

DETTIG JAAR OXFAM-WERELDWINKELS IN VLAANDEREN 'Traid not Aid' of 'Traid and Aid'?

Ze bestaan 30 jaar, de Oxfam-Wereldwinkels. En dat werd niet alleen gevierd met een bruisend feest. Deze verjaardag was ook een gelegenheid om het model Wereldwinkels onder de loop te houden. Tijdens het Forum "een boontje voor de markt", dat op 1 en 2 februari laatstleden in Brussel werd georganiseerd, zetten professionals, Wereldwinkeliers en partners uit het Zuiden een boom op over eerlijke handel in de praktijk. We spraken met een tevreden directeur, Mark Bontemps.



Wat is voor jou de belangrijkste conclusie uit het Forum?

Mark Bontemps: "Dat de impact van ons werk in het Zuiden belangrijk is. In de vorige criteria die we hanteerden - en die dateren van 1990 - kwam dat eigenlijk niet aan bod. Nu, na tien jaar stellen we vast dat we altijd vrij 'noordelijke' criteria hebben gebruikt. Voor het eerst zijn een aantal vragen vanuit het Zuiden klaar en duidelijk gesteld. Er

namen 18 mensen uit de Derde Wereld deel aan het Forum en die zijn echt wel representatief. Voor hen staat een punt als de markttoegang hoog op de agenda. Maar toegang tot de markt is een heel complex geheel, het is veel meer dan een product in de supermarkt leggen. Die discussie moeten we zeker verder voeren: waar kunnen we, afgezien van de Wereldwinkels, onze producten nog kwijt? Doen we dat en onder welke voorwaarden? Wat betekent dat concreet voor onze partners overzee? Wil dat zeggen: hen nog strakkere kwaliteitsnormen en garanties voor continuïteit opleggen? Wat betekent dit voor ons, die hun advocaat willen zijn. Als we het over Palestina hebben, willen we niet alleen advocaat zijn van onze partners, de olijfproducenten, maar van het geheel van de Palestijnse zaak. Dat is ook impact. Als we verschillende kabinetten gaan opzoeken om te zien hoe de regelgeving kan veranderen zodat de Palestijnse producten meer kans krijgen op onze markt, dan is dat ook markttoegang. Niet alleen voor die paar honderd boeren waar we mee samenwerken, het gaat dan concreet over meer kansen voor de Palestijnse economie. Zolang dit niet gebeurt, blijf je met een zeer structureel economisch probleem zitten in Palestina. Met dat soort zaken zijn we te weinig bezig geweest de laatste jaren. Dat betekent dat we meer moeten investeren in het lobbywerk."

Samen werken

"De producten die we verkopen dienen als instap voor ons politiek en educatief werk, maar hebben ook te maken met de realiteit van mensen die daar dagelijks mee bezig zijn. In Palestina, bijvoorbeeld, zijn de oude

tweedehandse installaties voor het produceren van olijfolie dringend aan verbetering toe, wij hebben daar niet de middelen voor. Daar is dan een taak weggelegd voor Oxfam-Solidariteit. Nog meer dan in het verleden moeten we samenwerken, met de partners die we samen selecteren. Oxfam-Solidariteit kan op die manier de prioriteiten van de partners vertalen voor een groter publiek. De grote internationale handelscampagne van Oxfam-International van 2002, lijkt me een uitstekende gelegenheid om vanuit een structurele benadering concrete en wezenlijke stappen vooruit te zetten. Op dit ogenblik wordt de invoer van Palestijnse producten in Europa sterk benadeeld, willen we daar wat aan doen, dan moet dat niet alleen vanuit België, maar ook Europees benaderd worden, én vanuit Palestina. Volgens mij kan een dergelijke geconcerteerde maatschappelijke actie veel meer uithalen dan 10 ontwikkelingsprojecten samen, hoe goed ook bedoeld."

Samen denken

"Vooral op lokaal vlak voelen onze medewerkers de nood aan samenwerking met andere campagne-organisaties. In Arendonk, bijvoorbeeld is de plaatselijke Wereldwinkel actief in 11.11.11 en staan ze ook middenin de asielproblematiek. Dat allemaal op elkaar afstemmen, dat vinden we allernoodzakelijkst. Dan heb ik het nog niet over het samen denken over de hervorming van de hele Noord-Zuidbeweging in Vlaanderen. Het blijft voor ons prioritair dat we in Vlaanderen een sterke Derde Wereldebeweging blijven hebben".



Hoor ik je nu zeggen dat het oude motto "Trade not Aid" niet overeind blijft?

Mark Bontemps: Die vraag is ook gesteld tijdens het Forum. We blijven ervan overtuigd dat handel een heel belangrijke invalshoek is. Toen we 30 jaar geleden over handel praatten, hadden we het alleen over de grote macrostructuren die moesten aangepast worden. We vinden nog steeds dat de Wereldhandelsorganisatie fundamenteel onjuist in mekaar zit en moet veranderen, maar we voegen eraan toe - en dat is de verwezenlijking van de laatste tien jaar - dat ook de consument in dat geheel actief een invloed kan uitoefenen. Onze consumenten kunnen bedrijven als Chiquita benaderen om betere arbeidsvoorwaarden te bekomen op de bananenplantages. Nu vraagt Chiquita onze mening over een ethische code die ze de volgende jaren wil invoeren en die gaan we ook geven. Dat hadden we 30 jaar geleden niet kunnen vermoeden en dat is een nieuwe dimensie van onze werking die we verder moeten uitbouwen. Dat is wat de actie in het Noorden betreft. In het Zuiden echter zie je duidelijk dat we het met handel alleen niet kunnen klaren. Om meer capaciteit op te bouwen of het aspect gender en milieu verder uit te bouwen, heb je bijkomende steun nodig. We kunnen het niet alleen met de handel omdat we nog veel te klein zijn, maar ook omdat de marges die we kunnen aanbieden veel te gering zijn om die enorme kloof tussen de reguliere en de rechtvaardige handel te overbruggen. Er moeten bijkomende hulp- en ondersteuningsprogramma's gerealiseerd worden, meer nog dan in het verleden. Dan hebben we het uiteraard over Trade AND Aid."

Elke Fair Trade-organisatie komt met eigen criteria voor de dag bij de partners. Is ook daar niet meer samenwerking nodig?

Mark Bontemps: Dat is inderdaad ook aangeklaagd. De partners eisen dat er een zekere harmonisering van criteria zou komen.

Voor mij was dat één van de dubbelzinnigheden van het Forum. Enerzijds wenst men meer uniforme criteria, maar anderzijds hoor ik wereldwinkeliers zeggen dat onze eigenheid kost wat het kost bewaard moet worden. Bij een uniformisering dreigt deze eigenheid inderdaad sterk te verwateren. Hoe we dat moeten aanpakken is nog lang niet duidelijk, maar ik vond het zeer verheugend dat er heel wat Europese collega's op het Forum aanwezig waren. In juni is er een belangrijke vergadering in

Arusha (Tanzania), daar zal dat thema zeker aan de orde zijn, want de producenten uit het Zuiden zullen nog meer druk uitoefenen".

Wat zal er concreet voor de Wereldwinkeliers veranderen?

Mark Bontemps: "Zij worden verondersteld deel te nemen aan dit debat. Lang niet iedereen is ervan overtuigd dat de markttoegang zo hoog op de agenda moet staan of dat we daar zoveel aandacht moeten aan besteden. In heel de organisatie is er niemand die betwist dat er een gezond evenwicht moet zijn tussen het educatieve werk, de politieke actie en de verkoop. De plaatselijke winkel zal ook merken dat er in de toekomst nog meer producten van betere kwaliteit zullen worden aangeboden. Als we Europees meer kunnen samenwerken zullen we ook de prijzen competitief kunnen houden. Dat is belangrijk, zeker nu de euro eraan komt. Binnen Europa



De medewerkers van de Wereldwinkelscentrale in Gent. foto's: Tineke D'haese

zijn wij van de goedkoopsten omdat we een vrij efficiënt en fijnmazig net hebben weten te organiseren. In heel Frankrijk zijn er maar een 70-tal wereldwinkels, in België 250. Het is veel duurder om producten vanuit de centrale in Parijs helemaal tot Biarritz te brengen en dat weerspiegelt zich in de prijs. We blijven een groeiende organisatie. De laatste 10 jaar registreren we de vrijwilligers, in Vlaanderen tellen we er 6000. Elk jaar komt er 10 procent bij. Dat betekent ook meer mensen informeren, motiveren en zorgen voor bijkomende vorming. Er is nog heel wat werk aan de Wereldwinkel."

Karin Lievens

Wereldwinkels