nieuws

"Steeds meer bedrijven nemen duurzaam engagement op"

nieuws

De Rainforest Alliance houdt zich al twintig jaar bezig met duurzame ontwikkeling in de breedste zin van het woord. De ngo reikt ook labels uit aan lokale boeren die leveren aan grote bedrijven. Onder andere McDonald's, Chiquita, Lipton en Colruyt hebben een certificaat. "Steeds meer bedrijven nemen hun engagement op. Ze riskeren tegenwoordig een slechte reputatie als ze met weinig duurzame leveranciers werken", zegt directeur Tensie Whelan in een interview met De Morgen.

4 DECEMBER 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:40

Via kleinschalige, lokale projecten voert de milieugroepering Rainforest Alliance een gevecht tegen de opwarming van de aarde. In de marge van de klimaattop op Bali had De Morgen een interview met directeur Tensie Whelan.

De Rainforest Alliance houdt zich al twintig jaar bezig met duurzame ontwikkeling in de breedste zin van het woord. Zo is de ngo met een aandeel van 40 procent of 45 miljoen hectare de grootste certificeerder van fsc-labels voor hout afkomstig uit bossen die verantwoord beheerd en behouden worden. De Rainforest Alliance werkt voorts aan een globaal erkenningscertificaat voor duurzaam toerisme en reikt ook labels uit aan lokale boeren die leveren aan grote bedrijven. De Rainforest Alliance heeft dergelijke overeenkomsten al met vele honderden koffieboeren, cacao-, bananen- en suikerplantages. Onder andere McDonald's, Chiquita en Colruyt hebben een certificaat. Onlangs is daar via Lipton ook nog thee bij gekomen.

Wat willen jullie bereiken met de certificatie van theeleveranciers van Lipton? *Tensie Whelan:* De overeenkomst met Lipton is historisch. Het is voor het eerst dat een groot bedrijf duurzaamheid doorvoert over de hele lijn. Tegen 2010 moet alle thee voor de West-Europese markt gecertificeerd zijn, en tegen 2015 alle thee tout court. Daar zijn twee miljoen producenten bij betrokken. Landbouw heeft een enorme impact op de grond. Gaande van bodemerosie over de vernietiging van de habitat van wilde dieren tot watervervuiling. Daar komen nog de slechte werkomstandigheden en het gebrek

aan een gezonde en veilige werkomgeving voor het personeel bij. Via certificering proberen we dat recht te trekken. Lokale boeren moeten aan zowat tweehonderd criteria voldoen om zo'n certificaat te krijgen.

Bereiken jullie die kleinere bedrijven via hun afnemers? Dat hangt ervan af. In het geval van Lipton heeft het bedrijf een aantal plantages voorgesteld waarmee we zouden beginnen. Maar uiteindelijk zullen we naar alle plantages gaan. In andere gevallen vroegen producenten zelf om een certificaat. Veel producentenbonden alsook het Zuid-Amerikaanse land Colombia maken van zo'n overeenkomst een topprioriteit, omdat ze zien dat de productiviteit omhooggaat en de boeren competitiever worden.

Hoe controleren jullie of een bedrijf zijn best blijft doen? Door jaarlijkse controles. Soms doen we ook verrassingsaudits, als we horen dat er problemen zijn.

Het heeft nogal wat voeten in de aarde gehad om Chiquita hierbij te betrekken. Er waren grote problemen met ontbossing in Centraal-Amerika, maar ook met gezondheid en veiligheid. Plaatselijke ngo's waren erg bezorgd en Chiquita lag onder vuur. Toen zijn we begonnen met het toekennen van certificaten aan alle plantages van Chiquita. Dat heeft tien jaar geduurd. Maar het werpt zijn vruchten af. Er wordt jaarlijks alleen al 5 miljoen dollar uitgespaard aan pesticiden. Het personeel krijgt twee keer het gemiddelde loon en er zijn voor hen nieuwe woningen gebouwd. Nu zijn we met Dole bezig.

Greenpeace staat vooral bekend om zijn acties die heel zichtbaar zijn voor het grote publiek. Jullie kiezen voor de dialoog. Waarom? Groeperingen als Greenpeace heb je nodig om consumenten en bedrijven een geweten te schoppen. Onze focus ligt op het terrein zelf. Als je ziet hoe er met bossen is omgegaan, dat is heel slecht. Om dat te verbeteren moet je werken met producenten en bedrijven die duurzaam te werk willen gaan, want regeringen zijn nooit goed geweest in duurzame thee- of koffieproductie.

Is het niet moeilijk om bedrijven te overtuigen? Dat was zo. Maar steeds meer bedrijven nemen hun engagement op. Ze riskeren tegenwoordig een slechte reputatie als ze met weinig duurzame leveranciers werken.

Klimaatverandering beheerst de agenda. Stoort dat niet voor een ngo die breder wil gaan? Veel van ons werk heeft impact op de klimaatverandering. Zo is 20 procent van de CO2-uitstoot afkomstig van ontbossing en landbouw. Ons doel is de uitstoot te verminderen door ontbossing tegen te gaan. We blijven werken op ons terrein en maken dus geen uitstap naar bijvoorbeeld energietechnologie, want daarin hebben we geen expertise.(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