

Titel: Power of the fair trade flower

Organisatie: HIVOS

Sprekers: Jos Harmsen (Max Havelaar), Patricia Franse, Henk Houweling.

HIVOS legt zich toe op het verbeteren van vrouwenrechten, waaronder verbetering van arbeidsomstandigheden voor vrouwen. In een aantal Afrikaanse landen verdienen veel vrouwen hun inkomen in de bloemenindustrie. HIVOS richt zich in dit project daarom op de bloemenindustrie, om zoveel mogelijk vrouwen te kunnen bereiken. Op de Afrikadag heeft HIVOS 13000 handtekeningen voor eerlijke bloemen aangeboden aan minister Ploumen.

De centrale vraag van de workshop is: Hoe kan het aanbod van eerlijke bloemen vergroot worden? Om tot een antwoord op deze vraag te komen, wordt er een rollenspel gespeeld. Alle workshopdeelnemers kregen een gekleurd kaartje bij binnenkomst. Aan de hand van de kleuren werden zij verdeeld in 5 groepen: kweker, winkel, keurmerk, veiling en handel, consument. Elke groep kreeg een overzicht met daarop de dilemma's waarmee zij te maken hebben als het gaat om het vergroten van het marktaandeel van fair trade flowers. Elk groepje had een gespreksleider en de dilemma's werden besproken. Er werden vragen bedacht die aan de andere groepen gesteld konden worden. Daarna volgden er korte periodes waarin de verschillende actoren met elkaar gingen speed-daten om tot een oplossing te komen. Na afloop gaf elke groep een korte presentatie van 1 minuut met daarin aanbevelingen om het aanbod van eerlijke bloemen te vergroten. Aanbevelingen werden op een flap geschreven.

Kwekers: de veiling moet gepasseerd worden. Er moet een verbond van kwekers komen die een aanbod doet aan supermarkten. Daarbij moet er een mentaliteit "gekweekt" worden dat als je iemand geen eerlijke bloemen cadeau doet, dat ervaren wordt als een belediging.

Winkel: FT bloemen moeten beter zichtbaar gemaakt worden in de winkel, daardoor zullen ze makkelijker verkocht worden.

Keurmerk: herkenbaarheid van FT bloemen is een belangrijk aandachtspunt. Er moet één keurmerk komen dat garant staat voor goede kwaliteit, goede milieuomstandigheden en goede arbeidsomstandigheden.

Veiling en handel: de transparantie moet beter. Het moet duidelijk zijn welke bloemen FT zijn en welke niet. Gebruik van True Price, één keurmerk.

Consument: één keurmerk, transparantie in winkels.

Hierna volgde er een korte voorstelronde van 3 betrokkenen die met FT bloemen te maken hebben. Henk Houweling, eigenaar van bloemisterij "Impact", met als doel het zoveel mogelijk inkopen van duurzame bloemen. Hij geeft ook advies aan andere bedrijven over hoe duurzaam zaken te doen. Hij geeft aan dat er nog een groot probleem is in de bloemisterijen om FT zichtbaar te maken. In de

supermarkt kan je er een gekleurd cellofaan om. Echter, een bloemist is creatief en maakt zijn eigen bossen, waardoor herkenbaarheid lastiger wordt.

Daarna stelden de andere twee sprekers zich voor: Jos Harmsen is Producer Relations and Development bij Max Havelaar Netherlands. Patricia Franse is Commercial Manager bij Finlay's, een van de grootste FT bloemenproducent ter wereld, met een groot project in Kenia.