sinds 1998 heeft SAI proefprojecten opgezet om de relevantie en toepasbaarheid van SA8000 in de landbouwsector te toetsen. SAI participeert in het SASA project (Social Accountability in Sustainable Agriculture), een samenwerkingsverband tussen SAI, FLO, the Sustainable Agriculture Network (SAN) en The International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).

¹⁹ SAI website, certified facilities. www.cepaa.org

Deel II: Onderlinge relaties tussen de initiatieven per sector

Het volgende overzicht van enkele hoofdpunten uit de onderlinge relaties tussen de initiatieven zijn geïdentificeerd op basis van hun belangrijkste doelstellingen, zoals die door de betrokken organisaties zelf zijn geformuleerd.

Koffie

FLO ('Max Havelaar'), Utz Kapeh, Common Codes for the Coffee Community (CCCC)

Bij ieder van deze drie initiatieven zijn zowel NGO's als bedrijven betrokken, en elk initiatief omvat een gedragscode voor sociale en milieuverantwoordelijkheden in de productketen. De belangrijkste verschillen zijn dat FLO zichzelf als enige een fair trade initiatief noemt, en primair gericht is op het creëren van *economische steun* aan uitsluitend *kleine koffieboeren*.²⁰ Utz Kapeh is de enige die een *verbeterde productkwaliteit* als een van de hoofddoelstellingen heeft, naast *betere sociale en milieustandaarden* in het productieproces.²¹ Utz Kapeh is ook het enige van deze drie initiatieven waarbij geen vakbonden zijn betrokken. CCCC tenslotte is de enige die *verbeterde sociale en milieustandaarden* als exclusief hoofddoel heeft, en die zijn oorsprong eerder in *Duitsland* dan in Nederland heeft.²²

Omdat CCCC zich nog in een voorbereidende fase bevindt, is het op dit moment nog niet mogelijk uitspraken te doen over raakvlakken tussen CCCC en de andere twee initiatieven. In de relatie tussen FLO en Utz Kapeh is het belangrijkste raakvlak het feit dat beiden, ondanks hun verschillende doelstellingen, werken met consumentenlabels die naar de gebruiker een soortgelijke uitstraling hebben door de wijze waarop ze hun 'claims' op sociaal terrein communiceren. Met name in de markt voor het grootverbruik zou volgens diverse betrokkenen het onderscheid tussen de beide keurmerken niet duidelijk zijn, waardoor de duurdere FLO-koffie minder goed zou kunnen concurreren met Utz Kapeh-koffie.

Kleding

Kuyichi, Fair Wear Foundation (FWF), SA8000

Deze drie initiatieven hebben op sociaal vlak hetzelfde hoofddoel, namelijk verbeterde arbeidsomstandigheden in tenminste een deel van het productieproces van kleding, en gebruiken daarvoor een gedragscode met hetzelfde normatieve kader voor sociale standaarden. De belangrijkste verschillen zijn dat Kuyichi zichzelf als enige een *fair trade*

²⁰ Fairtrade Labelling Organisations International, 'Fairtrade Standards for Coffee' (Bonn, FLO, januari 2003) 2.

²¹ H. Perk, 'Utz Kapeh: De doorbraak naar de gangbare markt' in: Solidaridad, Jaarverslag 2002 (Utrecht 2003) 34-36.

²² Common Codes for the Coffee Community, 'Project Paper of the Common Codes for the Coffee Community' (Eschborn, CCCC, 10 juni 2003) 2.

initiatief noemt en zich op de *hele keten*, van katoenproductie tot aan de consument richt. Bovendien presenteert Kuyichi zich als enige als een *kledingbedrijf en modemerkt*.²³ FWF is de enige die zich specifiek op *Nederlandse* kledingbedrijven richt en nauw samenwerkt met NGO's die acties voeren tegen de Nederlandse kledingindustrie.²⁴ SA8000 tenslotte is de enige van deze drie initiatieven die openstaat voor deelname van *reguliere bedrijven in de hele wereld*, en die niet wordt geassocieerd met fair trade of MVO activisme.

In de relatie tussen Kuyichi en FWF speelt een belangrijke rol dat Kuyichi, als Nederlands modebedrijf, geen lid is van FWF. Het belangrijkste aspect van de relatie tussen Kuyichi en SA8000 is dat Kuyichi werkt met leveranciers die SA8000 gecertificeerd zijn. Een belangrijke factor in de relatie tussen FWF en SA8000 is dat beide zich richten op een specifiek deel van de keten: de verhouding tussen modefabrikant en modehandelaar. Zowel FWF als SAI streven naar aansluiting van (gedeeltelijk dezelfde) modefabrikanten bij hun gedragscode en controlesysteem.

Bloemen

Nederlands Bloemenberaad (NBB) en Fair Flowers and Plants (FFP)

Beide initiatieven zijn gebaseerd op dezelfde gedragscode voor arbeidsomstandigheden en milieubescherming in de snijbloemenproductie: de International Code of Conduct (ICC). Het NBB initiatief is al door de gelijknamige organisatie (NBB) ingevoerd in Nederland in een gezamenlijk programma met het Milieu Programma Sierteelt (MPS-SQ) en in Duitsland als het Flower Label Programme (FLP), en bij het FFP is de NBB-organisatie ook weer nauw betrokken. Het belangrijkste verschil tussen beide initiatieven is dat het NBB-initiatief gebruikt maakt van een bedrijvencertificaat (relevant voor de relatie tussen producenten en handelaren), en dat FFP gericht is op de invoering van een consumentenlabel (relevant voor de relatie tussen de hele keten en de consument). Bovendien is de stakeholderparticipatie in het FFP veel uitgebreider.

Het belangrijkste aspect in de relatie tussen beide initiatieven is dat FFP het vervolg is op het NBB-initiatief. Wanneer FFP succesvol is, vervangt het de MPS-SQ en FLP systemen die uit het NBB-initiatief zijn voortgekomen.

²³ B. Verkerke, 'Modieus met bio-katoen', in: Solidaridad, Jaarverslag 2002 (Utrecht 2003) 26-31.

²⁴ www.schonekleren.nl (10 okt. 2003)

Deel III: Discussiepunten (middagprogramma symposium)

De hieronder genoemde discussiepunten zijn relevant voor verschillende stakeholders bij de bloemen-, kleding- en koffie-initiatieven, daarbij gaat het zowel om het perspectief van NGO's als dat van de bedrijven die aan de keten deelnemen. Bij de meeste discussiepunten worden zowel argumenten voor als tegen wat de tekst van het discussiepunt voorstelt vermeld. De selectie en formulering van argumenten is uitsluitend bedoeld ter toelichting van de discussiepunten, en als aanzet voor discussie tijdens het middagprogramma van het symposium.

Discussie 1: Code en doelstelling

Leefbaar loon

Moeten gedragscodes van MVO-initiatieven vastleggen dat ketendeelnemers alleen producten kopen die van producenten komen die hun werknemers het wettelijk minimumloon betalen, of moeten ze verder gaan en een 'leefbaar' loon betalen?

- Mogelijk argument voor wettelijk minimumloon: een wettelijk minimum is een beproefd concept en een neutraal uitgangspunt. Leefbaar loon is een te subjectief concept: wie bepaalt wat leefbaar is?
- Mogelijk argument voor leefbaar loon: in veel ontwikkelingslanden is er geen wettelijk minimumloon, of wordt het minimumloon genegeerd door werkgevers. Zelfs als er wel een functionerende wetgeving is voor minimumlonen zijn die mogelijk nog te laag voor arbeiders en hun gezinnen om te voorzien in hun dagelijkse behoeften. Een leefbaar loon moet het minimum zijn, omdat alles daaronder niet kan worden aangemerkt als duurzaam.

Recht op organisatie

Moeten gedragscodes vastleggen dat ketendeelnemers in actie komen - eventueel met expliciet opgenomen verbeterplannen - zodra bij hun bestaande producenten wordt geconstateerd dat die hun werknemers het recht op organisatie onthouden?

- Mogelijk argument voor vastleggen: wanneer gedragscodes bepalen dat ketendeelnemers geen producten kopen waarbij tijdens de productie het recht op organisatie beperkt of niet aanwezig is, is het onverantwoordelijk niet ook vast te leggen dat partijen uit de keten de producenten ondersteunen bij de oplossing van dit probleem.
- Mogelijk argument tegen vastleggen: vakbondsrechten zijn een politiek gevoelige zaak. Het is beter het bepalen wat de beste strategie voor de oplossing ervan is over te laten aan lokale organisaties, dan aan buitenlandse bedrijven die slechts beperkte kennis hebben van lokale politieke en sociale omstandigheden.

Kinderarbeid

Moeten gedragscodes vastleggen dat ketendeelnemers in actie komen - eventueel met expliciet opgenomen verbeterplannen - zodra er kinderarbeid bij hun bestaande producenten wordt geconstateerd, bijvoorbeeld door het acuut elimineren van de

ergste vormen van kinderarbeid (zoals gedefinieerd in ILO conventie 182) of door het voorkomen dat kinderen zonder verdere steun worden ontslagen?

- Mogelijk argument voor vastleggen: wanneer gedragscodes bepalen dat ketendeelnemers geen producten kopen waarbij kinderarbeid betrokken is, is het onverantwoordelijk niet ook vast te leggen dat partijen uit de keten de producenten ondersteunen bij de oplossing van het kinderarbeid probleem.
- Mogelijk argument tegen vastleggen: kinderarbeid is een complexe zaak, waarbij onduidelijkheden bestaan over de definitie van kinderarbeid en in sommige landen ook over de vraag in hoeverre kinderen onder bepaalde omstandigheden een recht op werk hebben. Het is beter de oplossing ervan over te laten aan lokale organisaties, dan aan buitenlandse bedrijven die niet in staat zijn te bepalen wat precies het beste voor de kinderen zelf is.

Verskil fair trade en MVO

Is het nodig dat fair trade-initiatieven die primair gericht zijn op economische steun aan kleine producenten (zoals Max Havelaar) gedragscodes hanteren waarin milieu- en sociale standaarden zijn opgenomen?

- Mogelijk argument voor milieu- en sociale standaarden: bedrijven die aan fair trade deelnemen moeten evenzeer als alle andere ketendeelnemers zorgen dat hun producten op een duurzame manier tot stand zijn gekomen.
- Mogelijk argument tegen milieu- en sociale standaarden: het is niet efficiënt om naast het economische doel ook nog sociale en milieudoelen te hebben, en in het geval van kleine producenten is de noodzaak voor deze secundaire doelen beperkt.

Verskil minimumnormen en doelnormen

Is het uitgangspunt voor gedragscodes het vastleggen van een set minimumnormen die onder geen voorwaarde overtreden mogen worden, of juist het aangeven van doelnormen waaraan ketendeelnemers nog niet hoeven te voldoen maar waarnaar zij wel worden geacht te streven?

- Mogelijk argument voor minimumnormen: het is nodig om consumenten en afnemers binnen de keten een garantie te kunnen geven dat de betrokken producten duurzaam tot stand zijn gekomen.
- Mogelijk argument voor doelnormen: de nadruk moet liggen op het helpen van producenten die nog niet duurzaam produceren om om te schakelen naar duurzame productie.

Verskil tussen een productlabel en een bedrijfslabel

Deelname aan een MVO-initiatief kan resulteren in een sociale kwaliteitsgarantie voor het product (door middel van een keurmerk: bijvoorbeeld Max Havelaar, Utz Kapeh, Kuyichi, FFP) of voor het deelnemende bedrijf (via een certificaat of een bewijs van lidmaatschap: bijvoorbeeld FWF, SA 8000)? Wat zijn de voor- en nadelen van beide systemen?

- Mogelijk voordeel van een productlabel: is nodig om de consumenten te betrekken bij het initiatief.

- Mogelijk voordeel van een bedrijfslabel: maakt het mogelijk dat deel van de keten aan te pakken waar de problemen het grootst zijn, ook als er aan de consument nog geen garantie kan worden geboden dat het eindproduct volledig volgens bepaalde duurzaamheidsnormen tot stand is gekomen.

Verantwoordelijkheid binnen de productketen

Gaat een gedragscode uit van een gelijke verantwoordelijkheid voor alle ketendeelnemers, of zijn bepaalde deelnemers (bijvoorbeeld de bedrijven die dominant zijn als inkoper of juist als verkoper) meer verantwoordelijk dan andere voor de invoering van de standaard?

- Mogelijk argument voor een uniforme verantwoordelijkheid: er bestaan geen objectieve richtlijnen om te bepalen wie meer verantwoordelijkheid moet nemen en wie minder, daarom is het nodig uit te gaan van een gelijke verantwoordelijkheidspositie voor alle ketendeelnemers.
- Mogelijk argument voor een code die hoofdverantwoordelijken aanwijst: sommige ketendeelnemers hebben een sterkere marktpositie en dus meer invloed dan andere. Meer invloed betekent meer verantwoordelijkheid.

Discussie 2: Prijs en kosten

Prijs

1. Moeten gedragscodes van MVO-initiatieven vastleggen dat ketendeelnemers alleen producten kopen die van producenten komen die hun werknemers een bepaald minimum loon betalen (bij grote producenten) of die van producenten komen die van hun directe afnemers voldoende betaald krijgen om ervan te kunnen leven (bij kleine producenten), en dat ketendeelnemers die direct inkopen bij kleine producenten zelf voldoende betalen?

- Mogelijk argument voor vastleggen: de markt functioneert vaak niet voldoende om de 'werkelijke kosten' voor duurzame productie in de prijs op te nemen. Dit kan gebeuren doordat invloedrijke tussenhandelaren of hoge invoertarieven in de consumptielanden de producenten dwingen hun prijzen zo laag te stellen dat ze moeten bezuinigen op goede lonen of op duurzame productietechnieken.
- Mogelijk argument tegen vastleggen: het salarisniveau bij grote producenten is afhankelijk van de lokale arbeidsmarkt. Eventueel ingrijpen is een zaak voor lokale vakbonden en overheden. Bij kleine producenten is het niet marktconform om meer te betalen voor hun producten dan de actuele marktprijs. Een hogere prijs is een vorm van subsidie en leidt tot inefficiëntie en overproductie.

2. Moeten behalve de directe kosten ook afschrijvingskosten voor duurzaam produceren worden opgenomen in de prijs?

- Mogelijk argument voor opname afschrijvingskosten: dit zijn reële kosten en dus horen ze bij de prijs.

- Mogelijk argument tegen opname afschrijvingskosten: opname van toekomstige kosten beperkt de transparantie voor afnemers binnen de keten en voor de consumenten. Een transparante prijsberekening is essentieel voor het winnen van steun voor het initiatief.

3. Specifiek voor de koffiesector: moet er voor de hele sector dezelfde minimumprijs worden gehandhaafd (door te werken met gemiddelde kostenniveaus), of moet er gedifferentieerd worden naar de werkelijke kosten (verschillen per regio, kwaliteit van het product, en aard van het productiebedrijf)?

- Mogelijk argument voor een uniforme prijs: dit vergroot de transparantie voor de keten en de consument. Voor prijsdifferentiatie is bovendien een grote hoeveelheid onafhankelijke informatie nodig, en die is te beperkt beschikbaar.
- Mogelijk argument voor een gedifferentieerde prijs: het verstoort de marktwerking om efficiënte en inefficiënte producenten of voor kwalitatief verschillende producten dezelfde prijs te betalen.

4. Is het nodig eerst na te gaan in hoeverre het wettelijk is toegestaan dat ketendeelnemers met elkaar afspraken maken die leiden tot hogere prijzen voor de consumenten, of moeten ketendeelnemers eerst gevraagd worden deel te nemen aan de initiatieven om daarna te gaan kijken wat de juridische context is?

- Mogelijk argument voor het eerst betrekken van alle stakeholders: voorlopig gaat het om het versterken van het MVO-principe. Als voldoende bedrijven eenmaal meedoen is het pas nodig naar de technische details te kijken.
- Mogelijk argument voor het uitgaan van wettelijke grenzen: het is tegen het duurzaamheidsprincipe om bedrijven te vragen acties te ondernemen die mogelijk illegaal zijn. Bovendien krijgen bedrijven daarmee een juridisch wapen in handen om zich te verzetten tegen deelname aan het initiatief.

Kosten

1. Welke ketendeelnemers betalen voor de kosten, inclusief minimumprijs en de kosten voor de coördinatie, certificering en audits, die uit het initiatief voortkomen?

- Mogelijk argument voor betaling door de direct betrokkenen: dit zijn in de eerste plaats de producenten en die profiteren zelf van het investeren in een duurzamere productiewijze. Dit is ook het meest marktconforme principe.
- Mogelijk argument voor betaling door afnemers in de consumptielanden (tussenhandelaren of consumenten): zij hebben het geld, en profiteren eveneens in investeringen in duurzame productie.

2. Moeten ketendeelnemers verplicht worden bij te dragen aan de organisatorische kosten die voortkomen uit het initiatief (bijvoorbeeld met betrekking tot een secretariaat, reclame voor het keurmerk, technische assistentie voor de producenten)?

- Mogelijk argument voor verplichte bijdrage: deelname aan een MVO-initiatief is niet vrijblijvend, en de kosten vormen een essentieel onderdeel.

- Mogelijk argument tegen verplichte bijdrage: het ontmoedigt bedrijven die wel bereid zijn de gedragscode over te nemen maar die weinig financiële speelruimte hebben.

Discussie 3: Onafhankelijkheid initiatieven

Stakeholderbetrokkenheid

1. In welke mate moeten stakeholders buiten de directe keten betrokken zijn (met het oog op legitimiteit en het waarborgen van zowel de doelstelling als de uitvoerbaarheid van de gedragscode)?

- Mogelijk argument voor een beperkte stakeholderbetrokkenheid: buiten de ketendeelnemers moet het aantal betrokken partijen zo klein mogelijk zijn ten einde de kosten te beperken, de transparantie zo groot mogelijk te maken en de uitvoering zo efficiënt mogelijk.
- Mogelijk argument voor een uitgebreide stakeholderbetrokkenheid: naast de bedrijven uit de keten moet ook een brede coalitie van NGO's en vakbonden op alle niveaus betrokken zijn. Dat geldt zowel voor het nationale als het internationale niveau, in de consumptie- en in de productielanden, en zowel voor het bewaken van de gedragscode als de controle en uitvoering van audits, certificering en markttoepassing van een productlabel.

2. Moet daarbij onderscheid worden gemaakt bij de verschillende fasen (normstelling, uitvoering, monitoring / controle, verificatie) of is voor alle fasen hetzelfde stakeholdermodel bruikbaar?

- Mogelijk argument voor het maken van onderscheid: er moet rekening worden gehouden met de competentie van deelnemende stakeholders. Zo zijn NGO's en vakbonden relatief meer competent op het terrein van normstelling, maar mogelijk minder op het terrein van bedrijfsaudits.
- Mogelijke argumenten voor een uniform stakeholdermodel: het principe van een goed evenwicht tussen stakeholders is op alle niveaus even belangrijk.

3. Welke stakeholders van buiten de keten kunnen een legitieme rol spelen (wat bepaalt de legitimiteit van NGO's, vakbonden, overheden en bedrijven die mogelijk botsende belangen hebben in andere productketens)?

4. Wat is de juiste balans tussen de productielanden en de consumptielanden binnen de organisatie van het initiatief?

- Mogelijk argument voor een gelijke mate van invloed binnen het initiatief: productielanden en consumptielanden zijn even belangrijk.
- Mogelijk argument tegen een gelijke verhouding: het hangt af van waar de meeste ketendeelnemers zich bevinden (verschilt per keten), of waar traditioneel te weinig mogelijkheden zijn om invloed uit te oefenen (productielanden moeten de meeste invloed hebben), of waar de invloedrijkste ketendeelnemers zitten (in de consumptielanden, het is onnatuurlijk als dit niet in de verhoudingen binnen het initiatief tot uiting komt).

5. Hoe kan een 'sense of ownership' ontwikkeld worden bij NGO's en vakbonden in het geval dat het oorspronkelijke initiatief uit het bedrijfsleven komt (of vice versa), of bij partijen in de productielanden wanneer het initiatief uit de consumptielanden komt (of vice versa)?

Rol van auditors

1. Is het wenselijk commerciële auditors of juist NGO's in te schakelen voor audits bij producenten naar aanleiding van sociale gedragscodes?

- Mogelijk argument voor gebruik NGO's voor audits: commerciële auditors hebben weinig kennis van arbeidsomstandigheden of affiniteit met de werknemers bij de producenten, en zijn minder betrouwbaar omdat ze vaak afhankelijk zijn van grote bedrijven in de keten.
- Mogelijk argument voor commerciële auditors: hun aanpak is professioneel en uniform, en ze worden gemakkelijk geaccepteerd door de betrokken bedrijven. Deze hebben soms ook vraagtekens bij de betrouwbaarheid van NGO's waar het gaat om de geheimhouding van bedrijfsgegevens.

2. Is er een alternatief, buiten het gebruiken van commerciële auditors of NGO's voor audits?

Subsidie-afhankelijkheid

Kan het gebruik van subsidies (wanneer de keten de invoering van de standaard niet helemaal of niet vanaf het begin autonoom kan financieren) mogelijk worden gemaakt zonder dat de subsidiërende partij de balans tussen de stakeholdergroepen verstoort?

Deel IV: Aandachtspunten bij het ontwikkelingsproces van de besproken MVO-initiatieven

Dit deel beschrijft een aantal punten die tijdens het vooronderzoek voor dit document en tijdens de discussies op het symposium een belangrijke rol bleken te spelen in het ontwikkelingsproces van MVO-initiatieven voor ketenverantwoordelijkheid.

Code en doelstelling

Leefbaar loon

Terwijl het symposium duidelijk maakte dat er een grote mate van consensus is tussen NGO's dat niet het wettelijke minimumloon maar het 'leefbaar loon' het uitgangspunt moet zijn van gedragscodes voor ketenverantwoordelijkheid ten opzicht van producentenorganisaties in ontwikkelingslanden, werd tegelijk duidelijk dat voor de praktische invoering van een leefbaar loon in gedragscodes ten minste twee belangrijke problemen opgelost zullen moeten worden. Ten eerste wijst het feit dat veel producenten in ontwikkelingslanden hun werknemers minder dan het wettelijk minimumloon betalen erop dat invoering van een loonpeil dat boven het minimumloon ligt - hetgeen doorgaans geldt voor het leefbaar loon - mogelijk zeer moeilijk te verwezenlijken is. Ten tweede is er onduidelijkheid over de definitie van 'leefbaar'. De term impliceert een directe relatie met de onkosten van primaire levensbehoeften en kan daarom alleen van toepassing zijn wanneer wordt gedifferentieerd naar regio en wellicht binnen regio's ook naar bevolkingsgroep. Bovendien is leefbaar loon geen statische standaard, maar verandert het onder invloed van een aantal economische en waarschijnlijk ook sociale en politieke variabelen. Er zou daarom een consensus bereikt moeten worden tussen alle bij een keteninitiatief betrokken partijen over op welke wijze gedifferentieerd zou moeten worden en over welke variabelen van invloed zijn op de hoogte van het leefbaar loon.

Relatie tussen 'eerlijke handel' (fair trade) en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' (MVO)

De opkomst van MVO sinds midden jaren negentig heeft de vraag geactualiseerd wat precies fair trade is. Een aantal belangrijke deelvragen dat daaruit voortkomt speelt een rol in het debat over MVO-initiatieven voor ketenverantwoordelijkheid:

1. Wat is de definitie van fair trade? Is bijvoorbeeld de essentie van fair trade dat ontwikkelingshulp wordt aangevuld door het creëren van betere marktvoorwaarden voor kleine producenten in ontwikkelingslanden, of heeft het concept andere of nog verdere essentiële kenmerken?
2. Wat is de inhoudelijke relatie tussen fair trade initiatieven en initiatieven voor maatschappelijk verantwoord ondernemen? Is er bijvoorbeeld, wat betreft het perspectief van NGO's en vakbonden, een ideologische context waarbinnen ze gelijktijdig bestaan? En in hoeverre maken ze gebruik van en handhaven ze dezelfde standaarden voor hun gedragscodes? Bestaat fair trade wel als afzonderlijk concept, of

maakt het deel uit van het brede (en nog niet afgebakende) gebied dat door MVO wordt bestreken?

3. Wat is de strategische relatie tussen fair trade en MVO? Is bijvoorbeeld fair trade een voorwaarde om MVO op gang te brengen en te houden? Hoort fair trade eerder te worden ingevoerd dan MVO of kan het ook andersom, of gelijktijdig? Kunnen ze elkaar versterken of gaat groei van het ene concept per definitie ten koste van het andere? Wat betekent dit voor de externe communicatie (claims) van de onderscheiden concepten en voor de wijze waarop ze zich tot elkaar verhouden?

Verantwoordelijkheden binnen de productketen

Wanneer er vanuit wordt gegaan, zoals NGO's doen, dat sociale ketenverantwoordelijkheden gedragen dienen te worden door alle bedrijven die in een productketen participeren dan komt de vraag op hoe de verantwoordelijkheden verdeeld moeten worden. Welke bedrijven zijn in welke mate verantwoordelijk voor welke onderwerpen, en wie bepaalt dit? Niet alleen dienen deze vragen beantwoord te worden als NGO's gezamenlijke strategieën willen ontwikkelen in hun communicatie met het bedrijfsleven, maar ook moet voor een eenduidige en krachtige communicatie duidelijk worden welk principe aan de basis ligt van die beantwoording. Is dat bijvoorbeeld het principe dat ieder bedrijf verantwoordelijkheid neemt voor aspecten die direct aan zijn kernactiviteiten zijn verbonden, of het principe dat alle ketendeelnemers in gelijke mate verantwoordelijk zijn voor alles wat binnen de keten gebeurt, of wellicht het principe dat de meest invloedrijke of kapitaalkrachtige bedrijven de hoofdverantwoordelijkheid dragen?

Prijs en kosten

Prijs

Wanneer een gedragscode bepalingen bevat over minimumprijzen die afnemers aan de producenten betalen ontstaat de vraag hoe deze minimumprijzen opgebouwd worden. Los van de al genoemde aandachtspunten betreffende de berekening van het leefbaar loon en de spreiding van verantwoordelijkheden over de ketendeelnemers is een actueel aandachtspunt de vraag welk basisprincipe ten grondslag ligt aan de vaststelling van minimumprijzen binnen de keten: de kosten voor de producent of de kwaliteit van het product. Bij de eerste optie is het uitgangspunt bijvoorbeeld het leefbare loon voor de werknemers van de producent, maar ook overige kosten die producenten maken en die per bedrijf en per plaats verschillend zijn. De tweede optie houdt rekening met het feitelijke niveau van de arbeidsomstandigheden zoals die zich verhouden ten opzichte van de ILO-standaarden, maar ook met andere kwaliteitsaspecten zoals kenmerken die relevant zijn voor de vraag bij de consument.

De prijsdiscussie is met name actueel in de koffiesector, waar dit verschil in uitgangspunten als een belangrijk onderscheid tussen 'fair trade' en 'MVO' wordt gezien. Voor FLO is de minimumprijs voor koffieboeren een basisprincipe, terwijl bij Utz Kapeh juist de arbeidsomstandigheden centraal staan. Het expliciet bepalen van een standpunt

ten opzicht van beide genoemde prijsuitgangspunten lijkt een belangrijke voorwaarde voor een goede communicatie tussen alle partijen die actief op het terrein van ketenverantwoordelijkheid in een productsector waar 'fair trade' en 'MVO' initiatieven naast elkaar bestaan.

Om praktische redenen bestaat verder bij alle initiatieven de neiging om met gemiddelde kosten- of kwaliteitsniveaus te werken in plaats van vergaand te differentiëren naar producent. Ook hierover moeten de betrokkenen bij een bepaald initiatief overeenstemming bereiken.

Kosten

Naast de kosten die door de producent gemaakt met betrekking tot arbeidsomstandigheden en leefbaar loon, zijn er ook kosten verbonden aan de invoering van het MVO-initiatief als systeem: aan het samenbrengen van stakeholders voor het vaststellen van een gedragscode en aan het handhaven van een controlemechanisme zijn kosten verbonden. Over de onderdelen die tot deze kosten gerekend mogen worden en de vraag wie ze betaalt moet door de participanten in het initiatief overeenstemming worden gevonden.

'Onafhankelijkheid van de initiatieven'

Stakeholderparticipatie

Initiatieven op het terrein van ketenverantwoordelijkheid zijn per definitie 'multi-stakeholder'. Leveranciers, afnemers en concurrenten zijn volgens de gangbare opvatting van het begrip 'stakeholder' immers stakeholder van elkaar, en de term 'ketenverantwoordelijkheid' is alleen betekenisvol als er meer dan één ketendeelnemer betrokken is. Daarnaast zijn er ook stakeholders die niet direct in de productketen zijn betrokken: de mensen die financieel of via het milieu geraakt worden door de productketen, de consumenten van het eindproduct, de overheden van de regio's en landen waar de keten doorheen gaat, internationale overheidsorganisaties, bedrijfsorganisaties, vakbonden en NGO's.

Er zijn dus altijd meerdere stakeholders betrokken bij een initiatief voor een verbeterde verantwoordelijkheid voor sociale omstandigheden in een productketen.²⁵ Deze betrokkenheid maakt dat zo'n initiatief - waar het gaat om een internationale productketen, die niet door een enkele overheid kan worden gereguleerd - nooit onafhankelijk kan zijn van op zijn minst de betrokken bedrijven. NGO's en vakbonden spelen een cruciale rol bij de totstandkoming van MVO-initiatieven doordat zij in de hoedanigheid van actiegroepen druk uitoefenen op bedrijven. Wanneer bedrijven eenmaal een bereidheid tonen tot het nemen van meer ketenverantwoordelijkheid, kunnen

²⁵ De toepassing van het begrip 'multi-stakeholder' om aan te duiden dat het gaat om participatie van zowel NGO's als bedrijven doet geen recht aan de grote verschillen die bestaan tussen bedrijven onderling en aan het bestaan van relaties tussen bedrijven en andere stakeholders waarbij geen NGO's betrokken zijn.

vakbonden en NGO's ervoor kiezen om met de bedrijven gezamenlijke MVO-initiatieven op te zetten. Maar het feit dat naast bedrijven ook civil society groepen betrokken zijn binnen een initiatief maakt het initiatief nog niet onafhankelijk. Het zorgt er wel voor dat minder invloedrijke stakeholders uit de keten beter vertegenwoordigd zijn. In de praktijk is in veel gevallen de betrokkenheid van de civil society in initiatieven voor ketenverantwoordelijkheid ook groot omdat juist civil society groepen het initiatief hebben genomen. Bovendien werpen zij zich binnen een initiatief vaak op als bewaker van de normen voor de gedragscode.

Deze ontstaanswijze van de standaarden en de discussies tijdens het symposium hebben duidelijk gemaakt dat de heersende opinie onder de NGO's is dat zij, als vertegenwoordigers van de belangen van minder invloedrijke stakeholders, willen deelnemen aan zowel het bepalen van de gedragscodes, als aan het toezien op de uitvoering ervan.

Een fundamenteel probleem bij het vinden van een evenwichtige vertegenwoordiging van stakeholderbelangen ligt bij de legitimiteit en speelruimte van organisaties die claimen de minder sterk georganiseerde stakeholders te vertegenwoordigen. Dit probleem treedt al op bij de bedrijven in de keten (die slechts gedeeltelijk of juist via meerdere organisaties vertegenwoordigd worden), maar nog sterker aan de kant van werknemers (die niet altijd in vakbonden zijn verenigd) en bij externe stakeholders. De ervaring van de snijbloemensector, die in vergelijking met andere sectoren relatief vergevorderd is met het opzetten van een gedragscode- en controlesysteem met evenwichtige representatie voor sociale en milieu-verantwoordelijkheden, toont aan dat aan de kant van stakeholderparticipatie bij werknemers en externe stakeholders in de productielanden buiten de EU nog veel werk te verrichten is.

Het gebruik van het begrip 'onafhankelijkheid' is in de context van MVO-initiatieven voor ketenverantwoordelijkheden alleen nuttig waar het gaat om de relatie tussen bedrijven in de keten en organisaties die naleving van gedragscodes controleren door middel van audits. Onbetrouwbaar gebleken werk van externe accountants bij beursgenoteerde bedrijven heeft herhaaldelijk tot schandalen geleid en heeft benadrukt dat auditors niet volledig onafhankelijk van hun opdrachtgevers kunnen opereren. De mate van afhankelijkheid is mogelijk echter wel te reduceren tot een niveau dat voor alle betrokkenen aanvaardbaar is.

Bij de initiatieven is het zinvoller om te streven naar garanties dat in iedere fase (zowel bij het vaststellen van een gedragscode als bij de controle van de naleving) de belangen van de stakeholders in evenwicht zijn, dan naar onafhankelijkheid. Ook hier is het voorbeeld van de snijbloemensector nuttig: in plaats van streven naar onafhankelijkheid zoekt het initiatief naar een maximale verankering van zichzelf in de betrokkenheid van alle belanghebbenden (door participatie van stakeholdergroepen in een intern systeem van machtsevenwicht) en door het streven de uitvoering van de eigen certificering

internationaal te certificeren (bij het internationale certifieringssysteem dat verbonden is aan de VN).

Commerciële versus professionele auditors

De term 'commerciële auditors' wordt door NGO's gebruikt om commerciële bedrijven aan te duiden die auditdiensten leveren, daarmee de nadruk leggend op het feit dat ze in zekere zin tot dezelfde groep behoren als hun opdrachtgevers en de bedrijven die gecontroleerd worden, namelijk tot het bedrijfsleven. Dit impliceert dat er vraagtekens worden gezet bij de betrouwbaarheid van de resultaten van het auditwerk. Het bedrijfsleven zelf gebruikt voor dezelfde organisaties de term 'professionele auditors', om de nadruk te leggen op het feit dat deze organisaties ervaren en deskundig zijn in de uitvoering van de audits. Dit impliceert dat andere potentiële auditors, zoals NGO's, ondeskundig zijn. De wederzijdse kritiek gaat echter nog verder. NGO's vragen zich af of auditbedrijven wel ervaren en deskundig zijn als het gaat om de controle van arbeidsomstandigheden. Bedrijven vragen zich af of NGO's wel betrouwbaar zijn en geen andere doelstellingen nastreven dan zij beweren.

Er zijn dus twee problemen. Ten eerste moet er per productketen een oplossing worden gevonden voor de betrouwbaarheid van de audits. Daar vergaande onafhankelijkheid bij auditorganisaties niet waarschijnlijk is, is het nuttiger te streven naar een evenwichtige verankering van het auditproces. Dat wil zeggen dat de belangen van alle stakeholders daarin vertegenwoordigd moeten zijn. Ten tweede moet de deskundigheid van de auditorganisatie van een voldoende hoog niveau zijn. Bij het ontbreken van internationale organisaties die uitgebreide ervaring hebben met het doen van sociale audits, zal er binnen iedere productsector gewerkt moeten worden aan het opbouwen van een internationaal systeem voor sociale audits. Daarbij kunnen verschillende partijen hun ervaring inbrengen: auditbedrijven hun ervaring met financiële en milieu-audits, en NGO's en vakbonden hun ervaring op het terrein van arbeidsomstandigheden. Om de kosten van zo'n systeem te beperken en de ontwikkeling ervan te versnellen zou er gelijktijdig gewerkt kunnen worden aan interne auditsystemen voor arbeidsomstandigheden bij producenten waarbij werknemers en lokale vakbonden een belangrijke rol spelen. Externe auditors zouden dan voornamelijk een controlerende rol hebben ten opzichte van het functioneren van zulke interne systemen.

Samenvatting aandachtspunten relevant voor de ontwikkeling van MVO-initiatieven voor ketenverantwoordelijkheid

- ⊕ *Leefbaar loon*: bepaling van haalbaarheid en definitie van 'leefbaar'
- ⊕ *Fair trade*: Herijking van het concept van 'fair trade' en bijbehorende claims: definitie en inhoudelijke/strategische relatie met 'MVO'
- ⊕ *Verantwoordelijkheden binnen de keten*: bepalen van de wijze van verdeling van verantwoordelijkheid tussen participanten in de productketen
- ⊕ *Prijzen*: standpuntbepaling ten opzichte van het prijsuitgangspunt en de mate van differentiatie tussen producenten

- ✦ *Kosten*: bepalen van de wijze van verdeling van systeemkosten van het initiatief over de deelnemers
- ✦ *Stakeholderparticipatie*: het vormen van systemen die alle stakeholderbelangen evenwichtig vertegenwoordigen
- ✦ *Auditors*: evenwichtige stakeholderparticipatie ook binnen het auditproces inbrengen, en het per productketen vormen van een systeem voor sociale audits dat de deskundigheid van zowel auditbedrijven als NGO's/vakbonden combineert.



SOMO
Keizersgracht 132
1015 CW Amsterdam
T 020-6391291
F 020-6391321
info@somo.nl
www.somo.nl



Universiteit Nyenrode
EIBE / Institute for Responsible Business
Straatweg 25
3621 BG Breukelen
T 0346-291290
F 0346-291296
eibe@nyenrode.nl
www.nyenrode.nl



De Koffiecoalitie
Nieuwe Herengracht 29
1011 RL Amsterdam
T 020-4284641
F 020-4284641
info@koffiecoalitie.nl
www.koffiecoalitie.nl



Hivos
Raamweg 16
2596 HL Den Haag
T 070-3765500
F 070-3624600
info@hivos.nl
www.hivos.nl



Het MVO Platform
Keizersgracht 132
1015 CW Amsterdam
T 020-6391291
F 020-6391321
info@mvo-platform.nl
www.mvo-platform.nl