nieuws

"Max Havelaar is businesspartner voor bedrijfsleven"

nieuws

"Bedrijven zijn de motor die de ontwikkeling van het Zuiden op gang kunnen trekken", zegt Lily Deforce, de nieuwe algemeen directeur van Max Havelaar België, in een interview met De Tijd. "Als ik dat niet zou geloven, heeft Max Havelaar zelfs geen reden van bestaan. We zijn geen niet-gouvernementele organisatie, maar een volwaardige businesspartner voor het bedrijfsleven", klinkt het. Deforce wil de omzet van producten met een Max Havelaar-label elk jaar met een kwart doen stijgen.

2 JANUARI 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:41

"Bedrijven zijn de motor die de ontwikkeling van het Zuiden op gang kunnen trekken", zegt **Lily Deforce**, de nieuwe algemeen directeur van Max Havelaar België, in een interview met De Tijd. "Als ik dat niet zou geloven, heeft Max Havelaar zelfs geen reden van bestaan". Deforce heeft sinds 1 januari de touwtjes in handen bij Max Havelaar, de enige certificeringsorganisatie in België die een label toekent aan producten die volgens de regels van de fair trade zijn geproduceerd en verhandeld.

Wie zich Deforce voorstelt als een doetje op geitenwollen sokken komt bedrogen uit. Deforce trekt zich communicatief meer dan behoorlijk uit de slag en kent ook het klappen van de zweep in de bedrijfswereld. "Max Havelaar is geen niet-gouvernementele organisatie, maar een volwaardige businesspartner voor het bedrijfsleven", klinkt het.

U werkte eerder voor Procter & Gamble, maar ook voor Vredeseilanden. Waar liggen de verschillen tussen het managen van een ngo en een commercieel bedrijf? *Lily Deforce*: Een ngo heeft net als een onderneming een missie en een strategisch plan. Zowel in een ngo als in een bedrijf moet je de beschikbare middelen zo efficiënt mogelijk inzetten om de doelstellingen te bereiken. Dat is een belangrijke gelijkenis. Er is wel dag en nacht verschil in de manier waarop beslissingen tot stand komen. In de commerciële sector gaat het toch vaak om een topdownverhaal: de top beslist en de niveaus eronder voeren uit. Bij een ngo zoals Vredeseilanden vergt elke belangrijke

beslissing meer inspraak vanuit de basis. Iedereen wil zijn zegje doen en de organisatie mee richting geven: de subsidiërende overheden, de donoren uit de privésector, de partners in het Zuiden, de vaste medewerkers en de vrijwilligers. De donoren hebben ook recht op transparantie. Ze mogen terecht over de schouder meekijken. Dat houdt je als manager alert en je bent zeker nooit geïsoleerd bezig. Het voordeel van die participatie is dat beslissingen door een brede basis worden gedragen. Als manager kan je direct rekenen op een grotere betrokkenheid van de hele organisatie. Maar het grote nadeel is dat het beslissingsproces veel langzamer verloopt dan in de private sector. Participatie kan in die zin ook vertragend of zelfs verlammend werken. Dan moet je als manager een lijn trekken en die ook streng bewaken. Die evenwichtsoefening was een enorm leerproces voor mij bij de overstap van Procter & Gamble naar Vredeseilanden.

U wilt de omzet van de producten met een Max Havelaar-label elk jaar met 25 procent doen stijgen. Dat is hetzelfde groeitempo als de voorgaande jaren. Maar kunt u ook iets doen om een groter marktaandeel te bereiken? Is Max Havelaar niet gedoemd een kleine speler te blijven? In België heeft fairtradekoffie nu een marktaandeel van 2 procent, voor fairtradebananen bedraagt het marktaandeel 6 procent. Daarin zijn we inderdaad nichespelers. Maar ik ben ervan overtuigd dat we, zeker voor koffie en bananen, het niveau van een kleine nichespeler kunnen overstijgen. Meer dan 70 procent van de Belgen zegt zich te scharen achter het concept van fair trade, maar dat vertaalt zich niet in het koopgedrag. Amper een kwart wil ook effectief meer betalen voor een fairtradeproduct. Samen met onze licentiehouders - dat zijn er bijna 100 in België - moeten we blijven inzetten op professionele marketing van fairtradeproducten. Het komt er ook op aan de hefbomen te vinden die leiden tot effectieve aankopen bij de consument. Die hefbomen bestaan. Een eerste hefboom is een grotere beschikbaarheid van fairtradeproducten in de winkelrekken. In Zwitserland zetten de warenhuisketens COOP en Migros alleen nog fairtradebananen in de rekken. Dat heeft ertoe geleid dat het marktaandeel van eerlijke bananen in Zwitserland al 55 procent bedraagt. Je kan natuurlijk niet van grootwarenhuizen verwachten dat ze alleen nog fairtradekoffie verkopen. Wel zouden de grootwarenhuizen eerlijke koffie in de verkooppunten extra in de kijker kunnen zetten. De Britse warenhuisketen Sainsbury's besliste om de huismerken voor koffie en thee voor 100 procent met het fairtradekeurmerk te certificeren. Ook de overheden kunnen een belangrijke hefboomfunctie vervullen. Inmiddels heeft al 40 procent van de Vlaamse gemeenten zich geëngageerd om als fairtradegemeente erkend te worden. Dat vertaalt zich niet alleen in het aankoopbeleid van die gemeenten of steden, maar ze nemen ook

initiatieven om lokale handelaars zoals drankhandelaars en restaurateurs aan te sporen de eerlijke producten in hun aanbod op te nemen.

Wat te denken van de kritiek dat de Belg zijn weg niet meer vindt tussen de verschillende fairtradelabels? Ik begrijp die kritiek en het vormt ook een reële bedreiging. Toch garandeert alleen het Max Havelaar-keurmerk de producenten in het Zuiden een minimumprijs die de kosten van een sociaal en ecologisch verantwoorde productie dekt. Daarbovenop komt een fairetradepremie. Die moet besteed worden aan ontwikkelingsprojecten in de lokale gemeenschap, zoals onderwijs, gezondheidszorg of spaar- en kredietsystemen. De minimumprijs is een minimum. Als de wereldmarktprijzen voor koffie of cacao boven die minimumprijs stijgen, kan Max Havelaar ook de minimumprijs verhogen. Dat systeem is nog iets anders dan de bedrijven die beweren dat ze maatschappelijk verantwoord ondernemen en daar desnoods een eigen label voor creëren. Wel vind ik het absoluut een goede zaak dat alle bedrijven inspanningen leveren om minimale fatsoensnormen te respecteren. Als Ikea zegt kinderarbeid te zullen weren, kan ik dat alleen maar toejuichen. Als de producent van de Chiquitabananen samenwerkt met Rainforest Alliance en daarmee waarborgen biedt op ecologisch vlak, vind ik dat uiteraard een stap in de goede richting. Het gevaar is alleen dat de andere labels, die qua voorwaarden en controle niet zo ver gaan als Max Havelaar, echte fairtradeproducten dreigen te kannibaliseren. Dan gaan we in het Zuiden niet vooruit maar achteruit. Ons keurmerk moet wettelijk beschermd worden. Daar moeten de komende jaren stappen voor gedaan worden.

De televisiespot waarbij 11.11.11 de kijker waarschuwt dat de Afrikaanse boer met uitsterven is bedreigd, is niet bepaald vriendelijk voor westerse ondernemers. Zij worden afgeschilderd als hypocriete zakkenvullers. Doen ngo's er goed aan om bedrijven, de Wereldbank of het IMF te beladen met alle zonden van de wereld? Helpt dat om de fundamentele problemen aan te pakken? We leven nu eenmaal in een beeldcultuur waarbij het er soms op aankomt complexe boodschappen in enkele seconden over te brengen bij het publiek. Dat kan inderdaad choquerend en ongenuanceerd overkomen. Ik citeer Winston Churchill toen die zei dat sommige mensen bedrijven zien als wolven die men moet bekampen. Anderen zien ondernemingen als koeien die men moet uitmelken. En nog anderen als trekpaarden die heel wat in beweging kunnen zetten. Welnu, als er iets is waar we met fair trade in geloven, is het juist dat laatste. Ondernemingen kunnen een enorme motor zijn voor de ontwikkeling in het Zuiden. Dat is ons uitgangspunt. En als we dat niet geloven, heeft Max Havelaar zelfs geen bestaansrecht. Voor Max Havelaar zijn bedrijven businesspartners waarmee we onze missie realiseren. En wie wil dat bedrijven

aandacht hebben voor 'people' en 'planet', moet ook kunnen aanvaarden dat 'profit' even belangrijk is. Dat mag geen taboe zijn. Ondernemingen die hun waren met het Max Havelaar-label willen laten certificeren, moeten natuurlijk wel onze spelregels respecteren. Onze bedrijfspartners betalen een licentierecht en moeten wel bereid zijn de hele productie- en handelsproces op fairtrademaatstaven te laten controleren door onafhankelijke derden.

Is fair trade voor sommige bedrijven niet alleen een schaamlapje? Ik wil met alle bedrijven - zonder enig onderscheid - in dialoog gaan. Laat dit maar een uitnodiging zijn voor al wie landbouwproducten importeert uit het Zuiden. Ik hoop dat ik vele potentiële licentiehouders kan inspireren. Ik ga ervan uit dat kandidaat- licentiehouders oprecht zijn in hun engagement. Dat ze dus echt willen bijdragen tot de ontwikkeling in het Zuiden via ethische regels die verder gaan dan de wettelijke verplichtingen. En zelfs als bedrijven een Max Havelaar-label nastreven om hun imago op te krikken. So what? Dan doen ze toch al een stap in de goede richting. En ook al kan je vragen stellen bij de motivatie van sommige bedrijven, dan nog krijg je wat de filosoof Toon Vandevelde 'de disciplinerende werking van de hypocrisie' noemt. Een bedrijf dat zich als licentiehouder achter het idee van fair trade schaart, maar daar in andere activiteiten diametraal tegenovergesteld naar handelt, zal moeten bijsturen. Want op termijn wordt het bedrijf daar zeker over bevraagd door het personeel of door externe stakeholders. Trouwens, visionaire bedrijfsleiders begrijpen dat een maatschappelijk verantwoorde benadering en rendabiliteit niet tegenstrijdig hoeven te zijn.

Max Havelaar wordt bij ons vooral geassocieerd met koffie en bananen. Dat ook andere producten onder het fairtradelabel worden vermarkt, is veel minder bekend. Heeft u plannen om andere producten met een Max Havelaar-keurmerk meer onder de aandacht van het brede publiek te brengen? We moeten ons vooral concentreren op de grote volumes die uit het Zuiden komen om een zo groot mogelijke impact te realiseren. De aandacht gaat vooral naar koffie, bananen, cacao, katoen en soja en dat moeten we ook blijven doen. Andere fairtradewaren zoals honing, snijbloemen, chips en wijnen worden in veel minder grote hoeveelheden geïmporteerd. Maar het vraagt nagenoeg even veel energie om kleinere instromen te certificeren als de grote volumes. Dat is een spanningsveld. In België heb ik 15 gedreven collega's. De vraag is dus ook hier hoe je de beschikbare mensen zo optimaal mogelijk inzet om een zo groot mogelijke impact in het Zuiden te realiseren. Dat betekent dat we prioriteiten moeten stellen.

De stijgende vraag naar alternatieve energiebronnen biedt misschien een kans voor de boeren in het Zuiden. Waarom zouden ze niet massaal overschakelen op het telen

van gewassen als zonnebloemen, koolzaad en maïs en de energieleverancier van de wereld worden? Ligt daar geen opportuniteit? En zo ja, waarom wordt ze niet benut? Dat zou een nieuwe insteek kunnen zijn voor producenten in het Zuiden. De Nederlandse afdeling van Max Havelaar verkent of gecertificeerde groene stroom haalbaar is en potentieel heeft. Daarbij moet men met verschillende factoren rekening houden, want als dit ten koste gaat van de plaatselijke voedselgewassen, is dat desastreus. Men moet dergelijke projecten dus heel voorzichtig benaderen. Mijn voertuig heeft een brandstoftank van 50 liter. Om zo'n tank een keer te vullen met biofuel is er maar liefst 200 kilo basismateriaal zoals maïs nodig. Daar kan iemand een jaar van leven. Het mag en kan niet de bedoeling zijn dat de voedselbevoorrading in het gedrang komt. Daarbovenop komt dan nog het nefaste effect van de stijgende voedselprijzen.

Is de samenwerking met de lokale boeren vaak geen druppel op een hete plaat als je bedenkt onder welke hopeloze regimes die mensen moeten overleven, zoals in het Zimbabwe van de dictatoriale president Robert Mugabe? Ook Vredeseilanden heeft zijn kantoor in Zimbabwe moeten sluiten. Men zou er zo veel kunnen realiseren en het lukt niet omdat Mugabe de registratierechten voor ngo's optrok, bankrekeningen van ngo's blokkeerde en omdat het personeel werd bedreigd. Dat doet uiteraard pijn. Het werk van zovele jaren in een land met zoveel mogelijkheden zie je in korte tijd helemaal in rook opgaan. Dat moet je verwerken. Maar tegenover die mislukking staan zoveel andere projecten die wel hoop geven en waar we energie uit putten. Dat zijn de projecten die mij inspireren en mijn optimisme voeden.(KS)

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/

screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada