



**De Noord-Zuid kloof verkleind**  
**Sustainability Congres 2004 – Bussum**  
**Jeroen Kroezen**

## Onderwerpen

- Introductie AgroFair
- De rol van AgroFair BV en AgroFair Assistance & Development
- Verantwoordelijkheden
- Onafhankelijke controle
- De kloof verkleind
- Problemen
- Resultaten
- Dilemma's rond kwaliteitsstandaarden
- Kritische succesfactoren
- Toekomstverwachtingen





*Agri*culture

+

*Fair*trade

=

*AgroFair*



# Introductie AgroFair

- Een “Ontwikkelingsbedrijf”
- Oprichting 1996 als handelscoalitie tussen producentenorganisaties en Europese organisaties
- Producent, importeur, distributeur en marketeer van tropisch fruit
- Fruit afkomstig uit Zuid- en Centraal Amerika en West Afrika





## De rol van AgroFair BV

- Marktontwikkeling en commerciële vertegenwoordiging op de Europese markt
- Import, kwaliteitsmanagement en logistiek management.
- Ondersteuning en begeleiding producentenorganisaties
- Het slechten van handelsbarrières (i.v.m. EU tarief-quota regelingen)



## De rol van AgroFair Assistance & Development

- Hulp bij omschakeling van conventionele teelt naar Fairtrade en/ of biologische productie
- Advies/ begeleiding bij verschillende certificeringsprocedures
- Steun van organisatorische, financiële en technische aard
- Ontwikkeling van export promotieprogramma's



# Verantwoordelijkheden

- Directe, duurzame en transparante handelsrelaties met boeren in ontwikkelingslanden
- Meer stabiliteit voor producenten
- Kostendekkende prijs waarbij sociale kosten en milieukosten expliciet worden meegenomen



# Onafhankelijke controle

- Transparante en gecontroleerde handelsketen;
- Onafhankelijke certificering door FLO international



## De kloof verkleind

### Producenten oa.

Costa Rica

Ghana

Ecuador

Colombia

Peru

Burkina  
Faso

# AgroFair

### Nationale detailhandel in:

Zwitserland: Coop, Migros

Benelux: C1000, Konmar,  
GB Carrefour, Colruyt

Denemarken/ Finland: COOP  
DK, Kesko, Inex, Tukospar

Engeland: Coop, Waitrose

Italië: Esselunga & CTM shops

Oostenrijk: Spar, Merkur, Billa,  
Zielpunkt, ADEG



# Problemen

- Protectionisme (quota, tariefheffingen, subsidie)
- Logistiek
- Dominante positie van retailers die ernaar neigen om fairtrade producten als service product te positioneren
- Europese kwaliteitseisen; EurepGap



## Resultaten

- Vijftien boerenorganisaties hebben een handelsrelatie met AgroFair, en produceren duurzaam
- Voor naar schatting 10.000 gezinnen is het leeuwendeel van hun inkomen gerelateerd aan de AgroFair handelsketen
- Verwachte omzet AgroFair 2004: € 40 mln, winst: € 1 mln
- Mainstream: COOP Zwitserland verkoopt alleen nog maar Fairtrade gecertificeerde bananen
- “Als beste getest” in Europese consumententest
- Alle bananen-multinationals zetten hun eerste stappen op het gebied van fairtrade



## Dilema's rond kwaliteitsstandaarden

- EurepGap
  - Bananen wassen in water van Europees drinkwaterniveau, terwijl de arbeiders thuis vies water drinken



## Kritische succesfactoren

- Productkwaliteit moet op A-niveau zijn
- Voldoende schaalgrootte
- Concurrerende prijzen
- Transparantie
- Bottum-up ketenintegratie en ownership



## Toekomst verwachtingen

- Groeiprognose: 20% per jaar
- Nieuw Fairtrade fruit zoals mango, ananas en citrus





**The End!**