



**Evaluatie van de vooruitgang in
drie van de zes criteria voor het verkrijgen van de titel
'Fair Trade Gewest'**

Studie uitgevoerd door



Inhoud

Inleiding.....	3
Feiten en kerncijfers	4
Deel I – Studie en evolutie van de praktijken rond eerlijke handel 2021 – 2023	5
I-1 Methodologie	6
I-2 Evaluatie van de kennis over eerlijke handel en de impact daarvan	7
I-3 Sensibilisering en bewustmaking rond eerlijke handel en de campagne ‘Maak van Brussel een FairTradeGewest’	7
I-4 Aankoop en verbruik van voedingsproducten uit de eerlijke handel	8
I-5 Aankoop en verbruik van non-foodproducten uit de eerlijke handel.....	11
I-6 Drempels voor de aankoop van producten uit de eerlijke handel	11
I-7 Benodigde steun om de praktijken op het gebied van eerlijke handel te versterken	12
Deel II – Evaluatie met betrekking tot de criteria 1, 2 en 4.....	13
II - 1. Inhoud van de criteria 1, 2 en 4.....	14
II - 2. Overzicht van de evaluatie van de mate waarin criteria 1, 2 en 4 vervuld zijn.....	15
Deel III – Conclusies en aanbevelingen	16
III - 1 Een praktische gids en specifieke clausules voor overheidsopdrachten aanreiken	17
III - 2 De oprichting organiseren van een aankoopplatform voor voedings- en non-foodproducten voor alle instellingen en organisaties van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest	17
III - 3 Tussen de gewestinstellingen een forum opzetten waaraan per instelling twee contactpersonen deelnemen	18
III - 5 Een CiReDe uitwerken om duurzame aankooppraktijken te verbeteren en in het bijzonder rekening te houden met producten uit de eerlijke handel	19
III - 6 De ambities ten aanzien van non-foodproducten opschrijven	20
III - 7 <i>Reverse Fair trade purchasing</i> aanmoedigen	20
III - 8 De voorkeur geven aan de korte ketens van de eerlijke handel	21
III - 9 Eerlijke handel integreren in de MVO-strategieën van de instellingen en organisaties	22
III - 10 Systematisch transparante rapportering verplichten	22

Inleiding

In de loop van 2020 is stap voor stap een werkgroep samengesteld rond het plan om een campagne op te starten onder de noemer '**Maak van Brussel een FairTradeGewest**¹'.

Het initiatief daartoe werd genomen door het Trade for Development Centre (Enabel) en de campagne Communes du Commerce équitable (CDCE) die Oxfam-Magasins du Monde (OMDM) samen met Miel Maya Honing en Fairtrade Belgium voert.

Het idee ontsproot aan de vaststelling dat er wel campagnes waren op nationaal (de Week van de Fair Trade) en lokaal niveau (Communes équitables en FairTradeGemeenten), maar dat het niveau daar tussenin, de gewesten, niet specifiek werd benaderd. De werkgroep nam zich voor daar wat aan te doen met een eerste campagne, gericht op het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

Op basis van de bestaande eisen voor gemeenten werd een lijst van zes criteria opgesteld. Verschillende organisaties die zijn gespecialiseerd en/of geïnteresseerd in het thema, sloten zich bij de initiatiefnemers aan. Daarop is de werkgroep uitgegroeid tot **het platform voor eerlijke handel in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (BHG)**.

Tot die informele trekkersgroep, die wordt gecoördineerd door Enabel en CDCE, behoren ook OMDM, Miel Maya Honing, Fairtrade Belgium, de Belgian Fair Trade Federation, gewestelijke semioverheidsinstellingen, de Brusselse gemeenten en Brussels International, de administratie die door de gewestregering is belast met de uitvoering van de acties in verband met eerlijke handel.

Terwijl de criteria werden uitgewerkt en het gewestplatform langzaam vorm kreeg, **bestelde de Gewestelijke Overheidsdienst Brussel (GOB) eind 2020 een eerste studie** om een stand van zaken op te maken van de mate waarin de Brusselse (semi)overheidsinstellingen fairtradeproducten aankochten en zich bewust waren van de problematiek van eerlijke handel.

De conclusies en aanbevelingen van die studie hebben bijgedragen aan de definitieve versie van de **6 criteria voor het verkrijgen van de titel 'FairTradeGewest' en een eerste actieplan** van het platform rond eerlijke handel in het BHG.

In april 2021 heeft de **Regering van het BHG zich in een regeringsverklaring achter de gewestcampagne geschaard en akte genomen van de te vervullen criteria en het actieplan 2021-2022 van de trekkersgroep**.

Op 12 mei 2021 werd vervolgens in het Brussels Parlement het officiële startschot voor de campagne gegeven en sindsdien zijn al heel wat acties opgezet² door de trekkersgroep, die in 2021 en 2022 regelmatig is bijeengekomen. Een aantal acties kon evenwel nog niet worden uitgevoerd, in het bijzonder het opzetten van het comité voor de opvolging van de criteria.

Het is tegen die achtergrond dat **de studie werd opgestart om de vooruitgang te evalueren van het BHG in het vervullen van drie van de zes criteria voor het verkrijgen van de titel 'FairTradeGewest'**, die werd toevertrouwd aan studiebureau EcoRes.

¹ [Maak van Brussel een FairTradeGewest! – Trade for Development Centre \(tdc-enabel.be\)](https://www.tdc-enabel.be)

² <https://www.cdce.be/bruxelles-capitale-region-du-commerce-equitable/>

Feiten en kerncijfers

De studie heeft 25 instellingen van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest bevestigd over hun sensibilisering voor, communicatie over en gebruik van voedingsproducten en non-foodproducten uit de eerlijke handel.

Bij de publieke instellingen die de enquête hebben beantwoord in 2021 en in 2023, stellen wij een **positieve vooruitgang vast op het gebied van kennis en bewustzijn over de criteria van eerlijke handel**, alsook een **stijgend aandeel van eerlijke handel in verschillende categorieën van voedingsproducten**. Vanaf 2023 duiken in de aankopen bovendien nieuwe categorieën van producten op (honing, confituur en chocoladepasta).

In de gunningscriteria voor voedingsproducten hechten de respondenten het meest belang aan **de prijs, biolabels en fairtradelabels**.

De meeste partners die de Brusselse instellingen vermelden als leveranciers van voedingsproducten uit de eerlijke handel zijn noch lid van de Belgian Fair Trade Federation (BFTF³), noch uitsluitend actief in eerlijke handel en/of duurzame producten.

Non-foodproducten uit de eerlijke handel genieten nog steeds weinig bekendheid bij de meeste aankoopverantwoordelijken van de instellingen en organisaties van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Niettemin stellen wij een positieve ontwikkeling vast in de aankoopintenties voor die producten. Er zijn namelijk **7 instellingen (tegenover 3 in 2021) die voor bepaalde non-foodproducten al criteria met betrekking tot eerlijke handel in hun aanbestedingsvoorwaarden opnemen**.

Bij een vijfde van de in deze enquête bevestigde instellingen zijn er al meerdere personen die zich specialiseren in duurzame aankopen.

Met betrekking tot de drie criteria van de campagne '**Maak van Brussel een FairTradeGewest**' die dit verslag evalueert, stellen wij vast dat de verschillende overheidsinstellingen twee van de zes geanalyseerde onderdelen van criteria 1, 2 en 4 vervuld hebben en dat er voldoende vooruitgangspotentieel is voor de aanbevelingen die in dit verslag geuit worden.

Dit verslag **oppert tien mogelijke acties** op basis van de resultaten van de enquête en de suggesties van de respondenten.

³ [Belgian Fair Trade Federation \(bftf.be\)](http://bftf.be)

Deel I – Studie en evolutie van de praktijken rond eerlijke handel 2021
– 2023



I-1 Methodologie

Om te beginnen hebben we de te bevragen contactpersonen geïdentificeerd binnen de 35 instellingen, kabinetten en organisaties die moesten worden benaderd om door middel van een enquête de vooruitgang op het gebied van de drie criteria van de campagne **‘Maak van Brussel een FairTradeGewest’** te evalueren.

Vervolgens hebben we **de tweetalige vragenlijst opgesteld, waarbij wij erover gewaakt hebben dat de resultaten vergeleken konden worden met die van de enquête uit 2021** en tegelijk de benodigde tijd om de vragenlijst in te vullen hebben geoptimaliseerd.

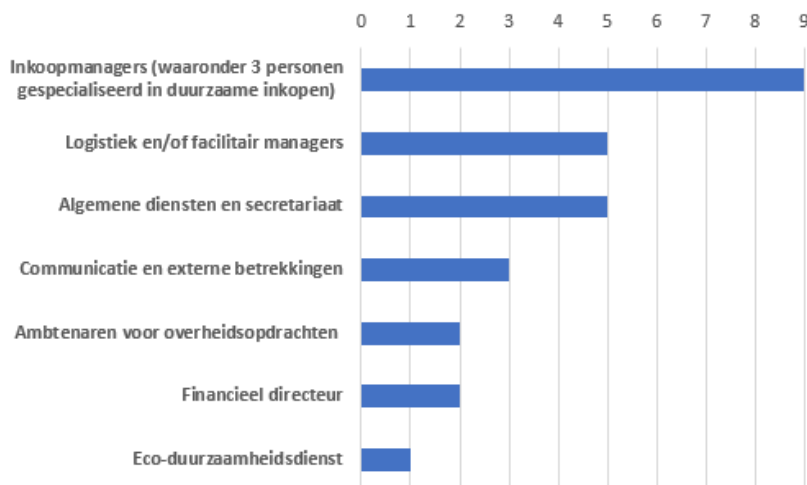
De gegevens werden verzameld door de contactpersonen per e-mail te verzoeken de online vragenlijst in te vullen **tussen 27/07/2023 en 22/09/2023**. Die campagne omvatte ook een **herinnering per e-mail** begin september en een **telefonische herinnering** tussen 11/09/2023 en 20/09/2023.

Bij de analyse van de resultaten vanaf 22 september werd enerzijds **een stand van zaken opgemaakt van de kennis en praktijken op het gebied van eerlijke handel bij de instellingen en organisaties die de vragenlijst hadden ingevuld** en anderzijds **de evolutie in kaart gebracht tussen de enquête van 2021 en die van 2023, door uitsluitend te kijken naar de 18 instellingen** waarvan (dezelfde of andere) verantwoordelijken beide enquêtes hadden beantwoord.

Op basis van die resultaten en evoluties werd **een evaluatie gemaakt van de mate waarin de criteria 1, 2 en 4 van de campagne zijn vervuld en werden tien aanbevelingspistes opgesteld**, onder meer op basis van de suggesties en andere feedback van de bevroegde verantwoordelijken.

Deze **25 organisaties** hebben de enquête beantwoord: **Actiris, Agentschap Net Brussel, Brussel Fiscaliteit, de Gewestelijke Overheidsdienst Brussel, Leefmilieu Brussel, kabinet van Minister Elke Van den Brandt, kabinet van Staatssecretaris Ans Persoons, kabinet van Staatssecretaris Nawal Ben Hamou, kabinet van Minister Alain Maron en Staatssecretaris Barbara Trachte, kabinet van Minister-President Rudi Vervoort, Citydev.brussels, Fonds.Brussels, Hub.brussels, Innoviris, Paradigm (CIBG-CIRB), parking.brussels, het Brussels Parlement, Perspective.brussels, Haven van Brussel, Safe.Brussels, MSI-SAU, MIVB-STIB, BGHM, Urban.brussels en een laatste instelling van openbaar nut.**

27 contactpersonen hebben de enquête ingevuld (twee organisaties hebben een bijkomende collega gevraagd om de vragenlijst eveneens te beantwoorden). De respondenten bekleeden **binnen hun organisaties en instellingen de volgende functies:**



Wij gaan ervan uit dat de aanwezigheid van in duurzaamheid gespecialiseerde aankoopverantwoordelijken in de publieke instellingen een positieve invloed heeft op de kennis van producten uit de eerlijke handel.

I-2 Evaluatie van de kennis over eerlijke handel en de impact daarvan

Vraag (V1): **“Hoe zou u uw huidige kennisniveau over eerlijke handel en de gevolgen ervan beoordelen?”**

Een meerderheid (16 personen) is van mening volledig op de hoogte te zijn van de principes van eerlijke handel en van hoe die met de doelstellingen en/of prioriteiten van hun organisaties verbonden zijn, terwijl 7 personen verklaren de belangrijkste principes van eerlijke handel te kennen, maar geen verband te zien met de doelstellingen / prioriteiten van hun organisaties.

1 persoon is niet zeker de principes van eerlijke handel volledig goed te verstaan of te begrijpen hoe die aansluiten op andere modellen voor duurzame ontwikkeling. Tot slot heeft 1 persoon absoluut geen kennis van de principes van eerlijke handel.

Hoe de kennis en het bewustzijn zijn geëvolueerd tussen 2021 en 2023, kunnen we beoordelen voor de 18 instellingen die beide vragenlijsten (die van 2021 en die van 2023) hebben beantwoord. In de enquête van 2021 hadden de vertegenwoordigers van 9 instellingen aangegeven dat er sprake was van *bewustwording rond lokale eerlijke handel binnen hun administratie of organisatie*, terwijl 5 personen daarentegen hadden verklaard dat *er geen bewustwording rond dit thema was* en 4 personen *over dit onderwerp geen mening konden uiten*.

We kunnen dus stellen dat het bewustzijn rond eerlijke handel bij de verantwoordelijken van de instellingen en organisaties tussen 2021 en 2023 is toegenomen (van 9 naar 16 instellingen).

I-3 Sensibilisering en bewustmaking rond eerlijke handel en de campagne ‘Maak van Brussel een FairTradeGewest’

Vraag (V2): **“Heb je van de campagne ‘Maak van Brussel een FairTradeGewest’ al gehoord?”**

Een meerderheid van de respondenten (2/3e van de bevroegde personen) weet dat de campagne ‘Maak van Brussel een FairTradeGewest’ bestaat.

Gelet op het feit dat die campagne van recente datum is, is dat een positief signaal. Om het resterende derde van de respondenten te informeren, die nog niet van de campagne gehoord hebben, zullen bijkomende communicatie-inspanningen nodig zijn.

Vraag (V3): **“Voert u sensibiliseringsacties rond eerlijke handel (internationaal en/of lokaal) binnen uw organisatie?”**

Van de 25 organisaties waarvan de verantwoordelijken de vragenlijst hebben beantwoord, bevestigt iets minder dan de helft (12 instellingen) sensibiliseringsacties te voeren. Dat is vergelijkbaar met het resultaat van de enquête uit 2021.

10 instellingen zeggen geen dergelijke acties te voeren, terwijl de contactpersonen van 3 instellingen eenvoudigweg niet weten of er acties worden gevoerd of niet.

Dat resultaat moet worden afgezet tegen de antwoorden op de volgende vraag naar de aard van die acties, waarop 3 personen concrete sensibiliseringsacties noemen.

Vraag(V4): **“Welke sensibiliseringsacties voert u?”**

3 deelnemers aan de studie hebben 3 concrete sensibiliseringsacties vernoemd:

- “De campagne #EerlijkaseenFairTradebanaan⁴ van Fairtrade International”
- “Ad-hoc acties (de aankoop van paaseieren via CNCD of Oxfam-Magasins du monde”).
- “Eerlijke eindejaarsgeschenken”

De eerste vermelde actie stamt uit 2019, vóór de start van de campagne **‘Maak van Brussel een FairTradeGewest’**.

De 8 andere antwoorden op deze open vraag verwijzen naar aankoop- en aanbestedingspraktijken, waar later in dit verslag op wordt ingegaan, en vermelden dus geen specifieke sensibiliseringsacties.

I-4 Aankoop en verbruik van voedingsproducten uit de eerlijke handel

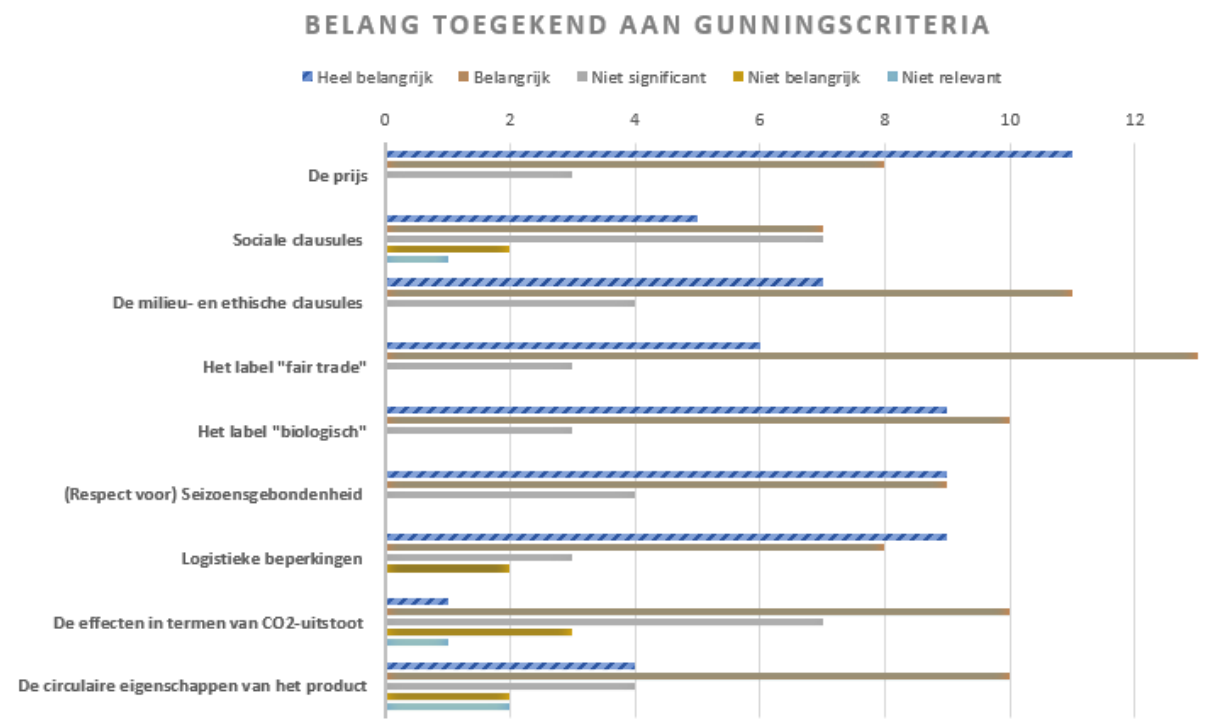
Vraag (V5): **“Koopt uw organisatie momenteel fair trade voedingsproducten (internationaal en/of lokaal)?”**

22 organisaties en instellingen bevestigen fair trade voedingsproducten te kopen, en slechts 3 instellingen verklaren geen lokale of geïmporteerde voedingsproducten uit de eerlijke handel te kopen.

De antwoorden op de drie volgende vragen (V6-V7-V8) hebben uitsluitend betrekking op de 22 organisaties die verklaarden voedingsproducten uit de eerlijke handel te kopen.

⁴ <https://www.fairtradebelgium.be/campagnes/week-van-de-fair-trade-2019/eerlijkaseenfairtradebanaan/>

Vraag (V6): **“Hoe belangrijk zijn de volgende gunningscriteria voor de aankoop van voedingsproducten?”**

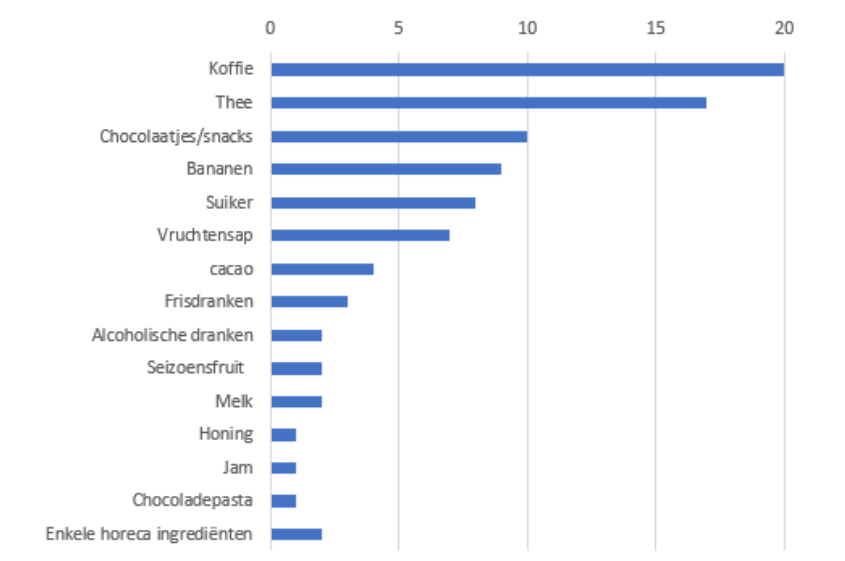


We stellen vast dat de respondenten in de gunningscriteria voor voedingsproducten het meest belang hechten aan **de prijs, biolabels en fair tradelabels**. Daarna komen milieu- en ethische clausules en het respect voor seizoensgebondenheid, gevolgd door logistieke beperkingen (levering, voorraadbeheer inclusief aanvullen, bewaring enz.).

Criteria die verband houden met de impact op de CO₂-uitstoot, sociale clausules en circulaire kenmerken (zoals hergebruik, tweedehands, samenstelling op basis van gerecycleerde en/of recycleerbare componenten enz.) worden daarentegen het minst belangrijk bevonden van alle geanalyseerde criteria.

Vraag (V7): “Welke van deze voedingsproducten zijn in de aankopen van uw organisatie afkomstig uit de eerlijke handel (internationaal en/of lokaal)?”

Voedingsproducten geconsumeerd in 2023

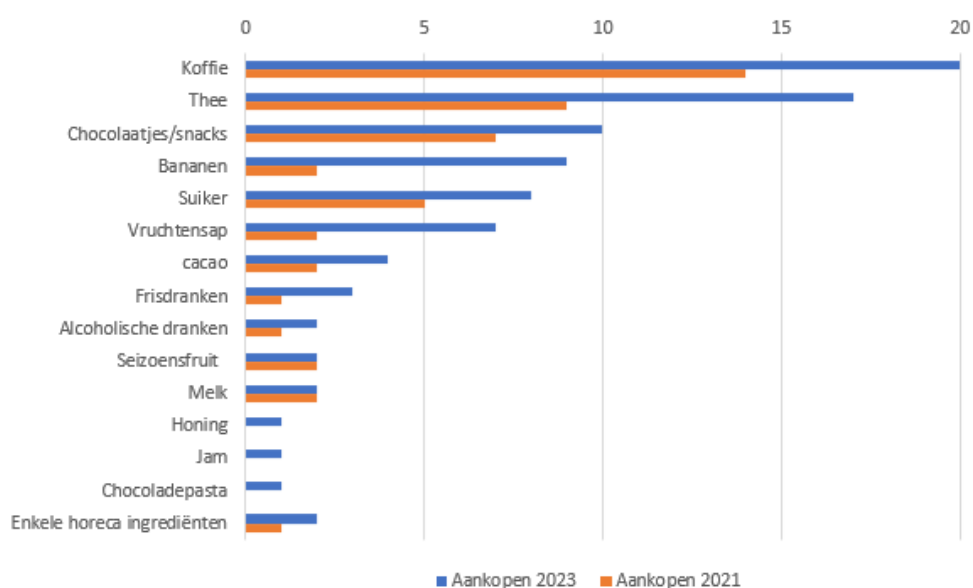


Koffie, thee en chocolade voeren de rangschikking van meest verbruikte producten aan.

De leveranciers van voedingsproducten uit de eerlijke handel die in de enquête van 2023 vernoemd worden, zijn Café Liégeois, Douwe Egberts, Eat's local, e-farmz, Frudicom SELECTA, FTO Fairtrade, Gamaco, Great, Inter-Drinks, John Martin, Lyreco, Manutan, Miko, Molleke, Nespresso, Nos pilifs, Oxfam, Pick Eat, Sligro, Solsoc (11.11.11-actie) en Solucious.

Een analyse van hoe het verbruik van voedingsproducten tussen 2021 en 2023 geëvolueerd is bij de 17 instellingen die beide enquêtes beantwoord hebben en zowel in 2021 als in 2023 voedingsproducten verbruikten, toont het volgende:

Evolutie van de geconsumeerde voedselcategorieën tussen 2021 en 2023



Er is een duidelijke **toename van het aandeel tussen 2021 en 2023 voor alle productcategorieën**, behalve voor seizoensfruit en melk, die stabiel gebleven zijn. **Vanaf 2023 duiken in de aankopen bovendien nieuwe categorieën op: honing, confituur en chocoladepasta.**

Een interessante vaststelling is ook dat de al in 2021 aanwezige basisproducten (rijst) en afgeleide producten (gebak) in twee instellingen ook in 2023 nog voor de catering gebruikt worden.

Vraag (V8): **“In welke context(en) koopt u fair trade voedingsproducten?”**

Contexten en soorten aankopen	Cafeteria	Verkoopauto maten	Vergaderingen	Openbare evenementen
Overheidsopdrachten op lange termijn	10	10	7	2
Eenmalige overheidsopdrachten	2	1	7	8
Anders	3		2	2
Irrelevant	6	10	5	9

De meeste aankopen gebeuren met het oog op de bevoorrading van permanente voorzieningen voor voedingsconsumptie (cafeteria en automaten) en door middel van langlopende overheidsopdrachten. Eenmalige overheidsopdrachten worden hoofdzakelijk gebruikt voor vergaderingen en openbare evenementen.

I-5 Aankoop en verbruik van non-foodproducten uit de eerlijke handel

Vraag (V9): **“Voert u in uw overheidsopdrachten m.b.t. non-foodproducten wel eens gunningscriteria in met betrekking tot eerlijke handel?” Zo ja, (V10): “Voor welke soorten non-foodproducten en hoe vaak (enkele voorbeelden)?”**

Wat de criteria betreft die de bevroegde instellingen gebruiken voor hun aankopen van non-foodproducten, zegt de meerderheid (11) **daar geen rekening mee te houden** en kunnen er 7 de vraag niet beantwoorden, terwijl 7 instellingen (tegen 3 in 2021) **in hun bestek reeds criteria opnemen die verband houden met eerlijke handel** voor bepaalde producten, zoals *balpennen, drinkbussen, tassen (tote bags), textiel (in het bijzonder bij de ontwikkeling van plaids) of voor kantoorbenodigdheden.*

In 2021 werden criteria rond eerlijke handel opgenomen voor drie aankoopcategorieën: textiel (hoofdzakelijk voor technische kleding en tassen), kantoorbenodigdheden en goodies. Die laatste categorie werd in 2023 niet vermeld.

I-6 Drempels voor de aankoop van producten uit de eerlijke handel

Vraag (V10): **“Welke drempels zijn er eventueel voor sensibiliseringsacties?”** en (V11) **“Welke drempels zijn er voor de aankoop van producten uit de eerlijke handel?”**

Twee instellingen signaleren **tijdsgebrek, dat verband houdt met de vele sensibiliseringsprojecten voor het milieu, en een gebrek aan kennis en zichtbaarheid van de acties over eerlijke handel.** Twee andere organisaties zeggen dat eerlijke handel **geen prioriteit is in hun acties rond duurzame ontwikkeling of hun MVO-strategie.**

De vertegenwoordiger van een van de bevroegde instellingen is van mening dat *de toetreding tot het Label Ecodynamische Onderneming de prioriteit legt bij een biolabel en een drempel vormt voor de aankoop van producten uit de eerlijke handel.* Wij stellen echter vast dat maatregel ACH021 van het Ecodyn-label stelt: *“Voor alle kleine levensmiddelen (fruitsap, koffie, thee, suiker, melk, koekjes enz.)*

die de organisatie aan personeelsleden en/of bezoekers aanbiedt, kiezen voor een aanbod dat aan ecologische criteria voldoet: biolabel, fair trade label, bulklevering, geen verpakking”.

Specifiek met betrekking tot de aankoop van non-foodproducten worden tot slot de volgende drempels vermeld:

1. **gebrek aan informatie over en bekendheid van de aangeboden producten** (7 instellingen);
2. **de prijs** (2 instellingen);
3. **de voorrang die wordt gegeven aan milieu- en duurzaamheidscriteria** (1 instelling).

I-7 Benodigde steun om de praktijken op het gebied van eerlijke handel te versterken

Vraag (V11): **“Beschouwt u uzelf als voldoende toegerust om bewustmakingsacties uit te voeren en/of eerlijkere overheidsopdrachten op te zetten?”**

Uit de peiling komt vrij duidelijk naar voren dat de respondenten zich onvoldoende toegerust voelen om sensibiliseringsacties te voeren of om eerlijkere overheidsopdrachten op te zetten.

Slechts een derde van de deelnemers (8 van de 25) beschouwt zich als voldoende toegerust. Meer dan een derde verklaart dat onvoldoende te zijn (9 van de 25). 8 anderen antwoorden niet.

In de enquête van 2021 werd deze vraag niet gesteld.

Dit resultaat roept herinneringen op aan vragen 3 en 4 van de vragenlijst, waaruit bleek dat het aantal sensibiliseringsacties in de organisaties die de enquête beantwoord hebben, beperkt is.

Vraag (V12): **“Hoe zou u graag bij uw toekomstige inspanningen voor eerlijke handel ondersteund willen worden?”**

Wat betreft de oplossingen om de instellingen te ondersteunen bij hun toekomstige inspanningen om eerlijke handel binnen hun organisaties te versterken, wijzen de respondenten bijna unaniem (92%, 23 van de 25) op de behoefte aan een **praktische gids** gericht op actie, met een lijst van leveranciers, sensibiliseringsmateriaal en inspirerende voorbeelden uit andere organisaties.

Iets meer dan de helft (54%) zou terecht willen kunnen bij een contactpersoon in de vorm van een externe helpdesk. De helft (50%) zou eventueel willen deelnemen aan een webinar, een tutorial of een praktische opleiding.

Er werden ook twee suggesties spontaan aangereikt:

- **“rondetafelgesprekken”** met de personen die binnen de organisaties bij de campagne betrokken zijn
- de mogelijkheid om deel te nemen aan een **aankoopcentrale**.

Deel II – Evaluatie met betrekking tot de criteria 1, 2 en 4



© Elisa Fiore Clean Clothes Campaign

II - 1. Inhoud van de criteria 1, 2 en 4

Criteria 1, 2 en 4 van de campagne 'Maak van Brussel een FairTradeGewest' worden hierna uitvoeriger besproken.

Criterium 1: regering en parlement van het Gewest

1.A. De Gewestregering keurt een beleidsverklaring ter ondersteuning van eerlijke handel goed en brengt deze in de praktijk door middel van een jaarlijks actieplan dat telkens vóór 31 maart aan het parlement wordt voorgelegd.

> Evaluatie: De regeringsverklaring werd goedgekeurd door de ministerraad op 29/04/2021. Er wordt jaarlijks een actieplan opgesteld door de coördinatie van het Brussels platform voor eerlijke handel, op basis van voorstellen van de leden. Dit criterium is dus vervuld.

1.B. De regering en het parlement van het Gewest kopen minstens twee fair trade producten aan – waaronder koffie – voor consumptie tijdens vergaderingen, op kantoor, in de cafetaria's en tijdens publieke events.

> Evaluatie: We stellen vast dat het parlement en vier kabinetten van de regering van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest verklaren meer dan twee producten uit de eerlijke handel te kopen. Het gaat om koffie, thee, fruitsap, frisdranken, chocoladesnacks, bananen, honing, melk en alcoholhoudende dranken. Om dit criterium te vervullen moet echter meer dan de helft van de kabinetten effectief twee producten uit de eerlijke handel kopen. **Dit criterium is niet vervuld.**

Criterium 2: gewestelijke diensten

2.A. Elk van de gewestelijke overheidsdiensten koopt minstens twee fair trade producten aan (waaronder koffie), of verbindt zich ertoe dit te doen in het kader van hun toekomstige overheidsopdrachten, voor consumptie tijdens vergaderingen, op kantoor, in de cafetaria's en tijdens publieke events.

> Evaluatie: 3 (van de 4) bevestigde overheidsdiensten verklaren voedingsproducten uit de eerlijke handel te kopen. Dit criterium is niet vervuld.

2.B. Minstens 50 % van de gewestelijke semioverheidsinstellingen met eigen personeel die zelf hun aanbestedingen beheren, koopt minstens twee fair trade producten aan (waaronder koffie) of verbindt zich ertoe dit te doen in het kader van hun toekomstige overheidsopdrachten.

> Evaluatie: 14 gewestelijke semioverheidsinstellingen hebben verklaard producten uit de eerlijke handel te kopen. Dit criterium is dus vervuld.

Criterium 4: bewustmakings- en mediacampagnes

4.A. Elk van de gewestelijke overheidsdiensten en minstens 50 % van de gewestelijke semioverheidsinstellingen promoten eerlijke handel regelmatig bij hun personeel door middel van bewustmakingsacties en via hun eigen interne informatiekanaalen.

> **Evaluatie:** Twee gewestelijke overheidsdiensten en 6 gewestelijke semioverheidsinstellingen voeren in hun organisatie bewustmakingsacties voor eerlijke handel (internationaal en/of lokaal). **Dit criterium is dus niet vervuld.**

4.B. De campagne 'Maak van Brussel een FairTradeGewest' kan 2 keer per jaar rekenen op externe media-aandacht naar aanleiding van een event, een persconferentie, een actie, het feit dat aan een nieuw criterium voldaan is of het behalen van de titel.

> **Evaluatie:** De organisatie van het evenement (ontbijt) in het parlement van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest was de opvallendste actie van de campagne 'FairTradeGewest', maar er zijn geen andere momenten die externe media-aandacht hebben gekregen. **Dit criterium is dus niet vervuld.**

II - 2. Overzicht van de evaluatie van de mate waarin criteria 1, 2 en 4 vervuld zijn

Wij stellen vast dat de verschillende overheidsinstellingen twee van de zes geanalyseerde onderdelen van criteria 1, 2 en 4 vervuld hebben en dat er voldoende ruimte voor verbetering is voor de aanbevelingen die in dit verslag geuit worden.

Prioriteitscriteria	Vervuld	niet Vervuld
Criterium 1: De regering en het regionale parlement		
1.A. Een politieke verklaring		
1.B. Verbruik van min. 2 fair trade producten		
Criterium 2: Regionale diensten		
2.A. Verbruik of toekomstige verbintenis van regionale diensten		
2.B. Verbruik of toekomstige betrokkenheid van pararegionale organen		
Criterium 4: Bereik en media-aandacht		
4.A. Regelmatige interne communicatie		
4.B. Externe communicatie minstens 2 keer / jaar		

Deel III – Conclusies en aanbevelingen



Deze studie heeft tot doel de realisatie van de criteria van de campagne 'Maak van Brussel een FairTradeGewest' te ondersteunen en in bredere zin de praktijken en voortrekkersrol van de instellingen op het gebied van eerlijke handel te ontwikkelen.

De conclusies van deze studie spitsen zich dan ook pragmatisch toe op onderstaande maatregelen, die aansluiten bij de maatregelen die in het verleden reeds werden genomen om dit doel te verwezenlijken.

III - 1 Een praktische gids en specifieke clausules voor overheidsopdrachten aanreiken

Dit is een vraag van nagenoeg alle deelnemers aan de studie. Er bestaan al verschillende bronnen op gewestelijk⁵ of federaal⁶ niveau, die kunnen worden verfijnd met de **criteria van eerlijke handel voor voedings- en non-foodproducten**, in het bijzonder op basis van door de BFTF erkende labels en keurmerken.

Deze gids zou ook, zonder een volledige catalogus van alle in België beschikbare producten samen te stellen, **de belangrijkste productcategorieën kunnen vermelden, alsook voorbeelden van aankopen door verschillende overheidsinstellingen** van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en zelfs andere deelstaat- en federale entiteiten, voor zowel voedingsproducten als non-foodproducten.

De praktische gids moet idealiter ook **de verantwoordelijken van overheidsinstellingen informeren over de verschillen in impact tussen de vele labels en certificaten⁷ inzake eerlijke handel** en over de **gedocumenteerde verschillen in economische realiteit⁸ tussen de klassieke markt en eerlijke handel** op het gebied van de voornaamste kenmerken van de structuur van de mainstreammarkt (extreme concentratie, speculatie op de prijzen van levensmiddelen en grondstoffen enz.) en de eerlijke handel (minimumprijs om een leefbaar loon te garanderen, geen maximumprijs wanneer die beïnvloed wordt door speculatie op de mainstreammarkt enz.) om hen een beter beeld te geven van de werkelijkheid, die soms ver verwijderd is van het economische leven in België.

III - 2 De oprichting organiseren van een aankoopplatform voor voedings- en non-foodproducten voor alle instellingen en organisaties van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Dit platform zou het mogelijk maken om **onderling goede praktijken uit te wisselen** (onder andere voor non-foodproducten, die bij een meerderheid van de instellingen weinig bekendheid genieten), **de criteria voor eerlijke handel te stroomlijnen en integreren**, in overeenstemming met de andere criteria voor duurzame aankopen om de praktijken te harmoniseren, en **concurrentie tussen criteria voor duurzame producten te vermijden, zeker wanneer die perfect verenigbaar zijn**.

Het zou ook een **alternatief antwoord zijn op de vraag naar een gespecialiseerde helpdesk, door vooral in te zetten op onderlinge uitwisseling, want de kennis over goede praktijken op het gebied van eerlijke handel is aanwezig in verschillende instellingen**.

⁵ [Overheidsopdracht voor toebehoren \(gidsvoorduurzameaankopen.be\)](#)

⁶ [Criteria | Duurzame aankopen \(gidsvoorduurzameaankopen.be\)](#)

⁷ [Belgian Fair Trade Federation \(bftf.be\)](#)

⁸ ["Manager en toute connaissance d'impacts" | Christophe ALLIOT – YouTube](#)

Zo'n platform zou het eventueel ook mogelijk maken om **collectieve prognoses voor de aankopen van duurzame producten te maken**, in het bijzonder die uit eerlijke handel, om de organisaties die producten uit de eerlijke handel in België invoeren in staat te stellen met hun productiepartners op de aankopen te anticiperen. **Deze maatregel zou een directe impact hebben op de groei van het aankoopvolume van non-foodproducten**, waarbij om logistieke redenen rekening moet worden gehouden met bepaalde termijnen voor bestelling, ontwerp, productie, eventuele personalisering en levering (met duurzame transportmiddelen), waardoor tussen bestelling en levering soms meerdere weken kunnen liggen als aan de criteria van eerlijke handel moet worden voldaan.

Dat aankoopplatform zou zich overigens ook over andere aankopen kunnen ontfermen, bijvoorbeeld van apparatuur, en door schaalvoordelen financiële middelen kunnen vrijmaken die het prijsverschil van sommige duurzame producten, in het bijzonder die uit de eerlijke handel, kunnen goedmaken. Er bestaan al meerdere initiatieven tussen verschillende administraties, in het bijzonder voor de collectieve aankoop van databases, waarbij door middel van een raamovereenkomst die diverse administraties met één leverancier hebben gesloten op aankopen kan worden geanticipeerd en aanzienlijke besparingen kunnen worden gerealiseerd.

III - 3 Tussen de gewestinstellingen een forum opzetten waaraan per instelling twee contactpersonen deelnemen

Bij een vijfde van de in deze enquête bevroegde instellingen zijn er al meerdere personen die zich specialiseren in duurzame aankopen. Deze oplossing zou het aantal personen vergroten dat is opgeleid en wordt erkend als verantwoordelijke voor duurzame aankopen, in het bijzonder voedings- en non-foodproducten uit de eerlijke handel.

Opgemerkt dient ook dat 9 van de 26 personen die aan de enquête hebben deelgenomen, nog nooit hadden horen spreken over de gewestcampagne 'Maak van Brussel een FairTradeGewest'. **De oprichting van dergelijk forum zou het onder meer mogelijk maken de kennis over de campagne te verbeteren en beter te presteren voor criterium 4A.**

Idealiter zouden deze personen samenkomen (een- of tweemaal per jaar) om praktijken en kennis uit te wisselen, en zelfs ook ontmoetingen hebben met de leden van de BFTF en hun productiepartners wanneer die Europa bezoeken. **Die contacten zouden met name voorkomen dat het verband tussen eerlijke handel en een aantal labels (in het bijzonder Ecodyn) of certificaten niet gekend is en ervoor zorgen dat de prioritering daarvan op een coherente manier gebeurt.**

Per instelling twee contactpersonen aanduiden vergroot de kans dat het netwerk tussen de administraties en organisaties op lange termijn blijft voortbestaan en maakt het gemakkelijker om de vooruitgang in de praktijken op het gebied van eerlijke handel te monitoren.

III - 4 Meer sensibiliseren en informeren, met in het bijzonder een specifiek luik over de milieu-impact van de praktijken van eerlijke handel

Duurzaamheidscriteria omvatten parameters op het gebied van milieu en maatschappij, en voedings- en non-foodproducten uit de eerlijke handel, zowel lokaal als internationaal, voldoen vaak aan de meeste van die criteria, ook op het vlak van milieu, circulaire praktijken⁹ (zoals hergebruik, tweedehands, samenstelling op basis van gerecycleerde en/of recycleerbare componenten enz.), behoud van natuurlijke hulpbronnen, verkleinen van de koolstofvoetafdruk of verminderen van het energieverbruik, met name in de productiefase.

Uit de uitgevoerde studie blijken **deze criteria weinig belang te hebben in de bestekken, terwijl zij een belangrijke rol spelen in de uitdaging om over voldoende hulpbronnen te beschikken en de klimaatdoelen en -ambities van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest waar te maken, en steeds meer producten uit de eerlijke handel goed scoren op die milieucriteria**. Voor ambachtelijke producten vereist dat bestellingen meerdere maanden op voorhand plannen, onder meer om voor een lage uitstoot bij het transport te zorgen.

Die aandacht voor zowel het ecologische als het sociale aspect maakt deel uit van de principes van eerlijke handel, zowel in het Zuiden als in het Noorden, om tegelijk de mens te beschermen en de omgeving waar de gemeenschappen wonen die de producten uit de eerlijke handel produceren.

De aankoopverantwoordelijken van de instellingen van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest sensibiliseren voor en informeren over de strenge milieueisen voor voedings- en non-foodproducten zou hen ertoe aanzetten in hun selectie van ecologisch verantwoorde producten meer oog te hebben voor het fair trade aanbod, onder andere door naast labels en certificaten die uitsluitend op de milieu-impact gericht zijn ook fair trade labels en -certificaten te selecteren.

III - 5 Een CiReDe uitwerken om duurzame aankooppraktijken te verbeteren en in het bijzonder rekening te houden met producten uit de eerlijke handel

De CiReDe¹⁰ is in eerste instantie opgevat als instrument om de ontwikkeling van de circulaire economie in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest kracht bij te zetten. **Het is een samenwerking tussen de publieke en private sector om obstakels in de regelgeving waarop de actoren op het terrein en de administraties stuiten, in kaart te brengen en weg te werken**. Het doel is om een evenwicht te vinden, de 'gouden middenweg', tussen aanpassing van de regelgeving om nieuwe, positieve praktijken te stimuleren, en het behoud van een hoge milieubescherming.

De CiReDe-methode biedt een oplossing voor de geïdentificeerde obstakels en maakt een reëel verschil voor zowel de actoren op het terrein als de administraties die hen begeleiden. Het proces maakt een slimme cocreatie mogelijk door de verschillende betrokkenen samen te brengen die essentieel zijn voor een goed begrip van de problematieken op het terrein en de na te streven toekomstvisie en veranderingen. **Het succes van dit proces schuilt met name in de vorming van een**

⁹ [Commerce équitable et économie circulaire, un duo gagnant pour l'avenir ? – Trade for Development Centre \(tdc-enabel.be\)](https://www.tdc-enabel.be/)

¹⁰ [be.circular.be.brussels » CiReDe, resultaten in vorm en inhoud \(circulareconomy.brussels\)](https://www.be.circular.be.brussels/CiReDe,resultaten%20in%20vorm%20en%20inhoud%20(circulareconomy.brussels))

multidisciplinair team, dat het proces toepast volgens de vier grote profielen van de betrokken partijen uit onderstaand schema:



De CiReDe tracht niet alleen om bestaande obstakels in kaart te brengen en weg te werken, maar ook om de Brusselse overheid te positioneren als begeleider van de Brusselse transitie en facilitator van projecten met een ecologische, ethische en sociale meerwaarde.

Dergelijk innovatief raamwerk, dat zijn doeltreffendheid heeft bewezen in het domein van de circulaire economie, zou ook kunnen worden toegepast op de eerlijke handel.

III - 6 De ambities ten aanzien van non-foodproducten opschroeven

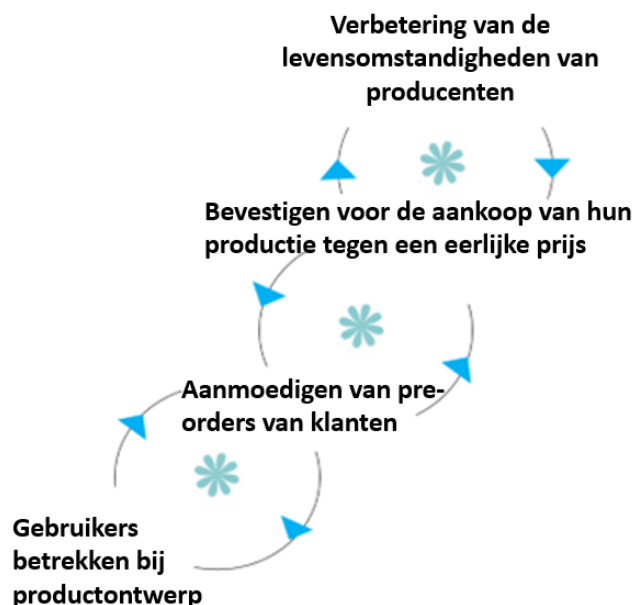
De gebrekkige kennis van het aanbod en de praktische en logistieke besommeringen (onder andere op het vlak van termijnen, personaliseringsmogelijkheden enz.) waarmee **non-foodproducten uit de eerlijke handel gepaard gaan, maken doorgedreven, gestructureerde communicatie bij de aankoopverantwoordelijkheden van de organisaties en overheidsinstellingen van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest noodzakelijk.**

Daarnaast is het ook het overwegen waard om, net zoals voor voedingsproducten, **cijfermatige doelstellingen vast te leggen voor non-foodproducten, voornamelijk voor de categorieën waarin verschillende overheidsinstellingen reeds producten uit de eerlijke handel aankopen en voor producten die worden aangekocht zonder de criteria van de eerlijke handel in aanmerking te nemen, maar die verkrijgbaar zijn bij de leden van de BFTF.**

III - 7 Reverse Fair trade purchasing aanmoedigen

De ambitie van de eerlijke handel is om een wederzijds positieve commerciële relatie te bevorderen, waardoor de levensomstandigheden van de producenten en hun gezinnen verbeteren. Daartoe wordt hen idealiter zowel een eerlijke prijs als een bepaald volume gegarandeerd, binnen een termijn

die hen in staat stelt om zich aan te passen, voornamelijk voor non-foodproducten, en die personalisering mogelijk maakt van non-foodproducten op bestelling, zoals onderstaande illustratie aangeeft.



De beste manier om die positieve wisselwerking tussen de maatschappelijke ambitie en de commerciële realiteit van de producenten te waarborgen, is de gebruikers betrekken bij de identificatie van de behoeften en gedetailleerde technische specificaties en die te vertalen in het ontwerp van de producten, rekening houdend met de operationele realiteit van de eerlijke handel op het gebied van ontwerp-, productie- en invoertermijnen.

Deze aanpak zou kunnen beginnen met een analyse die alle huidige aankopen van de administraties en organisaties van het Gewest toetst aan het aanbod van non-foodproducten uit de eerlijke handel. Dat zou het mogelijk maken erop toe te zien dat voor alle producten waarbij dat mogelijk is wordt gekozen voor eerlijke handel en te voorkomen dat producten binnen eenzelfde categorie (textiel, bijvoorbeeld) afgenomen worden van zowel de eerlijke handel als de klassieke handel.

III - 8 De voorkeur geven aan de korte ketens van de eerlijke handel

Het concept van de korte keten, met een zo direct mogelijke relatie en zo kort mogelijke waardeketen tussen producent en consument, is van nature verwant aan de oorspronkelijke principes van de eerlijke handel¹¹.

Uit de lijst van partners die de Brusselse instellingen vermelden als leveranciers, blijkt echter dat heel wat van die bedrijven noch lid zijn van de BFTF, noch uitsluitend actief zijn in eerlijke handel en/of duurzame producten. De economische activiteiten van die bedrijven situeren zich overwegend buiten de eerlijke handel. Zij bevoorraden zich bij een importeur van fair tradeproducten in België en voor bepaalde producten soms buiten de landsgrenzen, terwijl er voor de fair tradeproducten die de overheidsinstellingen van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest kopen **een kwalitatief en kwantitatief**

¹¹ [Commerce équitable et relocalisation de l'économie : les deux faces d'une même médaille | Oxfam-Magasins du monde \(oxfammagasinsdumonde.be\)](https://oxfammagasinsdumonde.be)

gelijkwaardig of zelfs superieur aanbod bestaat bij de organisaties die eerlijke handel in België hebben ontwikkeld.

Om structuren te bevorderen die volledig gericht zijn op eerlijke handel en een rechtstreekse band hebben met de coöperaties van producenten die actief zijn in de eerlijke handel, zou het nuttig zijn overheidsopdrachten op te splitsen en gericht uit te schrijven op basis van de producten die in die structuren verkrijgbaar zijn. Dat wil ook zeggen dat moet worden vermeden om de bestelling van fair tradeproducten op te nemen in een assortiment met producten die niet in de eerlijke handel verkrijgbaar zijn.

III - 9 Eerlijke handel integreren in de MVO-strategieën van de instellingen en organisaties

De vertegenwoordigers van twee bevroegde organisaties hebben verklaard dat eerlijke handel geen deel uitmaakt van de prioriteiten in hun plan voor duurzame ontwikkeling of hun MVO-strategie. Het lijkt echter belangrijk om te herinneren aan de verbintenissen die de Regering is aangegaan en om eraan te herinneren dat de criteria van de eerlijke handel worden aanbevolen in de praktijken van het Ecodyn-label, waarover de meeste instellingen van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest beschikken.

Dit zou ook kunnen worden **opgenomen in de beheersovereenkomsten van de overheidsinstellingen.**

III - 10 Systematisch transparante rapportering verplichten

Een verplichting om regelmatig (om de twee jaar) rapporteringsvragen te beantwoorden, zou het mogelijk maken om het totale verbruik van alle overheidsinstellingen van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, zonder uitzonderingen, nauwkeuriger op te volgen. De oprichting van een forum met 1 (of 2) contactpersonen per entiteit zou dat des te gemakkelijker maken.

Bovendien zou de publicatie van een transparante rapportering alle burgers in staat stellen te identificeren welke structuren aan de campagne en de engagementen voor eerlijke handel bijdragen en alle instellingen ertoe aan te sporen deel te nemen om de praktijken en aankopen verder te verspreiden.

Dat strookt overigens ook met de toepassing van artikel 32 van de Belgische Grondwet: *“Ieder heeft het recht elk bestuursdocument te raadplegen en er een afschrift van te krijgen, behoudens in de gevallen en onder de voorwaarden bepaald door de wet, het decreet of de regel bedoeld in artikel 134”*.