



Afrikaanse consumenten ontdekken fair trade © Fairtrade Eastern Africa

Made in Africa, verkocht in Afrika ***Uitdagingen voor bio en fair trade op de Afrikaanse markt***

De tijd dat de productie van bio en fair trade een zaak was van boeren in het arme Zuiden en de consumptie een zaak van rijke Noorderlingen ligt al even achter ons. In een aantal landen in het Zuiden groeit een middenklasse die openstaat voor duurzame aankopen. Op verkenning bij de startende Afrikaanse bio- en fairtrademarkt.

Zuid-Afrika fairtradepionier

In 2012 zijn wereldwijd 21,8 miljoen flessen wijn verkocht met het Fairtradelabel. Twee derde daarvan komt uit Zuid-Afrika, goed voor ongeveer 5% van de lokale wijnproductie.

Ook andere Zuid-Afrikaanse producentencoöperaties exporteren hun rooibosthee, citrusvruchten en druiven al jarenlang naar Europese fairtradeorganisaties. Het concept eerlijke handel is dus geen onbekend fenomeen in de regenboognatie, al was er tot voor kort geen enkel fairtradeproduct te koop.

In 2010 komt daar verandering in. Fair Trade Label South Africa (FLSA) wordt opgericht en staat voortaan in voor de certificering en de promotie van eerlijke producten in Zuid-Afrika. Vanzelfsprekend zijn lokale wijnen de eerste gelabelde producten op de markt, al snel gevolgd door koffie op basis van bonen uit Oost-Afrikaanse coöperaties. Lokale bedrijven en retailers springen op de boot. In 2012 telt FLSA een omzet van 234 miljoen Rand (€ 15,5 miljoen), een verdrievouding in vergelijking met de cijfers van 2011. Koffie, chocolade en wijn zijn de toppers.

Kenia volgt

“Charity comes home” kopte de Keniaanse krant The Tablet begin augustus 2013. Met de lancering van het Fairtrade-label is Kenia, naast Zuid-Afrika, het tweede land op het continent “waar de consument net zoals de Britten fair trade kunnen kopen”.

De eerste producten waaraan Fairtrade Eastern Africa het label toekent zijn Keniaanse thee en koffie, Ghanese cacao verwerkt tot chocolade in een Zuid-Afrikaanse Cadburyfabriek en suiker uit Malawi verwerkt in Europa. Om het merk bekender te maken organiseerde het jonge team een heuse valentijnsactie in warenhuizen en werden Keniaanse rozen met Fairtrade-label uitgedeeld.

Op termijn is het zeker de bedoeling uit te breiden naar de buurlanden. “Want het aanpakken van de armoede in Kenia is niet alleen een zaak van buitenlandse hulp – als het dat ooit al was – maar ook een zoektocht naar strategieën om de (relatief) rijke Kenianen te laten bijdragen”, stelt The Tablet. Uit marktonderzoek blijkt dat de groeiende Keniaanse middenklasse daar zeker voor open staat aangezien zij vaak nog ouders of familie hebben die op het platteland wonen.

De Zuid-Afrikaanse consument

Met de steun van het Trade for Development Centre van het Belgisch ontwikkelingsagentschap is in Zuid-Afrika uitgebreid marktonderzoek gedaan naar de houding van consumenten ten opzichte van duurzaamheid en fair trade. De conclusies zijn vanuit de Europese fairtrade-ervaring geen verrassing:

- Duurzaamheid is als concept minder gekend dan in Europa en wordt vooral geassocieerd met milieu.
- Fair trade is gekend bij 7% van de Zuid-Afrikanten. Wie het kent, maakt wel de link met het label Fairtrade.
- De huidige fairtradeklanten zijn blanken, zwarten en kleurlingen uit de hogere middenklasse die sociale rechtvaardigheid belangrijk vinden. Het is dus essentieel hen de weg te blijven wijzen naar retail- en horecazaken die producten in hun gamma hebben.
- 76% van de ondervraagden kan zich voorstellen fairtradeproducten te kopen, potentieel is er dus zeker aanwezig. Maar daarvoor is nog veel bewustmaking nodig. Een tweede obstakel is het feit dat mensen fair trade naast 'kwalitatief' ook associëren met 'duurder'.
- Bekendheid en geloofwaardigheid opbouwen veronderstelt ook dat de impact van fair trade duidelijk wordt. Een voordeel daarbij is dat een deel van de begunstigen (zeker in het wijnverhaal) landgenoten zijn.

Startende dynamiek

Fairtrade International is met 15 productcategorieën – 11 voedingsproducten plus katoen, goud, bloemen en sportballen – niet de enige speler op de fairtrademarkt. De World Fair Trade Organization (WFTO), een koepel van fairtradeorganisaties in Noord en Zuid, is ook actief in de productie van artisanat en handwerk. Om lid te worden van WFTO moet je voldoen aan de *Fair Trade Principles and Standard*.

In 2011 beslist WFTO om een stap verder te gaan en eveneens een certificerings-systeem te ontwikkelen dat leden toelaat om hun producten als fair trade te labelen.



Actie bij de lancering van het label in Kenia © Fairtrade Eastern Africa

Trots kondigt de organisatie in oktober 2013 aan dat het *WFTO Guarantee System* volop wordt ontwikkeld en getest en dat People Tree, een Britse pionier in fairtradefashion, weldra als eerste het productlabel mag gebruiken. Het systeem belooft eenvoudiger en goedkoper te zijn dan andere certificeringen waardoor het ook haalbaar wordt voor kleine organisaties.

“Dit opent natuurlijk perspectieven voor vele Afrikaanse organisaties om zich als fair trade te profileren”, zegt Mike Muchilwa van WFTO-Africa. “De Keniaanse nationale koepel KEFAT bijvoorbeeld is met 80 WFTO-leden de grootste in Afrika. Een aantal van hen, zoals Kazuri en Undugu, organiseren zich steeds beter en mikken niet alleen op export of op de toeristische sector, maar ook op de lokale middenklasse. Daarbij spelen ze heel sterk in op de stijgende gevoeligheid voor lokaal gemaakte producten. Je ziet in fairtradeorganisaties steeds vaker jonge, dynamische professionals die zich niet opsluiten binnen de oude werkwijzen. Zij starten professionele *webshops* en winkels in grote *shopping malls* en zijn heel actief op sociale media.”



Affiche Fair Trade Label South Africa

Bio in Zuid-Afrika

In het hoger vermeldde Zuid-Afrikaanse marktonderzoek scoort Afrisco, het meest bekende biolabel in Zuid-Afrika, met 3% bekendheid een stuk lager dan fair trade. Op de website van één van de vele Zuid-Afrikaanse online bioshops geeft men ook toe dat de vele labels en certificeringsorganismen (Ecocert, Afrisco, Bio Org, Soil Association,.....) voor verwarring zorgen.

Nochtans komt de bioteelt volop in beweging, na jaren van stilstand tijdens de apartheid. Interessant is vooral hoe gezocht wordt naar manieren om de certificering haalbaar en betaalbaar te maken voor kleinschalige – soms ongeletterde – producenten. Zo biedt Afrisco naast de klassieke, individuele certificering door een derde partij ook groeps-certificering aan op basis van het *Internal Control System* (ICS). Daarbij is de producentengroep verantwoordelijk voor het bijhouden van data rond de biocriteria.

De controle-instantie kijkt na of dit correct verloopt en controleert een beperkt aantal individuele boerderijen.

Recenter is het concept van certificering op basis van *Participatory Guarantee Systems* (PGS). Boeren controleren elkaar, aangevuld met jaarlijkse controles door een onafhankelijk controle-organisme. Het systeem is reeds erg succesvol in India en Nieuw-Zeeland. De ngo Siyuvana past het nu in Zuid-Afrika toe met de financiële steun van het Trade for Development Centre van het Belgisch ontwikkelingsagentschap.



Kumnandi: Zuid-Afrikaanse, verse, biologische groenten © Siyuvana

Siyuvana is actief in de provincie KwaZulu-Natal en begeleidt er boeren in de omschakeling naar bioteelt. De leden verenigen zich in coöperaties die de verse producten wekelijks opkopen en naar de markt brengen. De merknaam Kumnandi staat voor vers, lokaal geteeld en biologisch. Alle leden engageren zich om organisch te telen en tekenen een document met sancties bij overtredingen. Zowel ICS als PGS zijn erkend door IFOAM, de wereldwijde koepelvereniging van de biolandbouw.

Kilimohai Mark

Vooraf in Oost-Afrika zijn op vlak van biocertificering grote stappen gezet. Binnen het regionale kader van de East African Community (Uganda, Kenia, Tanzania, Rwanda en Burundi) coördineerde IFOAM met de steun van UNEP en UNCTAD het OSEA I project (Organic Standards in East Africa).

Dat resulteerde in 2007 in een gezamenlijke standaard voor biolandbouw en een gezamenlijk label (East African Organic Mark-EAOM ofwel Kilimohai Mark).

Om kleinschalige boeren de kans te geven over te schakelen naar bioteelt werd voor de certificering een PGS-systeem ingesteld.

Eind 2013 is met Zweeds geld ook OSEA II afgerond. Doel van dit vervolgproject was om het label bij producenten en consumenten bekender te maken en tegelijk initiatieven te ontwikkelen om lokale, regionale en internationale afzetkanalen te vinden voor de producten.

Voor cijfers is het nog te vroeg, maar IFOAM publiceerde op basis van 150 veldinterviews alvast een impactstudie vol verhalen over hogere opbrengsten, nieuwe markt-opportunities en een betere weerstand tegen de gevolgen van de klimaatopwarming.



Uganda koploper

Volgens de recentste IFOAM-cijfers op basis van de situatie in 2011 is Uganda met 228.000 ha koploper in sub Sahara Afrika wat betreft biologisch gecertificeerd landbouwareaal. Dit komt overeen met 1,6% van de totale landbouwoppervlakte.

Uganda wordt in internationale rapporten over biolandbouw heel vaak als een succesverhaal beschreven. De verklaring moet gezocht worden bij een sterke boerenbeweging die sinds de jaren 90 ook veel steun krijgt van de overheid.

Dit leidde in 2001 tot de oprichting van de koepel NOGAMU (National Organic Agricultural Movement of Uganda) en in 2004 tot een nationaal certificeringsprogramma en een nationaal certificeringsagentschap (UgoCert). De overgrote meerderheid van de meer dan 200.000 gecertificeerde boeren bewerken tussen 1 en 3 ha grond. Zij zijn georganiseerd in Associaties die onder impuls van NOGAMU actief op zoek gaan naar afzetkanalen. Dat kunnen 'dorpsbiowinkeltjes' en lokale markten zijn, maar ook warenhuizen, scholen en andere handelaars. Een aantal van die projecten worden gesteund door het Trade for Development Centre van het Belgisch ontwikkelingsagentschap.

In Kabalagala, een wijk van Kampala, heeft NOGAMU sinds 2006 een eigen *organic shop* opgezet waar meer dan 60 associaties uit het hele land producten leveren. Minstens even belangrijk is het *Organic Trade Point* (OTP), een online service met marktinformatie zowel voor boeren, handelaars als export- en importorganisaties.

De Oost-Afrikaanse consument

In het kader van OSEA II werd marktonderzoek gedaan naar de houding van de consument ten opzichte van bioproducten.

- In 2013 weet 67% van de ondervraagden wat een biologisch product is (62% in 2006). Uganda scoort het hoogst (83%), Rwanda het laagst (48%).
- 17% kent het label EAOM (Uganda 29%, Rwanda 0%). Een derde van wie het kent heeft het gezien op een product.
- 88% van de ondervraagden kan zich voorstellen bioproducten te kopen, hoewel ze bio duurder achten. Potentieel is er dus zeker, maar de kloof tussen de intentie en het overgaan tot een reële aankoop blijft groot.

Grote uitdagingen in Senegal

Tot zover de toppers en de pioniers. Het verhaal van Senegal is ongetwijfeld meer exemplarisch voor de rest van Afrika en voor de grote uitdagingen die het continent wachten. Want hoewel bio en fair trade in Afrika langzaam groeien, blijft de motor hoofdzakelijk de export naar de Europese markt. Het veroveren van lokale markten is niet eenvoudig, in de eerste plaats omdat een middenklasse met oog voor sociale rechtvaardigheid en duurzame consumptie nergens de omvang haalt van Kenia of Zuid-Afrika. Een ILO-rapport over de bioteelt in Senegal vermeldt nog een belangrijke reden: de bewustmaking rond het gevaar van pesticiden groeit bij de producenten, maar is nog zeer zwak bij de consumenten.

Het logische gevolg is dat vele boeren hun biologisch geteelde producten op de lokale markt verkopen, zonder meerwaarde, alsof het gewone producten zijn. Gebeurt er dan niets? Toch wel. Op verschillende plaatsen in het land wordt volop geëxperimenteerd met kleinschalig vormen van directe verkoop, meestal met de hulp van ngo's. Agrecol bijvoorbeeld heeft een opslagruimte in Thiès van waaruit een wekelijkse biomarkt en enkele bio-restaurants bevoorrad worden. Enda Pronat promoot de verkoop van verse biogroenten aan consumenten via wekelijkse groentenpakketten. In de Casamance, de meest toeristische regio van Senegal, werkt de ngo Agrisud samen met enkele hotels en restaurants.

Hervé Bouagnimbeck, IFOAM-coördinator voor Afrika vat het zo samen: "De markttoegang voor bioproducten situeert zich momenteel vooral in de grote steden, bij buitenlanders en bij een deel van de middenklasse. In Zuid-Afrika, Kenia, Uganda, Ghana, Tunesië en Egypte zijn er steeds meer bioshops en supermarkten met bioproducten. Zonder twijfel is er een groot potentieel, maar momenteel missen vele landen nog een nationaal gecoördineerde beweging die producenten, consumenten en overheden samenbrengt om de dubbele uitdaging aan te pakken: de omschakeling bij de producent en de bewustmaking van de consument."

Een Afrikaanse kijk?

In 2008 presenteerden Senegalese ngo's hun 'verklaring van Ndayane'. Daarin stelden ze dat fair trade een dubbel probleem heeft. Ten eerste is het proces van certificering veel te duur voor vele Afrikaanse producentengroepen. Ten tweede geeft het label nog geen enkele garantie op toegang tot de markt. Aan de basis van die analyse lagen ervaringen van katoenboeren. Dankzij de ondersteuning van de ngo Enda Pronat verkregen zij zowel een bio- als een fairtradecertificering. Dat had positieve effecten voor hun organisatie en hun inkomen, maar hun afhankelijkheid van de (onzekere) export nam enkel toe. Een aantal ngo's werkten daarop een 'Afrikaanse visie op eerlijke handel' uit, gebaseerd op het samenbrengen van partners om lokale en regionale ketens op te zetten van producent tot consument, en dat met een betaalbare certificering voor de lokale markt. Een aantal pilotprojecten werden opgezet, maar bij gebrek aan middelen blijft het voorlopig vooral denkwerk.

Potentieel is er in Afrika voldoende. Maar bio en fair trade moeten nog een lange weg afleggen vooraleer ze de doorbraak kunnen realiseren van niche-exportproduct naar een grotere lokale markt.

Trade for Development Centre, september 2014



Enda Pronat aan het werk in Senegal © Enda Pronat

V. U. Carl Michiels, BTC Hoogstraat 147, 1000 Brussel



WWW.BEFAIR.BE

DE BELGISCHE
ONTWIKKELINGSSAMENWERKING **.be**

De meningen die in deze publicatie naar voren worden gebracht zijn niet noodzakelijk de opvattingen van BTC of de Belgische Ontwikkelingssamenwerking.

BRONNEN

Globaal:

Fairtrade International: www.fairtrade.net; Fairtrade Africa: www.fairtradeafrica.net

IFOAM: www.ifoam.org, www.organic-world.net (cijfers en data)

WFTO: www.wfto.com; WFTO-Africa: www.wfto-africa.org

Zuid-Afrika:

Fairtrade Label South Africa: www.fairtradelabel.org.za

Ethical product trends in South Africa 2013, www.befair.be/fr/content/ethical-product-trends-south-africa-anglais

Afrisco: www.afrisco.net

Siyavuna: www.siyavuna.org.za

Oost-Afrika:

Fairtrade Eastern Africa: www.fairtrade.or.ke

KEFAT: www.kefat.org

Kazuri: www.kazuri.com

Undugu: www.undugufairtrade.co.ke

OSEA: www.ifoam.org/en/osea-ii-project (met een link naar de studies *Consumer Survey of Attitudes and Preferences Towards Organic Products in East Africa*, IFOAM, juli 2013 en *Impacts associated with the Uptake of Organic Agriculture in East Africa*, IFOAM)

NOGAMU: www.nogamu.org.ug

Ugocert: www.ugocert.org

Senegal:

L'agriculture biologique au Sénégal, ILO, 2013: <http://www.africa-adapt.net/media/resources/867/rapport-agriculture-bio-bit.pdf>

Une vision Africaine du commerce équitable, Dominique Ben Abdallah / Enda Tiers monde, 2008: http://www.agriculturesnetwork.org/magazines/west-africa/vers-un-commerce-plus-juste/une-vision-africaine-du-commerce-equitable/at_download/article_pdf

Katoen: www.yaniwulli.org