

EERLIJKE KOFFIE

Ook de Oxfam-Wereldwinkels nemen deel aan de internationale campagne 'Make trade Fair'.

De Wereldwinkels wijzen daarbij op de bijzonder barre tijden die de koffieproducenten in het Zuiden beleven. De internationale keten van winkels en organisaties voor eerlijke handel – onder meer de Wereldwinkels – betaalt een eerlijke prijs aan de koffieboeren en die is vastgelegd op 126 dollarcent per pond koffie. Op de internationale koffiemarkt, waar de wetten gemaakt worden door de grote koffiebedrijven uit het Noorden, zijn de prijzen de voorbije jaren echter fors gekelderd. De internationale prijs bedraagt nauwelijks een derde van de 126 dollarcent per pond die de 'eerlijke handel' betaalt. Voor de meeste koffieboeren in de Derde Wereld is deze toestand stilaan onhoudbaar.

Oxfam-Wereldwinkels start op 4 mei met een grote publiekscampagne rond eerlijke koffie. De plaatselijke wereldwinkeliers willen tegen het einde van het jaar 126.126 handtekeningen onder een petitie, die gericht is aan de grote koffiebrander Douwe Egberts. Dat streefcijfer 126.126 verwijst symbolisch naar de eerlijke koffieprijzen van 126 dollarcent. De Wereldwinkels zullen, in samenwerking met tal van andere verenigingen, actie voeren aan de grootwarenhuizen. Ze zullen de consumenten aanmoedigen om fair trade-koffie te kopen, waarvoor de kleine producenten een eerlijke prijs ontvangen, en om de koffie-industrie (bijvoorbeeld Douwe Egberts) te verplichten een internationaal koffiefonds op te richten en minimum 5% eerlijke koffie (het Max Havelaarmerk) op de markt te brengen en minstens 10% van hun marktaandeel rechtstreeks bij de kleine producenten in te kopen.

Meer inlichtingen : Oxfam-Wereldwinkels – 09/218.88.99



Foto's : Tineke D'haese

BUITENSPEL!

De Magasins du Monde-Oxfam sluiten zich in september 2002 aan bij de campagne 'Make Trade Fair' en ze doen dat onder het motto 'Hors jeu!' (Buitenspel!). Neoliberale steen des aanstoots is voor de Franstalige Wereldwinkels de internationale speelgoedbusiness. Met een campagne, die voortbouwt op de internationale allianties, die zijn gesloten in het kader van de 'Schone Klerencampagne', willen de Magasins du Monde de onbeschrijflijke wantoestanden in de speelgoedindustrie aan de kaak stellen. Internationale topmerken (het Walt Disney-imperium bijvoorbeeld) laten onder licentie speelgoed en gadgets produceren in lage loonlanden als China en Indonesië. In deze onderaannemingen wordt systematisch een loopje genomen met de fundamentele sociale rechten van de arbeiders of liever van de arbeidsters, want de meerderheid van het personeel bestaat uit vrouwen. Lonen en arbeidsvoorwaarden zijn in deze bedrijven doorgaans miserabel, vakbonden zijn er ongewenst. Met de campagne 'Hors Jeu!' willen de Magasins du Monde de consumenten, maar ook ouders en leerkrachten sensibiliseren om niet alleen schone kleren, maar ook schoon speelgoed te kopen en zich bewust te worden van de omstandigheden waarin arbeiders en arbeidsters in het Zuiden speelgoed voor kinderen uit het Noorden moeten vervaardigen. De campagne richt zich uiteraard ook tot de grote arbeidersorganisaties bij ons. Ook de vakbonden bij ons verdedigen de rechten van de arbeiders elders in de wereld, zeker in de lage loonlanden van de Derde Wereld. Ook de politieke wereld wordt geïnterpelleerd en wel met de vraag hoe in de toekomst de sociale rechten van de arbeiders kunnen primeren op het botte winstbejag van enkele grote internationale speelgoedfabrikanten en –distributeurs. Met 'Hors Jeu!' willen de Magasins du Monde tenslotte ook een aantal partners uit het Zuiden in de schijnwerper plaatsen, organisaties die in China en Indonesië de belangen van de arbeidsters uit de speelgoedindustrie ter harte nemen.

Make Trade Fair

