

in opdracht van:



Ervaringen met multi-stakeholder initiatieven

Joris Oldenziel
m.m.v. Isabelle van Notten en Ineke Zeldenrust

Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen
Mei 2003

| | |
|--|----|
| Inleiding | 3 |
| 1. De opkomst van Multi-Stakeholder Initiatieven (MSI's) | 4 |
| Stappen binnen een MSI | 4 |
| 2. Voorbeelden van Multi-stakeholder initiatieven | 6 |
| Ethical Trading Initiative (ETI) | 6 |
| Fair Wear Foundation (FWF)..... | 6 |
| Forest Stewardship Council (FSC)..... | 7 |
| Marine Stewardship Council (MSC) | 7 |
| Nederlands Bloemen Beraad | 7 |
| Better Banana Project | 8 |
| 3. Proces: Kritische factoren voor het opzetten van een MSI..... | 9 |
| Aanlooptijd | 9 |
| Afbakening van werkterrein en normering..... | 9 |
| Betrekken van 'stakeholders' | 10 |
| Op welk moment worden stakeholders betrokken? | 10 |
| Governance structuur | 11 |
| Doelstelling: lidmaatschap of keurmerk/certificering | 12 |
| De "business case" | 12 |
| 4. De praktijk: Kritische factoren bij de uitvoering binnen een MSI..... | 14 |
| Relatie tussen detailhandel (inkoper) en leverancier | 14 |
| Inhoud van codes | 14 |
| Monitoring, verificatie en rapportage | 14 |
| Participatie van lokale organisaties, NGO's, en vakbonden | 15 |
| Impact..... | 15 |
| Literatuur en documentatie | 16 |
| Bijlage 1: Ethical Trading Initiative | 17 |
| Bijlage 2 : Fair Wear Foundation | 19 |
| Bijlage 3: Forest Stewardship Council | 21 |
| Bijlage 4: Marine Stewardship Council | 24 |
| Bijlage 5: Nederlands Bloemen Beraad | 27 |
| Bijlage 6: Better Banana Project | 29 |
| Bijlage 7: Lijst met geïnterviewden in het kader van dit onderzoek | 31 |

Inleiding

Dit rapport is geschreven door Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (SOMO) in opdracht van het Nationaal Initiatief Duurzame Ontwikkeling (NIDO). SOMO heeft een kort onderzoek verricht naar samenwerkingsverbanden tussen maatschappelijke organisaties en bedrijfsleven op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) in de internationale context. Doel van de inventarisatie is om bestaande ervaringen in kaart te brengen. Het onderhavige rapport dient als startnotitie voor het NIDO-programma “Duurzaam ondernemen in internationale context”, dat in 2003 van start gaat.¹ De doelstelling van dit programma is om in samenwerking met een 20-tal Nederlandse bedrijven concreet te maken hoe je als bedrijf je maatschappelijke verantwoordelijkheid in internationaal verband in de praktijk kunt brengen. Het programma is onderverdeeld in twee sprongprojecten, “Duurzaam ondernemen en globalisering” en Duurzaam ondernemen en ketenverantwoordelijkheid”.

In het kader van dit onderzoek zijn initiatieven onderzocht waarbij bedrijven, NGO's en vakbonden samenwerken. Op basis van bronnenonderzoek en interviews met direct betrokkenen bij deze “multi-stakeholder initiatieven” (MSI's) worden kritische factoren voor het opzetten van een vergelijkbaar initiatief uiteengezet, zowel bij het proces van voorbereiding als bij de uitvoering.

¹ Programmaopdracht “Duurzaam ondernemen in de internationale context” Nationaal Initiatief Duurzame Ontwikkeling, Prof. Dr. Jacqueline Cramer en drs Bernedine Bos, Leeuwarden, maart 2003

1. De opkomst van Multi-Stakeholder Initiatieven (MSI's)

Enige achtergrondinformatie over het ontstaan van MSI's is van belang voor een beter begrip van de context waarin de huidige aandacht voor MSI's gezien moet worden. De vrijwillige multi-stakeholder benadering is onderdeel van een bredere discussie over Maatschappelijke Verantwoord Ondernemen (MVO), waarbinnen de verantwoordelijkheden tussen overheden en bedrijfsleven, en de rol van internationale normen en verdragen belangrijke aspecten zijn.

Sinds midden jaren negentig zijn in toenemende mate vrijwillige initiatieven ontstaan waarbij bedrijven, bedrijfsverenigingen en maatschappelijke organisaties (NGO's en vakbonden) samenwerken om internationaal aanvaarde sociale, ethische, en milieustandaarden in de productieketen van bedrijven te implementeren. Deze initiatieven zijn veelal ontstaan door een gebrek aan, of slechte naleving van wetgeving op dit gebied. In toenemende mate vindt productie voor westerse bedrijven plaats in ontwikkelingslanden, waar problemen kunnen voorkomen als kinderarbeid, discriminatie, schending van vakbondsvrijheid, milieuschade, etc. Juist in deze landen is er vaak een gebrek aan implementatie van wetgeving, terwijl ook internationale wetgeving die de problemen kan oplossen ontbreekt.

MSI's stappen in het vacuüm dat door slechte regulering is gecreëerd. Het idee van een multi-stakeholder benadering krijgt momenteel veel aandacht in de discussie over MVO. De overheid wijst op de goede voorbeelden van zelfregulering, en de pers is hierin geïnteresseerd. Door samenwerking wordt begrip gekweekt tussen maatschappelijke organisaties en bedrijven voor onopgeloste maatschappelijke problemen en de dilemma's die daarbij spelen.

Aan de andere kant geven MSI's slechts één van de antwoorden op het vraagstuk hoe deze problemen kunnen worden opgelost en hoe bedrijven meer maatschappelijke verantwoordelijkheid op zich kunnen nemen. Veel maatschappelijke organisaties zien vrijwillige initiatieven als 'second-best' opties zolang er geen internationaal bindende regelgeving is. Zij vragen zich af of het op lange termijn wenselijk is dat bedrijven en maatschappelijke organisaties onderling het verbeteren van arbeidsomstandigheden en milieueffecten aanpakken. Vrijwillige initiatieven moeten in hun ogen niet ten koste gaan van effectieve (lieft internationale) regulering. De multi-stakeholder benadering heeft ook zijn beperkingen: het gaat bij voorbeeld nog steeds om een klein aantal bedrijven en kleine marktsegmenten. Het gros van de bedrijven, werknemers, leveranciers en producenten blijft buiten beschouwing.

Stappen binnen een MSI

Alhoewel er verschillen bestaan in de opzet, samenstelling en doelstellingen van MSI's, wordt er vaak een aantal zeer vergelijkbare stappen gezet binnen deze initiatieven, die moeten leiden tot de uiteindelijke verwezenlijking van de doelstellingen. Dit schema is gemaakt op basis van de hier beschreven inventarisatie van MSI's. Het geeft aan welke stappen idealiter gezet worden in deze volgorde, maar er zijn initiatieven die of stappen overslaan, of slechts enkele stappen tot hun mandaat rekenen.

MSI Stappenplan

| | | |
|---|--|--|
| 1 | Code opstellen | Er wordt overeenstemming bereikt over de normen waaraan voldaan zal moeten worden, of waarnaar gestreefd zal worden. Vaak zijn dit internationale milieu- en of sociale standaarden. |
| 2 | Overige criteria voor participatie vaststellen | Veelal worden tegelijkertijd met de vaststelling van de normen, afspraken gemaakt over overige voorwaarden en principes, zoals transparantie, rapportage, monitoring en onafhankelijke verificatie, die ten grondslag liggen aan het initiatief. |
| 3 | Implementatie | De betrokken bedrijven beginnen met het zetten van stappen ter implementatie van de code (hierbij vaak ondersteund door het secretariaat van het MSI) Dit kan o.a. betekenen het in kaart brengen van de uitbestedingsketen, vertalen van de normen in lokale taal, toeleveranciers en werknemers trainen, management systeem opzetten, e.d. Onderdeel van de implementatie behelst in theorie ook aanpassingen die naleving door toeleveranciers mogelijk maken, waaronder prijzen en levertijden. |
| 4 | Monitoring | 'Monitoring' in deze context heeft betrekking op het in de gaten houden van de implementatie, om te garanderen dat deze werkelijk plaatsvindt. Dit is een continue proces, waarbij bedrijven doorgaans een belangrijke eigen verantwoordelijkheid hebben. Maar ook NGO's en vakbonden verbonden aan het MSI kunnen hierin een rol spelen. |
| 5 | Verificatie | Verificatie houdt in dat gecontroleerd wordt of de gestelde normen inderdaad worden nageleefd, en of de implementatie en monitoring heeft plaatsgevonden zoals afgesproken. De verificatie wordt veelal uitgevoerd onafhankelijk van de bedrijven, door het MSI zelf, of door controleurs (auditors) die het MSI aanwijst. De keuze, competentie en achtergrond van diegenen die de verificatie uitvoeren, is vaak een groot discussiepunt. |
| 6 | Verbeterplannen | Zowel tijdens de monitoring als tijdens de verificatie kunnen schendingen van de gestelde normen aan het licht komen. Om tot naleving te komen, moeten verbeterplannen worden opgesteld, waarbij wordt vastgesteld welke stappen er gezet zullen worden en op welke termijn (Corrective action plans). |
| 7 | Certificering | Certificering vindt plaats als aan alle voorwaarden is voldaan en naleving van de normen onafhankelijk is geverifieerd. Er bestaan verschillende soorten certificering; van het gehele bedrijf of van een bepaald product. Certificering is een laatste stap, die in een aantal MSI's nog niet plaats vindt, omdat het een garantie op naleving impliceert. In bepaalde sectoren (zoals kledingsector) zijn de problemen zo groot dat naleving in de gehele keten bij alle toeleveranciers nog lang geen realiteit is. In dat geval worden bedrijven getoetst op hun inspanningen en resultaten, en gehonoreerd met lidmaatschap van het initiatief. |

2. Voorbeelden van Multi-stakeholder initiatieven

Hieronder volgt een kort overzicht van de zes initiatieven die als basis dienen voor dit rapport. Deze selectie is gemaakt om een idee te geven van verschillende soorten initiatieven die er bestaan; verschillende sectoren, verschillende thema's op sociaal en milieu-gebied, en zowel nationale als internationale initiatieven. Deze inventarisatie is niet compleet, maar de initiatieven die zijn onderzocht geven een groot aantal belangrijke leerelementen voor toekomstige en vergelijkbare initiatieven.

Ethical Trading Initiative (ETI)

Het Ethical Trading Initiative (ETI) is een samenwerkingsverband tussen bedrijven, NGO's en vakbonden waarbinnen wordt gewerkt aan de identificatie en promotie van "best practices" in de implementatie van een gedragscode op het gebied van arbeidsomstandigheden. De ETI hanteert daarbij de ETI Base Code, die is gebaseerd op de modelcode van de ICFTU (International Confederation of Free Trade Unions) en bestaat uit negen basis-arbeidsnormen.

Op dit moment bestaat het ETI uit 24 leden vanuit het bedrijfsleven, vier (internationale) vakbonden en 18 Engelse NGO's. ETI werd in 1998 gelanceerd na een dialoog tussen Engelse bedrijven, NGO's en vakbonden. De belangrijkste activiteit van het ETI tot nu toe is het opzetten van 'pilot projects', gericht op het vergaren van praktijkervaring in het implementeren van de gedragscode in de keten van de deelnemende bedrijven.

Het ETI verifieert en certificeert niet zelf en is niet verantwoordelijk voor de auditing van de deelnemende bedrijven. De deelnemende bedrijven hebben de eigen verantwoordelijkheid om de gedragscode te implementeren en om een interne monitoring op te zetten. Daarnaast moet elke deelnemer zich committeren aan één pilot project, en rapporteren over de implementatie inspanningen die het bedrijf heeft geleverd om tot naleving van de code te komen.

In een ETI pilot wordt een multi-stakeholder benadering gehanteerd. Dit betekent dat een pilot wordt opgezet en uitgevoerd door een samenwerking tussen een van de deelnemende NGO's, vakbonden en het bedrijf. Deze multi-stakeholder benadering wordt vervolgens ook opgezet in het productieland waar de pilot uiteindelijk plaatsvindt.

Het ETI lijkt qua structuur en opzet zeer veel op FWF (zie hieronder), maar is multi-sectoraal. De belangrijkste pilots die tot nu toe zijn geïnitieerd zijn op het gebied van kleding, horticulture, wijn en bananen.

Fair Wear Foundation (FWF)

De Fair Wear Foundation is een Nederlands samenwerkingsverband tussen NGO's, vakbonden en de brancheorganisaties in de kledingindustrie Mitex en Modint. Dit initiatief richt zich uitsluitend op verbetering van arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie. FWF heeft een gedragscode opgesteld, analoog aan de modelcode van de Clean Clothes Campaign (CCC-modelcode) en de ICFTU modelcode². Daarnaast is er een aantal basisprincipes geformuleerd die deelnemende bedrijven moeten onderschrijven, gericht op de interne controle, stapsgewijze aanpak en onafhankelijke verificatie.

Bedrijven die deze gedragscode onderschrijven en uitvoeren, worden "deelnemer van Fair Wear". Zij verplichten zich daarmee om de arbeidsnormen die in de gedragscode genoemd worden, te gaan implementeren bij hun leveranciers van kleding. Bovendien accepteren zij dat Fair Wear Foundation controleert of er

² Zie Fair Wear Foundation, Principes en beleid, mei 2002

daadwerkelijk verbetering van de arbeidsomstandigheden optreedt waar dat nodig is.

Vergelijkbare proefprojecten zijn momenteel gaande waarbij nationale secties van de Clean Clothes Campaign zijn betrokken. Andere initiatieven in de wereldwijde kledingindustrie, die min of meer op dezelfde basis opereren zijn de Fair Labor Association (FLA), en de Worker's Rights Consortium (WRC)

Forest Stewardship Council (FSC)

Forest Stewardship Council (Raad voor Goed Bosbeheer) is een wereldwijde, onafhankelijke organisatie, zonder winstoogmerk. FSC heeft een wereldwijde standaard ontwikkeld voor goed bosbeheer. Zij beheert het FSC-keurmerk en ziet toe op de juiste toepassing van de standaard. FSC werd in 1993 in Toronto opgericht door uiteenlopende partijen als natuur- en milieuorganisaties, boseigenaren, mensenrechtenorganisaties, vertegenwoordigers van lokale bevolkingsgroepen en vooruitstrevende houthandelaren. Er waren 130 mensen uit 25 landen aanwezig op de bijeenkomst in Toronto. Onder de milieu-organisaties waren Wereld Natuur Fonds (WNF), Greenpeace en Friends of the Earth. In 1994 keurden de oprichters de principes en criteria voor duurzaam bosbeheer goed als basis voor het FSC keurmerk.

Het doel van FSC is het bieden van een strikt onafhankelijk, internationaal en geloofwaardig keurmerksysteem voor hout en houtproducten, zodat de consument (incl. professionele eindgebruiker) een garantie heeft dat zijn produkt van een duurzaam (sociaal, ecologisch en economisch) beheerd bos komt. Het uiteindelijke doel is ontbossing te verminderen en te voorkomen.

In maart 2003 voldeden 486 bossen in 55 landen aan de FSC-principes, goed voor een totaal areaal van bijna 35 miljoen hectare (ruim acht keer Nederland) gegarandeerd goed beheerd bos. 12 certificerende instellingen zijn door FSC 'geaccrediteerd'.

Marine Stewardship Council (MSC)

Het MSC is een keurmerkverlenende instantie dat een milieustandaard heeft ontwikkeld voor "goed en duurzaam" beheer van vis. MSC is in 1997 opgezet door het Wereld Natuur Fonds (WNF) en Unilever. Na een proces om andere stakeholders bij dit initiatief te betrekken, is MSC vanaf 1999 onafhankelijk van WNF en Unilever. MSC heeft principes en criteria geformuleerd voor duurzame visvangst, gebaseerd op de gedragscode van de Voedsel en Landbouw Organisatie (FAO) van de Verenigde Naties.

Bij dit initiatief zijn meer dan 100 organisaties betrokken uit 20 landen: wetenschappelijke en academische organisaties, natuur en milieu NGO's, consumentenorganisaties, internationale overheidsinstellingen (VN, OESO, EU), visvangstbedrijven, visverwerkingsindustrie, detailhandel en supermarktketens, en lokale bevolkingsgroepen afhankelijk van de visvangst. Al deze partijen zijn gelijk vertegenwoordigd in een breed "MSC Stakeholder Council" van 40 personen. In 2002 zijn er wereldwijd 100 producten met het MSC keurmerk.

Nederlands Bloemen Beraad

Een coalitie van Europese NGO's en vakbonden heeft in 1998 een gedragscode opgesteld voor de snijbloemensector, de "International Code of Conduct (ICC) of the Flower Label Campaign" Deelnemende organisaties zijn onder meer de International Union of Food (IUF), Flower Campaign Germany, OLAA (Organisatie Latijns Amerika Activiteiten, Nederland), FNV Bondgenoten, Fair Trade Center, Zweden en Christian Aid in Engeland.

De gedragscode is bedoeld om te garanderen dat de bloemen zijn gekweekt en verwerkt onder sociaal en milieutechnisch verantwoorde omstandigheden. Deze gedragscode omvat een omschrijving van waar binnen de internationale snijbloemenhandel de arbeidsomstandigheden minimaal aan moeten voldoen, welke mensenrechten gerespecteerd moeten worden en wat de milieunormen voor de branche zijn. De bedrijven worden geacht te bedingen van de toeleveranciers, de tussenpersonen en externe bedrijven waar zij mee werken dat die deze normen eveneens in acht nemen.

In 2000 hebben de drie Nederlandse organisaties (die zich gezamenlijk het Nederlands Bloemen Beraad noemen) een intentieverklaring getekend met de snijbloemenbranche. Milieu Programma Sierteelt (MPS) is een programma van de snijbloemenbranche om de milieubelasting op de snijbloemenbedrijven zoveel mogelijk te beperken. Door onderhandelingen worden bij het bestaande business-to-business label van MPS de criteria uit de ICC geïmplementeerd. Er is nu een Sociale Paragraaf binnen het MPS systeem opgesteld door het MPS en het Nederland Bloemen Beraad (NBB). Deze Sociale Paragraaf is een uitwerking van de ICC gedragscode en wordt gedragen door telers in het Zuiden en het Noorden, door de IUF en FNV en door de NGO's.

Better Banana Project

Het Better Banana Project is een certificeringsprogramma voor de bananenteelt voor zowel milieu- als sociale aspecten. Het is geen multi-stakeholder initiatief, maar eerder een initiatief van een NGO-netwerk dat zich richt op het verbeteren van bedrijfsvoering in ondernemingen op milieu en sociaal gebied.

Begin jaren 90 formuleerde de Amerikaanse NGO Rainforest Alliance milieunormen voor de bananenteelt. Dit deed de Rainforest Alliance naar aanleiding van campagnes die het negatieve effect van de uitbreiding van bananenteelt op tropische wouden aan het licht brachten. In 1994, werd een certificeringssysteem opgezet dat Eco-OK heette en een aantal grote bananenplantages werd gecertificeerd in Costa Rica. Meer dan de helft van deze plantages was eigendom van het bedrijf Chiquita, waar Rainforest Alliance vanaf het begin mee samenwerkte. Dit initiatief van de Rainforest Alliance heet nu het Better Banana Project (BBP)

3. Proces: Kritische factoren voor het opzetten van een MSI

De onderzochte initiatieven zijn allen gericht op implementatie van MVO-normen (sociaal, milieu) in de keten van de onderneming, en zijn om die reden interessant voor het NIDO-programma, met name voor het sprongproject "duurzaam ondernemen en ketenverantwoordelijkheid". Uit de inventarisatie blijkt dat er al veel ervaring en kennis is opgedaan met het opzetten van dergelijke initiatieven. De ervaringen kunnen worden opgesplitst in de ervaringen met het *proces* om te komen tot een MSI, en de ervaringen met de *praktijk*, de werkelijke uitvoering wanneer het initiatief tot stand is gekomen. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de procesmatige aspecten van het opzetten.

Aanlooptijd

Eén van de meest opvallende kritische factoren die uit het onderzoek naar MSI's naar voren komt is de bijzonder lange aanlooptijd die nodig is geweest om dergelijke initiatieven op te zetten. Dit aspect is uiterst belangrijk omdat het op vele andere factoren van invloed is. Bijvoorbeeld op de motivatie van de betrokken partijen en op de geloofwaardigheid van het initiatief in het Zuiden wanneer snelle resultaten uitblijven.

De gesprekken tussen de Nederlandse Schone Kleren Campagne en relevante vakbonden en brancheorganisaties die leiden tot de oprichting van de FWF in 1999 begonnen al in 1994. De FWF is nog maar zeer recentelijk uit de experimentele fase gekomen met het afronden van een aantal 'pilots' om de controlemethodiek te testen in productielanden.

In Zwitserland heeft de Clean Clothes Campaign pilots opgezet met drie grote Zwitserse retailers, Mabrouc, Migros en Charles Veillon. In de evaluatie heeft de onafhankelijke projectmanager aangegeven dat vijf jaar een realistisch tijdpad is voor het opzetten van een MSI en uitvoeren van proefprojecten om de systematiek te toetsen aan de praktijk.

De voornaamste reden voor de lange aanlooptijd van dergelijke initiatieven is het feit dat verschillende belangen overbrugd moeten worden. De belangen van de bedrijven enerzijds, en van de maatschappelijke organisaties anderzijds. Maar ook die van verschillende soorten bedrijven in de keten onderling, en die van verschillende maatschappelijke organisaties onderling, zoals vakbonden en NGO's. Aangezien een MSI alleen effectief kan functioneren op basis van overeenstemming, kunnen fundamentele besluiten binnen het initiatief onderwerp van lange onderhandelingen zijn. Stap 1 en 2 van bovengenoemd stappenplan (code opstellen en criteria voor participatie) nemen dan ook veel tijd in beslag.

Een ander tijdrovend element is de complexiteit van veel van de behandelde problemen en de complexiteit van de productieketen. Daarom is ook stap 3 van het stappenplan (implementatie) een zeer tijdrovende exercitie, dat door de bedrijven vaak wordt onderschat. De problematiek in de keten blijkt vaak groter dan gedacht, en is het vaak moeilijk om betrouwbare informatie te vergaren en veranderingen teweeg te brengen.

Afbakening van werkerterrein en normering

In veel gevallen zijn initiatieven gericht op implementatie van MVO-normen beperkt tot een deelaspect van MVO, zoals arbeidsomstandigheden of milieuaspecten. De reden hiervoor is dat het erg moeilijk kan zijn een controlesysteem op te zetten waarbij alle verschillende aspecten worden meegenomen. Dit vereist verschillende soorten netwerken van NGO's en verschillende competenties van de controleurs. Wanneer een deelaspect wordt aangepakt is de kans groter dat er

overeenstemming kan worden bereikt over de standaard en over de indicatoren voor de naleving. Daarbij kan dan bijvoorbeeld worden gekeken naar de grootste problemen in de sector. Zo zijn arbeidsomstandigheden het voornaamste probleem bij de productie van kleding. Dieper in de kledingketen, bij de productie van stoffen voor kleding, vinden weer meer milieuproblemen plaats. Een duidelijke afbakening van de keten waarop het initiatief van toepassing is, en de normen waarover het gaat, zijn belangrijk voor de effectiviteit.

Bij de afbakening van de reikwijdte van het multi-stakeholder initiatief moet een aantal keuzes worden gemaakt: welke sectoren worden geselecteerd, welke thema's worden binnen die sector aangepakt, hoever is de reikwijdte van de keten. Het afbakenen, van bijvoorbeeld de keten, behelst niet alleen het identificeren waar de grootste problemen liggen, maar het is ook een politieke discussie die dus ook met maatschappelijke organisaties gevoerd zal moeten worden. Het gaat er niet alleen om in hoeverre bedrijven invloed hebben op de keten, maar ook wat ze kunnen ondernemen om de invloed te krijgen die ervoor kan zorgen dat MVO-normen kunnen worden afgedwongen. Vaak richten MSI's zich op één sector of productgroep, of alleen op arbeidsomstandigheden of milieuaspecten.

Het ETI is multi-sectoraal, maar richt zich wel specifiek op arbeidsnormen. Daarnaast richt het ETI zich alleen op de eerste drie stappen van een MSI; er vindt geen verificatie plaats. Bovendien worden de proefprojecten van het ETI wel op sectoraal niveau uitgevoerd.

Daarnaast is het met betrekking tot de normering van belang om bij de te formuleren standaard goed na te gaan waar de lat wordt gelegd in reeds bestaande initiatieven. Zo hebben bijvoorbeeld ETI, FWF en het NBB naast de vier fundamentele arbeidsnormen (geen kinderarbeid, geen dwangarbeid, geen discriminatie en vakbondsvrijheid) ook veiligheid en gezondheid, werkzekerheid en leefbaar loon opgenomen. De gedragscodes zijn allen analoog aan de modelgedragscode van de International Confederation of Free Trade Unions (ICFTU).

Betrekken van 'stakeholders'

De geloofwaardigheid van een MSI staat of valt met commitment van zoveel mogelijk van de partijen die betrokken zijn bij de problematiek. Welke van deze 'stakeholders' worden benaderd, op welk moment, en hoe deze betrokkenheid gestalte krijgt, is dan ook één van de belangrijkste aandachtspunten. Aangezien er sprake is van vaak complexe internationale ketens hebben veel verschillende groepen een belang, en het is dan ook een moeilijke opgave om alle deze belangen evenredig vertegenwoordigd te hebben in het initiatief.

Wie zijn de stakeholders?

De eerste stap bij het betrekken van de stakeholders betreft het inventariseren en identificeren van de verschillende groepen, waarbij ook aangegeven dient te worden wie de belangrijkste stakeholders zijn. Op het gebied van arbeidsnormen zijn dit bijvoorbeeld de werknemers. Op verschillende niveaus zijn stakeholders te identificeren, zoals op productieniveau (werknemers, vakbonden, lokale NGO's), en op detailhandelniveau (brancheverenigingen, Noordelijke NGO's waaronder consumentenorganisaties en vakbonden).

Op welk moment worden stakeholders betrokken?

De volgende vraag is wanneer welke stakeholders worden betrokken bij het initiatief. Het gevaar bestaat dat wanneer er te lang gewacht wordt met betrekken van stakeholders in de besluitvorming, het initiatief het stempel krijgt gedomineerd te

worden door het bedrijfsleven. De eerste stap voor een succesvol MSI is dat er overeenstemming is over de agenda en dat de partijen voldoende terugvinden van hun eigen belangen. Vervolgens zal overeenstemming gevonden moeten worden over elke volgende te zetten stap en over de procedures.

Unilever heeft in het begin een grote rol gehad binnen het MSC. Volgens NGO's en vakbonden was die rol te groot.. Inmiddels is een zeer groot en divers "MSC Stakeholder Council" opgezet, die ervoor zorg moet dragen dat ook Zuidelijke NGO's een gevoel van 'ownership' met het initiatief zullen krijgen. Het MSC Stakeholder Council bestaat uit twee categorieën, 'public interest' en 'commercial & socio-economic'. Deze categorieën zijn vervolgens weer onderverdeeld vier subcategorieën, zodat een zo breed mogelijk scala van belanghebbenden vertegenwoordigd is (zie bijlage 4).

Hoe worden stakeholders betrokken?

Het daadwerkelijk betrekken van stakeholders betekent meer dan het organiseren van een dialoog tussen bepaalde partijen. In alle multi-stakeholder initiatieven is zeggenschap een zeer belangrijk punt. In veel gevallen wordt een bepaalde structuur opgezet, waarbinnen de verschillende belanghebbenden een evenredige stem hebben.

Betrekken van Zuidelijke partners

Het betrekken en consulteren van Zuidelijke partners is een precaire aangelegenheid. De gevoeligheden en cultuurverschillen tussen bedrijven en maatschappelijke organisaties in het Noorden zijn in productielanden nog vele malen groter. De over het algemeen goede verstandhouding tussen NGO's en vakbonden die in Nederland te zien is, kan er in een productieland heel anders uit zien. Om te voorkomen dat het initiatief als een Noordelijk (soms zelfs protectionistisch) initiatief wordt gezien in de productielanden, is het vroegtijdig consulteren en betrekken van Zuidelijke stakeholders essentieel. Daarbij hoort ook het vinden van een vorm van zeggenschap voor het Zuiden binnen het initiatief.

Het benaderen van Zuidelijke organisaties dient zorgvuldig te gebeuren. De vele initiatieven op dit gebied, vaak in dezelfde sector, veroorzaken verwarring bij Zuidelijke partners. Het is voor hen soms onduidelijk wat er van hen verwacht wordt, en waar hun input gewenst wordt, en welke concrete voordelen deelname aan dergelijke initiatieven oplevert. Ook het feit dat zij steeds opnieuw worden benaderd door nieuwe initiatieven maakt het voor hen moeilijk het kaf van het koren te scheiden. Het betrekken van Zuidelijke partners betekent daarom vaak dat er vertrouwen moet worden opgebouwd. Een manier om Zuidelijke partners te benaderen is via de bestaande netwerken van de Noordelijke partijen, die het initiatief het beste aan hun achterban kunnen uitleggen. NGO's benaderen NGO's, vakbonden de partnerbonden, en bedrijven hun eigen toeleveranciers.

Governance structuur

Vanaf het begin van een MSI moet worden nagedacht over de structuur van het initiatief, hoe de zeggenschap over de stakeholders is verdeeld en georganiseerd, wie de uitvoerende en controlerende taken heeft, en waar het initiatief gezeteld is. De governance structuur moet zo ingericht zijn dat het rekening houdt met de belangen van de verschillende partijen, en dat het als geloofwaardig en onafhankelijk wordt gezien. Dit betekent vaak dat er een onafhankelijke stichting wordt opgericht. Deze stichting bestaat dan vaak uit een secretariaat dat verantwoordelijk is voor de uitvoering en coördinatie, en een bestuur met gelijke vertegenwoordiging van de stakeholders. Daarnaast worden vaak adviesraden in het leven geroepen, bestaande uit een grotere groep betrokkenen en experts (de Schone Kleren Kampagne neemt deel aan het College van Deskundigen van de FWF).

Doelstelling: lidmaatschap of keurmerk/certificering

De genoemde initiatieven werken naar verschillende doelen: sommige opereren op basis van lidmaatschap, terwijl andere een keurmerk verlenen. Dit is een weloverwogen keuze die gemaakt moet worden. Certificering, zoals bij de bloemenvis- en hout-initiatieven, geeft meer duidelijkheid voor de consument, maar impliceert een garantie die niet altijd waar te maken is, met name niet in gecompliceerde uitbestedingsketens.

Het uitgangspunt in het ETI is 'learning from doing'. Door middel van de multi-stakeholder benadering wordt praktijkervaring opgedaan met de implementatie en monitoring van gedragscodes. Deze ervaringen worden gedeeld met de overige leden van ETI. Het standpunt van het ETI is dat het veel te vroeg is voor verificatie, aangezien er eerst nog veel meer ervaring moet worden opgedaan met het implementeren en het controleren van naleving van gedragscodes.

Lidmaatschap, zoals bij FWF en ETI, is vrijblijvender en minder duidelijk naar consumenten, maar doet wel recht aan de problematiek. Het is vaak onrealistisch om te verwachten dat de gehele keten van een onderneming direct aan de gestelde normen voldoet, en dan kan het beter zijn om binnen een samenwerkingsverband (waarbij ook onderling vertrouwen tussen de partijen wordt opgebouwd) aan de implementatie te werken.

Overlap en conflict bestaande initiatieven

Op veel punten bestaat er overlap tussen de bestaande MSI's, in termen van werkvelden, bedrijven, Zuidelijke partners, etc. Dit kan tot inefficiëntie leiden of tot conflicten. Zo hebben bijvoorbeeld vertegenwoordigers van het NBB, het ETI en de Nederlandse Koffiecoalitie afzonderlijk van elkaar Kenia bezocht, en daar met vakbonden, NGO's en vertegenwoordigers van de industrie gesprekken gevoerd, over proefprojecten om monitoring en verificatiesystemen te testen. Dit wekt alleen maar meer verwarring en een zekere 'audit-moeheid' in het Zuiden. Daarom is samenwerking tussen MSI's van wezenlijk belang. Voor nieuwe initiatieven betekent dit al helemaal dat aansluiting en contact met bestaande initiatieven van groot belang is.

De reden dat samenwerking tussen MSI's tot dusver niet erg van de grond is gekomen, is dat er fundamentele verschillen van mening bestaan tussen de MSI's over de uitgangspunten ten aanzien van de code en principes van implementatie, monitoring en verificatie.

In de kledingsector is een groot aantal MSI's actief: het ETI, FWF, Europese MSI's van de CCC, Fair Labour Association (FLA), Worker's Rights Consortium (WRC) en SA 8000. Er bestaan verschillen in opvatting tussen deze organisaties, met name op het gebied van onafhankelijke verificatie. SOMO coördineert sinds 2000 een door de Europese Commissie gefinancierd project dat de Europese initiatieven bij elkaar brengt en dat samenwerking tracht te bevorderen. Sinds een jaar vindt ook uitwisseling met de Noord-Amerikaanse initiatieven plaats, en onlangs is overeengekomen dat er een gezamenlijk proefproject wordt opgezet om mogelijke samenwerking te testen.

De "business case"

Een belangrijk vraagstuk in het proces van het starten van een MSI is uiteraard hoe bedrijven kunnen worden geïnteresseerd voor deelname. Dit geldt zowel voor de eerste fase, als het gaat om betrokkenheid bij het opstellen van de normen en criteria voor participatie, als bij een latere fase, wanneer het initiatief operationeel is en bedrijven zich kunnen aanmelden. In beide gevallen is het van belang om de

concrete meerwaarde voor het bedrijfsleven aan te kunnen geven (the business case).

Succesvolle deelname aan een initiatief, dat echte verandering binnen het bedrijf teweegbrengt, moet breed binnen het bedrijf gedragen worden, en niet alleen door de directie of de PR-afdeling. Een maatschappelijk probleem willen oplossen heeft alleen echt draagvlak binnen het bedrijf, als dit ook hand in hand gaat met het oplossen van een probleem voor het bedrijf. Een probleem voor het bedrijf zou ook mogelijke negatieve pers kunnen zijn. Een gebrekkig zicht op de productieketen en de omstandigheden waaronder productie in die keten plaatsvindt, geeft een risico. Negatieve publiciteit en imagoschade is er één van, maar ook slechte productkwaliteit, ongelukken en herstelkosten zijn risico's als inzicht in productieketens in ontwikkelingslanden ontbreekt.

Enkele andere genoemde argumenten voor deelname van bedrijven:

- Door betrokken te zijn bij de beginfase van een initiatief kunnen bedrijven het proces beïnvloeden en de processen werkbaar maken voor het eigen bedrijf en de eigen sector.
- Verbetering van sociale- en milieuomstandigheden waaronder geproduceerd wordt zal leiden tot betere kwaliteit en productiviteit. Ondanks het feit dat deelname aan een initiatief vaak in eerste instantie geld kost, kunnen financiële redenen op lange termijn ook een argument vóór deelname zijn.
- Binnen een MSI-setting kunnen bedrijven onderling ervaringen uitwisselen en van elkaar leren, en uiteindelijk zoeken naar oplossingen op sectoraal niveau. Oplossingen op sectoraal niveau voorkomen dat enkele voorlopers veel geld en energie in initiatieven stoppen, terwijl concurrenten dit niet hoeven.

4. De praktijk: Kritische factoren bij de uitvoering binnen een MSI

Naast de bovengenoemde elementaire procesmatige factoren kan er nog een groot aantal kritische factoren genoemd worden, die meer concreet ingaan op de praktijk en problematiek van het opzetten van een geloofwaardig systeem van monitoring en verificatie van MVO-normen in productieketens. Hier zal geen antwoord op deze vragen gegeven worden, maar bij het opzetten van een nieuw initiatief is het goed om op de hoogte te zijn van de discussiepunten en dilemma's die vanuit de ervaring van de bestaande MSI's kunnen worden aangewezen. Deze ervaringen komen met name uit de proefprojecten (pilots) die in het kader van de initiatieven zijn ondernomen.

Relatie tussen detailhandel (inkoper) en leverancier

Vragen die naar aanleiding van de pilots naar voren kwamen waren wat en wie in de keten de kosten betaalt voor de implementatie van verbeteringen. Dit geldt ook voor de vraag wie de kosten van het monitoring-, verificatie- en certificeringssysteem op zich neemt.

Daarnaast is er het punt van de relatieve macht van de inkoper. Enerzijds kan een inkoper erg machtig zijn en door middel van de prijs de toeleveranciers onder druk zetten. Aan de andere kant zie je vaak dat een bedrijf dat slechts een klein deel van de productie van de toeleverancier inkoopt, weinig invloed kan uitoefenen op deze toeleverancier.

Inhoud van codes

Alhoewel er in toenemende mate consensus bestaat over de gehanteerde standaarden (zie MVO-Referentiekader), zijn er nog steeds kleine verschillen in gedragscodes die complicerend kunnen werken wanneer aan de implementatie wordt gewerkt. Standaardisatie van gedragscodes is essentieel om een goed monitoring- en verificatiesysteem op te kunnen zetten. Op het gebied van arbeidsomstandigheden is de standaard inmiddels duidelijk, maar milieunormen zijn vaak een stuk moeilijker te vertalen in toetsbare criteria.

Wat betreft arbeidsnormen leert de praktijk dat met name de implementatie van zogenaamde 'rights-based' normen problematisch zijn en vooral moeilijk te meten. Vakbondsvrijheid, verbod op discriminatie, en recht op een leefbaar loon zijn moeilijk meetbare normen. Kinderarbeid en veiligheid en gezondheid zijn makkelijker te identificeren en daar zijn dan ook de grootste verbeteringen opgetreden de afgelopen jaren.

Monitoring, verificatie en rapportage

Het vraagstuk hoe monitoring, verificatie en de rapportage eruit moet zien is het grootste discussiepunt binnen veel MSI's en tussen MSI's onderling.

Wat is bijvoorbeeld 'onafhankelijke controle'? Vanuit NGO's en vakbonden bestaat er een grote terughoudendheid tegenover het gebruik van uitsluitend commerciële audit-bedrijven (PWC, SGS, ITS Intertek, KPMG) bij een controlesysteem. Er worden vraagtekens gezet bij hun competentie op het gebied van het controleren van gevoelige aspecten, zoals discriminatie en vakbondsvrijheid³.

³ Zie voor een uitgebreide beschrijving van de discussiepunten rond monitoring en verificatie: *Discussing key elements of monitoring and verification*, by Nina Ascoly and Ineke Zeldenrust, September 2001, <http://www.somo.nl/monitoring/related/disc-key-elements.htm>

Participatie van lokale organisaties, NGO's, en vakbonden

De participatie van lokale organisaties kan een moeilijk punt zijn, zelfs als hiertoe alle bereidheid is vanuit het bedrijfsleven en vanuit het initiatief. Soms zijn er geen organisaties aanwezig in het gebied waar de productie plaatsvindt, en soms is de capaciteit en competentie niet voldoende. Lokale organisaties voelen vaak onvoldoende 'ownership' bij de MSI's en zijn daarom niet onder elke voorwaarde bereid mee te doen.

Tenslotte is de mate van stakeholderparticipatie in monitoring en verificatie een discussiepunt. Om een geloofwaardig systeem op te zetten is participatie van groot belang, maar het is niet altijd even duidelijk hoe dit vorm moet krijgen. NGO's en vakbonden willen soms helemaal niet in de rol van auditor geplaatst worden. Als zij een rol krijgen in monitoring en audits, dan is de vraag of dit vrijwillig gebeurt, of dat er vanuit bedrijven of vanuit het initiatief voor betaald wordt.

Impact

Hoe is de effectiviteit te meten van de implementatie van codes op de praktijk? Met andere woorden, bereiken we met MSI's ons uiteindelijk doel? Op dit moment is het nog moeilijk om duidelijk aan te geven wat het resultaat is van de samenwerkingsverbanden in termen van concrete verbeteringen. Er zou meer onderzoek gedaan moeten worden naar de impact van dergelijke initiatieven. Feit blijft dat in veel gevallen slechts een zeer klein deel van de totale markt en/of sector betrokken is bij deze initiatieven. Een grote vraag bij de vele MSI's die er momenteel zijn blijft hoe de ervaringen in kleinschalige pilots, vaak met één of meerdere toeleveranciers, kunnen worden vertaald naar een (betaalbaar) systeem dat van toepassing is op de gehele productieketen.

Aan de andere kant zijn er ook positieve ontwikkelingen te zien, die het directe gevolg zijn van de MSI. Zo hebben lokale organisaties die betrokken waren bij pilots van het ETI in Zimbabwe en Zuid Afrika zelfstandige multi-stakeholder initiatieven opgezet die zorgdragen voor het doen van audits in de productie van tuinbouwproducten en wijn.

Literatuur en documentatie

- Andersen, S. & Mailand, M. Multipartite Social Partnerships- A New Role for Employers and Trade Unions, The Copenhagen Centre, Copenhagen 2002
- Andersen, S. & Mailand, M., The Role of Employers and Trade Unions in Multipartite Social Partnerships, The Copenhagen Centre, Copenhagen 2002
- Ascoly, N, Oldenziel, J. & Zeldenrust, I, Overview of Recent Developments on Monitoring and Verification in the Garment and Sportswear Industry in Europe, (Second edition May 2001)
- Ascoly, N. & Zeldenrust, I. Discussing key elements of monitoring and verification, September 2001
- Auret, D., Participatory Social Auditing of Labour Standards, A Handbook for Code of Practice Implementers, Agricultural Ethics Assurance of Zimbabwe, 2002
- Banana Link, Voluntary Social Standards in the Banana Sector, 2001
- Burgess, P. ETI Pilot Interim Review Incomes Data Services Ltd in collaboration with Maggie Burns, Development Analyst November 1999
- Fair Wear Foundation, Principes en Beleid, mei 2002
- Fuentes, H. & Smith, D., Independent Monitoring in Guatemala, what can civil society contribute?, in Visions of ethical sourcing, Financial Times Prentice Hall, edited by Thamotheram, R.
- ETI Learning from Doing' Review, A report on company progress in implementing ethical sourcing policies and practices, April 1999
- Ethical Performance, Partnerships: presenting case studies of corporate social responsibility, Spring 2003
- ETI: Purpose, Principles, Programme And Membership Information September 1998
- International Flower Coordination, Guidelines for the socially and environmentally responsible production of cut flowers, 1999
- Utting, P., Regulating Business via Multistakeholder Initiatives: A Preliminary Assessment, in NGLS Development Dossier, "Voluntary Approaches to Corporate Responsibility, UN Non-Governmental Liaison Service, 2002
- Vermeulen, R, Info pack on the coffee world market, the international coffee supply chain and codes of conduct, SOMO, April 2001, The Netherlands
- Wick, I. Workers' tool or PR ploy, A Guide to codes of international labour practice, Friedrich Ebert Stiftung, 2003

Bijlage 1: Ethical Trading Initiative⁴

Het Ethical Trading Initiative (ETI) is een internationaal samenwerkingsverband tussen bedrijven, NGO's en vakbonden waarbinnen wordt gewerkt aan de identificatie en promotie van "best practices" in de implementatie van gedragscodes op het gebied van arbeidsomstandigheden. Het doel van het ETI is dat de arbeidsomstandigheden van werknemers die produceren voor de Britse markt voldoen aan internationale arbeidsnormen.

Wie heeft het opgezet?

ETI werd in 1998 gelanceerd na een dialoog tussen Britse bedrijven, NGO's en vakbonden.

Wie zijn erbij betrokken?

Op dit moment zijn bestaat het ETI uit 30 leden vanuit het bedrijfsleven, vier (internationale) vakbonden, 17 Britse NGO's en het ETI geniet actieve steun van de Britse regering. Het ETI heeft ook input gekregen van NGO's uit het Zuiden. Het ETI lijkt qua structuur en opzet zeer veel op Fair Wear Foundation (FWF) - zie aparte beschrijving van de FWF - maar is multi-sectoraal waar de FWF zich concentreert op de kledingsector. De belangrijkste pilots die tot nu toe zijn geïnitieerd zijn op het gebied van arbeidsomstandigheden in de kleding-, horticuultuur-, wijn- en bananensector.

Wat zijn de uitgangspunten en doelstellingen?

De opzet van het ETI is het uitwisselen van ervaringen en lessen met het implementeren van internationale arbeidsstandaarden in de toeleveringsketens van bedrijven. Het ETI certificeert niet en doet geen audits. Deelnemende bedrijven committeren zich aan de ETI Base Code, die is gebaseerd op de modelcode van de ICFTU (International Confederation of Free Trade Unions) en bestaat uit negen basis-arbeidsnormen. De bedrijven hebben de eigen verantwoordelijkheid om de gedragscode te implementeren en om een interne monitoring en verificatie op te zetten. Daarnaast moet elke deelnemer zich committeren aan één pilot project. In een dergelijke pilot wordt een multi-stakeholder benadering gehanteerd, wat betekent dat een pilot wordt opgezet en uitgevoerd door een samenwerking tussen een van de deelnemende NGO's, vakbonden en het bedrijf. Deze multi-stakeholder benadering wordt vervolgens ook opgezet in het productieland waar de pilot uiteindelijk plaatsvindt.

De belangrijkste activiteiten van het ETI zijn: 1) het opzetten van pilot-projecten, 2) het verzamelen van ervaringen en lessen, 3) seminars en conferenties voor het bekendmaken van resultaten en lessen, en 4) onderzoek.

Wat zijn de resultaten?

Drie pilots zijn nu afgerond: China – kleding, Zuid Afrika – wijn, en Zimbabwe – horticuultuur. Er zijn negen andere pilots gaande, onder andere op het gebied van kinderarbeid, thuiswerkers, bananen (Costa Rica), wijn (Zuid Afrika), kleding (China en Sri Lanka) en garnalen (India en een aantal ander Aziatische landen).

Hoe wordt ETI gefinancierd?

Onder andere door jaarlijkse bijdrage van ETI-leden en de Britse overheid.

Wat is de kritiek op ETI?

Eén kritiek die voor alle multi-stakeholder initiatieven geldt is dat er nu zo veel verschillende initiatieven zijn dat het verwarring veroorzaakt, vooral voor productiebedrijven die gecertificeerd willen worden. Bijvoorbeeld, tijdens een

⁴ Zie websites www.eti.org.uk, www.somo.nl/monitoring onder "multi-stakeholder initiatieven / Ethical Trading Initiative" en verschillende documenten over ETI op internet via zoek sleutel: Ethical Trading Initiative criticism.

bijeenkomst in China in november 2002 over arbeidsomstandigheden en gedragscodes, werd duidelijk met hoeveel verschillende initiatieven producenten en leveranciers worden geconfronteerd via hun Europese en Amerikaanse afnemers.⁵

Welke aanbevelingen ten aanzien van nieuwe MSI's kunnen hieruit worden opgemaakt?

Gezien de hoeveelheid van bestaande multi-stakeholder initiatieven en de verwarring die dit veroorzaakt, zou het goed kunnen zijn in te haken op een bestaand initiatief elders, bijvoorbeeld door een Nederlandse poot van het Britse ETI op te zetten.

Het ETI is een voorbeeld van een 'lidmaatschaporganisatie' in plaats van een 'keurmerk- of certificeringsorganisatie'. Bij het helpen opzetten van een multi-stakeholder initiatief in Nederland zul je moeten nadenken over het type organisatie.

⁵ **Corporate Responsibility and Labour Issues in China: Reflections on a Beijing Conference**
3 Feb 2003 Author(s): Peter Utting "The growing list of acronyms and CSR institutions that operate internationally bears witness to this confusion: Ethical Trading Initiative (ETI); Clean Clothes Campaign (CCC); Global Reporting Initiative (GRI); Forest Stewardship Council (FSC); AccountAbility (AA1000); Social Accountability International (SA8000); International Organization for Standardization (ISO14001); Worldwide Responsible Apparel Production (WRAP); Workers Rights Consortium (WRC); Fair Labor Association (FLA); the Global Compact; and the Global Alliance for Workers and Communities, to name just a few. One problem discussed at the conference concerned the difficulties and confusion experienced by a vendor firm when it supplies clothing and footwear to several US and European corporations, given the fact that each corporation imposes a different set of standards."

Bijlage 2 : Fair Wear Foundation⁶

Fair Wear Foundation (FWF) is een Nederlandse organisatie die streeft naar goede arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie wereldwijd, met name in de lage-lonenlanden, waar kleding wordt geproduceerd voor de Nederlandse markt.

Wie heeft het opgezet?

In 1994 begonnen de Nederlandse Clean Clothes Campaign en relevante vakbonden onderhandelingen met de brancheorganisatie van grote kledingbedrijven over arbeidsomstandigheden in de kledingsector. Tegen 1996 was er weinig vooruitgang geboekt. Echter, brancheorganisaties voor het midden en klein kledingbedrijf zagen het nut van een gezamenlijke gedragscode en waren wel geïnteresseerd om samen te werken. In 1999 is de Fair Wear Foundation opgericht, een samenwerkingsverband tussen Nederlandse NGO's, vakbonden en de brancheorganisaties Mitex en Modint in de kledingindustrie.

Wie zijn erbij betrokken?

Fair Wear Foundation is een initiatief van maatschappelijke organisaties, Nederlandse ondernemersorganisaties in de modebranche en de vakbeweging. Fair Wear Foundation heeft daarbij het standpunt dat arbeidsomstandigheden alleen op het niveau van de ILO-normen gebracht kunnen worden in samenwerking met mensen en organisaties die lokaal actief zijn op het gebied van sociale ontwikkeling. Daarom streeft Fair Wear Foundation ook naar actieve deelname van "stakeholders" in productielanden. In alle landen of regio's waar deelnemers hun goederen inkopen, wordt door Fair Wear Foundation een partnernetwerk opgezet. Deze netwerken bestaan uit organisaties die werken op het terrein van de verschillende arbeidsnormen, zoals vakbonden, werkgeversorganisaties, ontwikkelingsorganisaties (NGO's) en overheidsinstanties. Fair Wear Foundation is gestart met de opbouw van partnernetwerken in India, Indonesië, Pakistan, Polen, Roemenië. In 2003 wordt dit uitgebreid naar Bangladesh, Hong Kong - China, Tunesië en Turkije.

Bedrijven die meedoen aan een pilot zijn: Euretco NV, Cora Kemperman/Konfektiebedrijf Jurk BV, en Van Winkel Fashions BV.

Wat zijn de uitgangspunten en doelstellingen?

FWF heeft een gedragscode opgesteld, analoog aan de modelcode van de Clean Clothes Campaign (CCC-modelcode) en de ICFTU modelcode. Daarnaast zijn er een aantal basisprincipes geformuleerd die deelnemende bedrijven moeten onderschrijven, gericht op interne controle, stapsgewijze aanpak en onafhankelijke verificatie.

Bedrijven die deze gedragscode onderschrijven en uitvoeren, worden "deelnemer van Fair Wear". Zij verplichten zich daarmee om de arbeidsnormen die in de gedragscode genoemd worden, te gaan implementeren bij hun leveranciers van kleding. Bovendien accepteren zij dat Fair Wear Foundation controleert of er daadwerkelijk verbetering van de arbeidsomstandigheden optreedt waar dat nodig is.

Vergelijkbare proefprojecten zijn momenteel gaande waarbij nationale secties van de Clean Clothes Campaign zijn betrokken. Andere initiatieven in de wereldwijde kledingindustrie, die min of meer op dezelfde basis opereren zijn de Fair Labor Association (FLA) en de Worker's Rights Consortium (WRC)

⁶ Zie websites: www.fairwear.nl, www.somo.nl/monitoring onder "multi-stakeholder initiatives / FairWearFoundation".

Hoe wordt FWF gefinancierd?

In de eerste instantie werd de FWF gefinancierd door een bijdrage van elk van de deelnemende partijen. Sinds kort krijgt de FWF haar financiering van het sociale fonds van de kledingsector CAO (Collectieve Arbeidsovereenkomst).

Conclusies:

Alhoewel de eerste gesprekken in 1994 plaatsvonden, is FWF is een relatief nieuw en kleinschalig multi-stakeholder initiatief in vergelijking met de Forest Stewardship Council of Marine Stewardship Council. De eerste drie pilots zijn nu onderweg.

FWF heeft een goede naamsbekendheid in de wereld van gedragscodes en wordt als een serieus initiatief genoemd in overheidspublicaties van bijvoorbeeld de Europese Unie.

Bijlage 3: Forest Stewardship Council⁷

Forest Stewardship Council (FSC) - Raad voor Goed Bosbeheer - is een wereldwijde organisatie zonder winstoogmerk. FSC heeft een standaard ontwikkeld voor goed bosbeheer. Zij beheert het FSC-keurmerk en ziet toe op de juiste toepassing van de standaard. FSC is één van de oudste en meest succesvolle multi-stakeholder samenwerkingsverbanden.

Wie heeft het opgezet?

FSC werd in 1993 in Toronto opgericht door uiteenlopende partijen, zoals natuur- en milieuorganisaties, boseigenaren, mensenrechtenorganisaties, vertegenwoordigers van lokale bevolkingsgroepen en vooruitstrevende houthandelaren. Er waren 130 mensen uit 25 landen aanwezig op de bijeenkomst in Toronto. Onder de milieuorganisaties waren Wereld Natuur Fonds (WNF), Greenpeace en Friends of the Earth. In 1994 keurden de oprichters de principes en criteria voor duurzaam bosbeheer goed als basis voor het FSC-keurmerk.

De oorspronkelijke initiatiefnemers waren NGO's, bezorgd over het milieu en het sociaal effect van zwakke overheden en niet-gereguleerde bedrijven op bossen en mensen. In 1990, waren een groep van houtconsumenten, handelaren en NGO's in Californië, bij elkaar gekomen om te bespreken hoe ontbossing verminderd kon worden. Hieruit ontstond de behoefte aan een geloofwaardig systeem voor het identificeren van duurzaam beheerde bossen.

FSC Nederland: In Nederland is in 1999 de Stichting Goed Hout opgericht door 16 bedrijven uit de hout-, bouw-, papier- en meubelsector, Novib, Staatsbosbeheer, Vereniging Milieudefensie en het Wereld Natuur Fonds. In oktober 2001 werd de stichting uitgebreid met de FSC Landentafel (de Nederlandse FSC-werkgroep die de FSC-standaard voor Nederlands bos heeft opgesteld) en de in Nederland gevestigde leden van FSC International. Sindsdien is FSC Nederland de naam waarmee Stichting Goed Hout naar buiten treedt. Begin 2003 had de stichting FSC Nederland circa 100 deelnemers. FSC Nederland is een stichting van bedrijven voor bedrijven, die samenwerkt met milieuorganisaties, ontwikkelingsorganisaties en andere sociale organisaties. In de rest van deze tekst wordt met 'FSC' FSC op internationaal niveau bedoeld en niet FSC Nederland.

Wie zijn bij FSC betrokken?

Natuur- en milieuorganisaties, boseigenaren, mensenrechtenorganisaties, vertegenwoordigers van lokale bevolkingsgroepen ('indigenous peoples') en vooruitstrevende houthandelaren. Bekende leden zijn bijvoorbeeld WNF, Greenpeace, Intergamma, de Britse bouwmarkt B&Q, en Ikea.

Wat zijn de uitgangspunten en doelstellingen van FSC?

De oprichters spraken 10 principes voor goed bosbeheer af. Deze tien principes zijn uitgangspunten waaraan goed bosbeheer moet voldoen. Volgens FSC betekent goed bosbeheer dat moet worden voldaan aan de hoogste eisen op sociaal, milieuvriendelijk en economisch gebied. De principes zijn algemeen van aard en wereldwijd van toepassing. Ze zijn per regio 'vertaald' naar de lokale omstandigheden. Ze gelden dus voor zowel tropische, als niet-tropische bossen. De werkwijze van het FSC-keurmerk is gebaseerd op ISO-normen van de International Standards Organisation (ISO).

FSC zegt de enige organisatie te zijn die een certificeringschema heeft opgesteld voor alle soorten bossen en plantages dat wereldwijd kan worden toegepast.

Volgens FSC schuilt de succesformule van het onafhankelijke FSC-keurmerk erin

⁷ Zie FSC websites www.fscnl.org en www.fscoax.org

dat zowel alle grote milieu- en ontwikkelingsorganisaties in de wereld als het (internationale) bedrijfsleven zich achter het FSC-keurmerk scharen. Het doel van FSC is het bieden van een strikt onafhankelijk, internationaal en geloofwaardig keurmerksysteem voor hout en houtproducten, zodat de consument een garantie heeft dat zijn product van een duurzaam (sociaal, ecologisch en economisch) beheerd bos komt. Het uiteindelijke doel is ontbossing te verminderen en te voorkomen.

Wat zijn de resultaten?

In maart 2003 voldeden 486 bossen in 55 landen aan de FSC-principes, goed voor een totaal areaal van bijna 35 miljoen hectare (ruim acht keer Nederland) gegarandeerd goed beheerd bos. 12 certificerende instellingen zijn door FSC 'geaccrediteerd'.

Een indirect en tegenstrijdig effect is dat bijvoorbeeld in de Verenigde Staten bosbedrijfsorganisaties als tegenactie zelf ook (minder strenge) principes hebben opgesteld voor goed bosbeheer. Al proberen deze organisaties FSC tegen te werken of met ze te concurreren, ondertussen doen ze nu meer met het thema van duurzaam bosbeheer dan voorheen.

Het blijft echter moeilijk vast te stellen over of er nu minder bos onduurzaam gekapt is dan het geval zou zijn als FSC niet had bestaan. Het zijn over het algemeen de al beter beheerde bossen die het voor elkaar krijgen gecertificeerd te worden. Wel is aantoonbaar dat de certificering van bossen in veel gevallen heeft geleid tot verbetering van het bosbeheer in die gebieden.

FSC werd in eerste instantie vooral gedreven door 'demand-side retailers' en grote milieu-NGO's. Het grootste effect van FSC is in de beginjaren op detailhandel inkoopniveau geweest. (de meeste consumenten willen dat de detailhandel de verantwoordelijkheid neemt voor verantwoorde producten en willen daar zelf niet te veel mee lastig gevallen worden.) De afgelopen jaren neemt het aandeel van FSC-hout ook sterk toe in bouw en waterbouw.

Hoe wordt FSC gefinancierd?

FSC wordt gefinancierd door charitatieve instellingen, overheden, ledencontributies en accreditatiecontributies. FSC accepteert geen donaties van bedrijven om haar onafhankelijkheid te bewaren. Tot nu toe heeft FSC fondsen gekregen van: de Oostenrijkse, Nederlandse en Mexicaanse overheden, Europese Commissie, Ford Foundation, MacArthur Foundation, WNF-Nederland, IUCN-Nederland, SSNC (Swedish Society for Nature Conservation) en Summit Foundation.

Wat is de kritiek op FSC?

Vooraf gedurende de eerste jaren na oprichting heeft de Forest Stewardship Council veel tegenwerking en kritiek gekregen. Hier volgt een opsomming van de belangrijkste kritiek:

Een vaker voorkomende kritiek op multi-stakeholder keurmerken is dat deze keurmerksystemen voor een deel de rol van overheden dupliceren of overnemen. Dit is ook een kritiek geweest op het keurmerk van het FSC. Het FSC zou verdragen en overeenkomsten zoals het Helsinki Proces, het Montreal Process, het Amazone Samenwerkingsverdrag en dergelijke niet erkennen. De repliek van het FSC hierop was dat haar certificeringsprogramma kwalitatief beter was dan de genoemde verdragen en richtlijnen. Verder vinden sommigen (zoals de Amerikaanse National Association of Forest Industries NAFI) dat het milieugroeperingen via de FSC bosbeheerbeleid proberen te maken, terwijl dat de rol van de overheid is.

“De standaarden en criteria zijn niet voldoende uitgewerkt voor de certificerende organisaties.” In 1999, vijf jaar na oprichting, waren de algemene Principes en Criteria nog onvoldoende uitgewerkt voor het monitoren van lokale situaties. Uitgewerkte standaarden bestonden toen alleen voor Engeland en Zweden. Daardoor traden soms verschillen op in de werkwijze en uiteindelijke beoordeling door de toen zes verschillende certificerende organisaties. Het FSC heeft nu 12 geaccrediteerde certificeerders en er is gewerkt aan het verder uitwerken van standaarden.

Sommige milieuorganisaties vinden de FSC onvoldoende transparant en zijn het oneens met de certificering van bepaalde bossen. Op internet kun je protesten vinden van bijvoorbeeld een lokale NGO in Sumatra die tegen de FSC-certificering van een bepaald bos is omdat het volgens hen niet voldoet aan de FSC principes.

Bijlage 4: Marine Stewardship Council ⁸

De Marine Stewardship Council (MSC) is een wereldwijde organisatie zonder winstoogmerk, met het hoofdkantoor in Londen. MSC heeft een milieustandaard ontwikkeld voor duurzaam beheer van vis. Op basis van deze standaard heeft MSC een product milieukeurmerk ontwikkeld om milieuverantwoord visserijmanagement te belonen. Consumenten kunnen door visproducten te kopen voorzien van het keurmerk, bewust kiezen voor visproducten die duurzaam gevangen zijn en niet bijdragen aan het probleem van overvissen.

Wie heeft het opgezet?

MSC is in 1997 opgezet door het Wereld Natuur Fonds (WNF) en Unilever. Het belang van Unilever was het veiligstellen van grondstoffen voor haar producten (met name witte vissen) en het belang van het WNF was het beschermen van de oceanen. Na een proces om andere stakeholders bij dit initiatief te betrekken, is MSC vanaf 1999 onafhankelijk van WNF en Unilever. In die tijd heeft MSC principes en criteria geformuleerd voor duurzame visvangst, gebaseerd op de gedragscode van de Voedsel en Landbouw Organisatie (FAO) van de Verenigde Naties.

Wie zijn erbij betrokken?

Vertegenwoordigers van meer dan 100 organisaties uit 20 landen: wetenschappelijke en academische organisaties, natuur- en milieu NGO's, consumenten-organisaties, internationale overheidsinstellingen (zoals de VN, OESO, EU, etc.), visvangstbedrijven en -overheidsinstanties, visverwerkingindustrie, detailhandel en supermarktketens, en lokale bevolkingsgroepen afhankelijk van visvangst. Zie bijlage 2 voor een overzicht van de MSC Stakeholder Council.

Wat zijn de uitgangspunten en doelstellingen?

Het doel van MSC is het veiligstellen van de visstanden wereldwijd door milieuvriendelijk beheer te bevorderen. Omdat dit te bereiken, wil MSC de macht van consumenten inzetten om de nodige veranderingen te weeg te brengen. Het MSC-keurmerk is hierbij het belangrijkste instrument. De meetbare doelen van MSC zijn:

- Verbeteren van de duurzaamheid van het mondiale visaanbod;
- Vergroten van het aandeel van MSC-gecertificeerde visproducten op de mondiale 'seafood' markt; en
- Vergroten van de bekendheid van het MSC-keurmerk

Wat zijn de resultaten?

In 2000 is het eerste visbedrijf (Australian Rock Lobster) gecertificeerd met het MSC keurmerk. In 2001 stond het MSC-logo voor het eerst op een menukaart van een restaurant. Ook in 2001 was de nieuwe bestuursstructuur af die vertegenwoordiging van alle sectoren mogelijk maakte en de transparantie van MSC vergroete. In 2002 zijn er wereldwijd 100 producten met het MSC-keurmerk.

Ondanks deze resultaten is het certificeren van visserijen veel langzamer gegaan dan de oorspronkelijke oprichters (WNF en Unilever) verwacht hadden. Unilever had gehoopt dat in 2005 100% van haar vis uit duurzame bronnen zou komen. Deze doelstelling zal niet gehaald worden. Op dit moment is ongeveer 6% van de vis uit gecertificeerde bronnen en 33% uit bronnen die Unilever als duurzaam beschouwt maar die nog niet gecertificeerd zijn. Daar staat tegenover dat ondanks veel scepsis men nu wel weet certificering onder breed geaccepteerde criteria mogelijk is.

Hoe wordt MSC gefinancierd?

Door een wijd spectrum aan organisaties waaronder charitatieve instellingen en bedrijven

Wat is de kritiek op MSC?

1. **Kritiek vanuit de grote supermarktketens:** Tot nu toe is maar een verwaarloosbaar deel van de vis die verkocht wordt, gecertificeerd. Als het logo

⁸ Zie MSC website www.msc.org en verschillende documenten over MSC op internet via zoekleutel: Marine Stewardship Council criticism.

gebruikt wordt, geldt het meestal maar voor één vissoort in het hele assortiment. Dit kan misleidend zijn voor de consument. Het bewust maken van de consument en de consument echte keus bieden is nog beperkt. Het merendeel van vissoorten die verkocht worden in supermarkten zijn: 1) gekweekte vissoorten zoals tilapia, zalm en garnalen en 2) migrerende vissen zoals tonijn. Deze vissoorten zijn (nog) niet gecertificeerd. Het keurmerk werkt wel al voor verwerkte visproducten zoals fishsteaks, die van één vissoort komen uit één gebied.

2. **Kritiek vanuit milieu-NGO's:** Milieu-NGO's hebben de certificering van specifieke visserij bedrijven en vissoorten bekritiseerd. Bijvoorbeeld, in 2001 bekritiseerde de Royal Forest and Bird Protection Society van Nieuw Zeeland de certificering van Nieuw Zeeland Hoki. Volgens deze Nieuw-Zeelandse milieu-NGO voldeed de Hoki visvangst niet aan de MSC standaard. Zie bijlage 1. Een ander voorbeeld is de certificering van Chileense 'Hake', waar volgens de Chileense NGO Ecoceanos niet eens beheerplannen voor bestaan. De MSC is echter op dit moment bezig de Principes en Criteria te herzien, met name wat de richtlijnen voor certificeerders betreft en het consulteren van stakeholders. De Chileense NGO, die net toegetreden is tot de MSC Stakeholders Council, hoopt dat de herziening van de richtlijnen tot verbetering zal leiden.
3. MSC werd in het begin sterk geïdentificeerd met de twee oprichters Unilever en WNF, en ook met grote industriële visvangstbedrijven. Sommige NGO's twijfelden aan de onafhankelijkheid van de MSC⁹. Ook was er kritiek op het gebrek aan transparantie wat het certificeringsproces betreft. Volgens de NGO waarmee wij contact hebben gehad hierover, is er nu meer vertrouwen in het MSC. Daarbij wordt het MSC nu gezien als een mogelijkheid om druk uit te oefenen in een context waar nationale en regionale overheden en bedrijven weinig of niet luisteren naar de belangen die maatschappelijke organisaties vertegenwoordigen.
4. **Kritiek vanuit overheden:** Sommige Latijns-Amerikaanse overheden staan negatief ten opzichte van het certificeren van visbedrijven. Zij zien consumentenkeurmerken uit het buitenland als nieuwe handelsbarrières. Daarbij vinden zij dat het MSC in feite hetzelfde werk doet dat overheden en branche organisaties doen op het gebied van visbeheer. Lokale NGO's vinden juist dat deze overheden zich te veel laten leiden door de belangen van grote bedrijven en niet sociale, ecologische belangen en belangen van lokale gemeenschappen en kleine visvangstbedrijven.

⁹ Interview met Ecoceanos, Chili.

MSC Stakeholder Council

| PUBLIC INTEREST CATEGORY | COMMERCIAL & SOCIO-ECONOMIC CATEGORY |
|--|---|
| <p>Scientific, Academic & Resource Management Interests [5 seats]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cathy Roheim – University of Rhode Island, US. ➤ Dr. Martin Hall - IATTC. ➤ Christopher Delgado - International Food Policy Research Institute (IFPRI). ➤ Shelley Clarke – Imperial College, UK / Hong Kong | <p>Catch Sector Interests [5 seats]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Annie Jarrett – Australian Fisheries Management Authority (AFMA), Australia. ➤ Tom Boyd – Boyd Line International, UK. ➤ Knut Vartdal – Vartdal Seafood, Norway Daniel Bailey – Batostar, South Africa |
| <p>General Conservation NGOs & Interests [5 seats]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gerry Leape – National Environmental Trust, US. ➤ Otto Langer – David Suzuki Foundation, Canada. ➤ Karen Sack – Antarctic and Southern Ocean Coalition (ASOC), South Africa ➤ Juan Carlos Cardenas - Centro Oceanos, Chile ➤ Isabel de la Torre – Industrial Shrimp Action Network (ISA NET) | <p>Supply Chain & Processing Interests [5 seats]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cliff Morrison – Youngs Bluecrest, UK. ➤ Dierk Peters – Unilever. ➤ Yasuhide Ishikawa - Nippon Suisan. Jim Gilmore – APA, US. |
| <p>Marine Conservation NGOs & Specialist Interests [5 seats]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mercedes Lee – Blue Ocean Institute, US – CO-CHAIR. ➤ Scott Burns – WWF US. ➤ Lisa Speer - Natural Resources Defense Council, US. ➤ Sarah Fowler - Nature Conservation Bureau, UK. | <p>Retail, Catering & Distribution Interests [5 seats]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Carol Haest – World Organic Supermarketing Club, Belgium. ➤ Geoff Spriegel – Sainsbury's, UK. ➤ Margaret Wittenberg – Whole Foods Market, US – CO-CHAIR. ➤ Scott Barton - Select Fish, US. Brid Torrades – Eurotoques, Ireland. |
| <p>General Interests & Organisations [5 seats] (e.g. MSC Funders, Consumer Groups, FAO, OECD, EU, UNCSD)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Chad Dobson - Consumer's Choice Council, US. ➤ John Polak – Global Eco-labelling Network, Canada. ➤ Khushi Kabir - Nijera Kori, Bangladesh. | <p>Developing Nation & Fishing Community Interests [5 seats]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Professor Falaye – University of Ibadan, Nigeria. ➤ Luis Bourillion – COBI, Mexico. ➤ Dr Enir Reis - Universidade de Rio Grande, Brasil. ➤ Dr Lobo Orensanz – Centro Nacional Patagonico (CONICET), Argentina. Francois Poulin – World Forum of Fish Harvesters and Fish Workers. |

Bijlage 5: Nederlands Bloemen Beraad¹⁰

Wie heeft het opgezet?

In 1996 zijn de Organisatie Latijns Amerika Activiteiten (OLAA) en INZET (nu Both ENDS) discussies begonnen over een gedragscode voor de snijbloemensector. In 1997 heeft FNV Bondgenoten zich hierbij gevoegd. Samen met bestaande initiatieven uit andere landen, hebben de Nederlandse organisaties in 1998 in een coalitie van Europese NGO's en vakbonden een gedragscode opgesteld voor de snijbloemensector, de "International Code of Conduct (ICC) for the production of cut flowers". Andere deelnemende organisaties zijn onder meer de International Union of Food (IUF), Flower Campaign Germany, Fair Trade Center, Zweden en Christian Aid in Engeland en diverse Afrikaanse en Latijns-Amerikaanse partnerorganisaties.

In 2000 hebben de drie Nederlandse organisaties (die zich gezamenlijk het Nederlands Bloemen Beraad noemen) een intentieverklaring getekend met de snijbloemenbranche. Milieu Programma Sierteelt (MPS) is een programma van de snijbloemenbranche om de milieubelasting op de snijbloemenbedrijven zoveel mogelijk te beperken. Door onderhandelingen worden bij het bestaande business-to-business label van MPS de criteria uit de ICC geïmplementeerd. Er is nu een Sociale Paragraaf binnen het MPS systeem opgesteld door het MPS en het Nederland Bloemen Beraad (NBB). Deze Sociale Paragraaf is een uitwerking van de ICC gedragscode en wordt gedragen door telers in het Zuiden en het Noorden, door de IUF en FNV en door de NGO's.

Wie zijn erbij betrokken?

De betrokken maatschappelijke organisaties in Nederland zijn twee NGO's, Both ENDS (voorheen INZET) en OLAA en de vakbond FNV Bondgenoten. Vanuit het bedrijfsleven is de snijbloemenbranche betrokken via het Milieu Programma Sierteelt, het Productschap Tuinbouw en LTO. Op Europees niveau zijn de betrokken NGO's, vakbonden en bedrijfsorganisaties in discussie over het oprichten van een multi-stakeholder organisatie voor de bloemensector. Het is de bedoeling dat ook zuidelijke partners aan deze organisatie deelnemen.

Wat zijn de uitgangspunten en doelstellingen?

De gedragscode (International Code of Conduct (ICC) for the production of cut flowers) is bedoeld om te garanderen dat de bloemen zijn gekweekt onder sociaal en milieutechnisch verantwoorde omstandigheden. Deze gedragscode omvat een omschrijving van waar de arbeidsomstandigheden binnen de internationale snijbloemensector minimaal aan moeten voldoen, welke mensenrechten gerespecteerd moeten worden en wat de milieunormen voor de sector zijn. Bedrijven die voldoen aan de gedragscode worden gecertificeerd met een label.

Wat zijn de resultaten?

De resultaten van het Nederlands Bloemen Beraad en de Europese coalitie zijn:

- Een intentieverklaring tussen de Nederlandse maatschappelijke partners en het MPS (Milieu Programma Sierteelt), getekend in september 2000. Hierin beloofden de betrokken partijen om binnen drie jaar de sociale gedragscode in het huidige milieuschema van het MPS te implementeren
- FLP bloemen in Duitse bloemisterijen
- Wereldwijde erkenning van het belang van de sociale code door de Union Fleur.
- Overeenkomst over technische aspecten van controle bij geïnteresseerde kwekers
- Pilot-project in 2001 in Kenia

¹⁰ Het Nederlands Bloemen Beraad is een samenwerkingsverband van 2 NGO's/NGO's en een vakbond. Het is dus strikt genomen geen multi-stakeholder samenwerkingsverband. Deze organisaties zijn echter in discussie met andere stakeholders over de oprichting van een multi-stakeholder organisatie. Zie ook websites: www.flower-label-program.org, www.st-mps.nl, www.olaa.nl, www.bothends.org.

- Pilot met 10 sociale audits in 2002 bij Nederlandse kwekers
- Start van een gezamenlijk labelinitiatief op de Duitstalige markt in 2002
- Uitreiking eerste certificaten in Nederland in juni 2002

Hoe wordt het NBB gefinancierd?

De gezamenlijke activiteiten van het NBB worden op dit moment gefinancierd door een bijdrage van het Productschap Tuinbouw – onderdeel Sierteelt / Snijbloemen en door het Ministerie van LNV. Verder krijgen de verschillende organisaties bijdrages van verschillende ministeries.

Welke aanbevelingen ten aanzien van nieuwe MSI's kunnen hieruit worden opgemaakt?

Eén van de problemen waar het NBB mee te kampen heeft gehad is veel discussie en verwarring over de implementatie met andere ICC-initiatieven zoals het Flower Label Program in Duitsland.

Ook komen andere initiatieven (die niet op ICC gebaseerd zijn), zoals ETI en Max Havelaar elkaar tegen bij producenten en NGO's in producerende landen, waar ze ongeveer hetzelfde proberen te doen, maar waardoor verwarring en interpretatieverschillen ontstaan (wie is de stakeholder).

Een belangrijke aanbeveling is dan ook dat voor het creëren van een nieuw initiatief goed gekeken wordt naar bestaande initiatieven in dezelfde sectoren en landen, maar ook in andere landen en sectoren.

Door afstemming en discussie tussen de verschillende initiatieven kan het "label" hoppen tegengegaan worden.

Bijlage 6: Better Banana Project¹¹

Het Better Banana Project is een certificeringsprogramma voor de bananenteelt voor zowel milieu- als sociale aspecten. Het is geen multi-stakeholder initiatief, maar eerder een initiatief van een NGO-netwerk dat zich richt op het verbeteren van bedrijfsvoering in ondernemingen op milieu- en sociaal gebied.

Wie heeft het opgezet?

In begin 90er jaren formuleerde de Amerikaanse NGO Rainforest Alliance milieunormen voor de bananenteelt. Dit deed de Rainforest Alliance naar aanleiding van campagnes die het negatieve effect van de uitbreiding van bananenteelt op tropische wouden aan het licht brachten. In 1994, werd een certificeringssysteem opgezet dat Eco-OK heette en een aantal grote bananenplantages werden gecertificeerd in Costa Rica. Meer dan de helft van deze plantages waren eigendom van het bedrijf Chiquita, waar Rainforest Alliance vanaf het begin mee samenwerkte. Dit initiatief van de Rainforest Alliance heet nu het Better Banana Project (BBP).

Wie zijn erbij betrokken?

De Rainforest Alliance is een Amerikaanse NGO met zo'n 17.000 leden en een jaarlijks budget van \$8.8 miljoen. De Alliance is opgericht in 1987 met het doel ecosystemen en de mensen en dieren die erin leven te beschermen door het implementeren van betere praktijken name bij bedrijven. Het Better Banana Project is een van vijf milieuprogramma's. De andere zijn op het gebied van cacao, koffie, bloemen en citrusvruchten. De Rainforest Alliance maakt deel uit van het Sustainable Agriculture Network waaraan acht Latijns-Amerikaanse NGO's aandeelnemen en één Deense NGO. Alhoewel andere stakeholders betrokken zijn geweest bij de formulering van de milieu- en arbeidsnormen (landbouwdeskundigen, bananentelers, wetenschappers, overheid, milieuactivisten en leiders van lokale gemeenschappen), is het niet duidelijk in hoeverre deze stakeholders betrokken zijn bij het BBP zelf. Better Banana Project heeft geen uitgebreide bestuursstructuur zoals bijvoorbeeld het Marine Stewardship Council of het Forest Stewardship Council waarin verschillende partijen deelnemen. Het bedrijf Chiquita is vanaf het begin betrokken geweest bij dit initiatief.

Wat zijn de uitgangspunten en doelstellingen?

Het Better Banana Project is een certificeringsprogramma voor de bananenteelt voor zowel milieu- als sociale aspecten. Het doel is om een zo groot mogelijk deel van de bananenteelt aan de vastgestelde normen te laten voldoen en zo biodiversiteit en duurzaamheid te bevorderen. De standaard is concreet en controleerbaar. Inspecteurs komen regelmatig en onaangekondigd op de plantages om te controleren dat verbeteringen worden geïmplementeerd.

Wat zijn de resultaten?

De Rainforest Alliance en haar partners in het Sustainable Agriculture Network hebben meer dan 170 bananenplantages in Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Hawaii, Honduras and Panama gecertificeerd, met een totale oppervlakte van bijna 40.500 hectare. In November 2000 kondigde Chiquita aan dat BBP 127 plantages in 5 Latijns-Amerikaanse landen van het bedrijf had gecertificeerd, met een oppervlakte van 30.000 hectare. Daarbij waren ook nog eens 307 plantages van onafhankelijke toeleveranciers van Chiquita gecertificeerd. Andere bedrijven met gecertificeerde plantages zijn: Reybancorp (de Ecuatoriaanse dochteronderneming van Holding Favorita Fruit Co.ltd.), Cooperativa Nueva Era, Ecuador, en een aantal onafhankelijke boeren in Hawaii en Costa Rica.

Hoe wordt BBP gefinancierd?

De Rainforest Alliance financiert het Better Banana Project uit donaties en ledencontributies. Daarbij worden ongeveer 25% van de kosten van het certificeringsprogramma gedekt door certificering-gerelateerde inkomsten. Telers en bedrijven betalen een jaarlijkse

¹¹ Zie Rainforest Alliance website <http://www.rainforest-alliance.org> en verschillende documenten over BBP op internet via zoekleutel: Better Banana Project criticism

certificeringsbijdrage en betalen voor een aantal onkosten. Boeren die deze kosten niet kunnen betalen, krijgen financiële steun uit andere bronnen.

Wat is de kritiek op BBP?

Volgens sommige critici heeft de hechte relatie tussen een groot bedrijf (Chiquita) en een certificeerder (Rainforest Alliance) geleid tot minder strenge milieunormen en heeft de geloofwaardigheid van het hele initiatief aangetast. In 1998, toen Chiquita de voorloper van BBP, het "Eco-OK"-label mocht gebruiken, bleek dat er nog problemen waren met het bespuiten met pesticiden van de gewassen vanuit de lucht zonder dat werknemers gewaarschuwd werden. In 1999 voerde het European Banana Action Network (waaraan o.a. de Oxfams, FairTrade organisaties en Max Havelaar aan deelnamen) actie tegen Chiquita. Dit netwerk vond de standaarden van Eco-OK niet voldoende hoog en wilde vermijden dat Chiquita zich onterecht profileerde als de verantwoorde bananenteler. Het "Eco-OK"-label werd niet in Europa geaccepteerd. De Rainforest Alliance was echter van mening dat haar project een goede manier was om grote bedrijven kleine stapjes vooruit te doen zetten. De kritische NGO's vreesden echter dat het "Eco-OK"-project Chiquita al te gemakkelijk de mogelijkheid zou geven om zich een welwillend groen imago aan te meten, zonder haar beleid verregaand om te buigen. Onder andere door de kritiek van Europese NGO's werd de naam Eco-OK veranderd naar Better Banana Project. De BBP eisen zijn inmiddels verscherpt en Chiquita is in 2000 weer door het BBP gecertificeerd.

Welke aanbevelingen ten aanzien van nieuwe NMSI's kunnen hieruit worden opgemaakt?

Zorg dat meerdere stakeholders per groep zo snel mogelijk betrokken zijn zodat de geloofwaardigheid van het initiatief een betere kans maakt. Bijvoorbeeld: drie bedrijven of NGO's in plaats van één.)

Bijlage 7: Lijst met geïnterviewden in het kader van dit onderzoek

David Rosenberg
voormalig directeur Corporate Social Responsibility Ahold, thans Director Utz Kapeh
Foundation

Juan Carlos Cardenas
Ecoceanos
Chileense NGO betrokken bij MSC

Ineke Zeldenrust
Schone Kleren Kampagne, lid van College van Deskundigen FWF

Frans Papma
Directeur Fair Wear Foundation

Jan Kees Vis
Sustainable Agriculture Manager, Foods Division, Unilever

Kees Hoek
Organisatie Latijns Amerika Activiteiten
Betrokken bij NBB

Natasha van Haren
Both Ends
Betrokken bij NBB

Sandra Mulder
Directeur FSC Nederland

Juliet Edington
Project manager ETI