

F-Commerce

50 jaar Fair Trade Original

Jaargang 3
Oktober 2009

www.fairtrade.nl



2 Jumbo steunt honingimkers in Guatemala. 10% van de inkomsten uit Fair Trade Original producten is direct bestemd voor de honingcoöperatie Copiasuro.



4 Plastic zakjes en rubber binnenbanden dienen als grondstof voor mode-accessoires. In India maken ze er shoppers van en laptoptassen.



7 Elsemieke Havenga werd dit jaar 50 jaar, net als Fair Trade Original. 'Ik geloof in fairtrade, in deze manier van handel drijven.'

Samen met houtbewerkers en pottenbakkers in Vietnam Piet Hein Eek ontwerpt jubileumcollectie

Ter gelegenheid van de vijftigste verjaardag van Fair Trade Original ontwierp Piet Hein Eek een speciale collectie woonaccessoires. Samen met houtbewerkers en pottenbakkers in Vietnam bedacht hij opvallende manden en schalen opgebouwd uit dunne latjes hout die aan elkaar zijn geregen. En vazen van keramiek, waaronder een bijzondere stapelvaas. De collectie *Fair Trade Original by Piet Hein Eek* is begin 2010 verkrijgbaar.

Op 24 september presenteerden Fair Trade Original en Piet Hein Eek de eerste prototypes van de nieuwe producten aan de Nederlandse woon- en lifestyle magazines. Dat gebeurde in zijn werkplaats in Geldrop. Temidden van zijn eigen nieuwe collectie, die net terug was van de designbeurzen in Milaan, Parijs en Helsinki, stonden daar ook de producten die hij voor Fair Trade Original heeft ontworpen. De serie *Fair Trade Original by Piet Hein Eek* werd door de magazines en de nieuwsmedia enthousiast ontvangen. Op zaterdag 31 oktober tussen 17.00 en 18.00 uur besteedt het televisieprogramma AVRO KunstUur aandacht aan de collectie in een interview met Piet Hein Eek.

Best of both worlds

Tijdens de presentatie in Geldrop vertelde Piet Hein Eek uitgebreid over zijn samenwerking met de producenten in Vietnam. 'Ik heb veel inspiratie opgedaan. Door de samenwerking met de bedrijfjes en de mensen daar

en door de ambachten en technieken die ze beheersen. Interessant voor mij was het ook dat ik producten mocht ontwerpen die juist veel handwerk vragen. Ik was erg onder de indruk van My, een van de oprichtsters van Mai Vietnamese Handicrafts. Zij reisde met ons mee als tolk en gaf nooit op om precies dat wat ik bedoelde aan de handwerklieden over te brengen. Het resultaat, deze fairtrade design collectie, is wat mij betreft *the best of both worlds*: een mooi ontworpen product, fairtrade gemaakt met bijzondere, ambachtelijke technieken. En voor een prijs die lager ligt dan gewoonlijk voor design producten wordt gevraagd.' ●

Meer over de ervaringen van Piet Hein Eek in Vietnam op pagina 5.



Piet Hein Eek en Sophie van Heijningen, productontwerper bij Fair Trade Original, stellen de houten producten uit die ze samen in Vietnam hebben ontwikkeld.



Ad Kolkman



Kort Jaarcijfers

De omzet van Fair Trade Original over het eerste halfjaar van 2009 bedroeg ruim 7 miljoen euro en groeide 18% ten opzichte van dezelfde periode in 2008. Alle productgroepen droegen bij aan de toename. Meest spectaculair was de groei van food en koffie in de supermarkt. De verkoopmarges stonden onder druk door concurrentie, koersontwikkelingen en door toename van het aandeel food in de totale omzet. De resultaatontwikkeling ligt op koers.

Beste rode fairtrade wijn

De Zuid-Afrikaanse Pinotage van Fair Trade Original is uitgeroepen tot beste rode fairtrade wijn van Nederland. 'Zonovergoten bouquet, vol en sappig, kanjer van een wijn voor zijn geld', aldus een van de juryleden. Onder leiding van wijnexpert Harold Hamersma werden 60 fairtrade wijnen blind geproefd op verzoek van Stichting Max Havelaar en wijnportal By The Grape. De Pinotage is te koop voor € 4,99 in de Wereldwinkel.



Jumbo voert actie voor imkers in Guatemala

Naast de verkoop van een breed assortiment Fair Trade Original producten, steunt supermarktketen Jumbo dit najaar de imkers van Copiasuro in Guatemala met een opmerkelijke actie. Van 2 november tot en met 2 december schenkt Jumbo 10% van de inkomsten uit Fair Trade Original producten aan Fair Trade Original. Dit geld is direct bestemd voor de honingcoöperatie Copiasuro.

Jumbo voert deze genereuze actie ter ere van het vijftigjarig bestaan van Fair Trade Original. Voor de imkers, wiens honing op de schappen van Jumbo staat, betekent de samenwerking dat zij hun honingproductie op kwalitatief hoogstaande wijze kunnen uitbreiden.

Ambitieuze plannen

Copiasuro verzorgt voor haar ruim honderd leden de verkoop van hun honing tegen gunstige fairtrade voorwaarden. Tegelijkertijd investeert de organisatie intensief in de kwaliteit van het product. In Europa wordt de



De Guatemalteekse imker Luis Herrera bekijkt hoe zijn honing uit Guatemala bij Jumbo in de winkel staat.

regelgeving rond importhoning steeds strenger. Zo mag de honing maar een beperkt vochtigheidsgehalte hebben en producenten moeten aantoonbaar werken volgens een voedselveiligheidssysteem. Voor individuele imkers in Guatemala is het onmogelijk dit soort ontwikkelin-

gen te volgen en aan alle nieuwe eisen te voldoen. Daarom zijn de trainingen die de coöperatie biedt van levensbelang voor de sector. Fair Trade Original is naast afnemer van de producten ook bedrijfsadviseur. Met Copiasuro werd een meerjaren bedrijfsontwikkelingsplan op-

gesteld, waarin verhoging van de honingopbrengst en aansturing van de kwaliteit belangrijke elementen zijn. Het aanbod van Jumbo om financieel bij te dragen, sluit perfect bij deze ambitieuze plannen aan. Het geld dat de actie van Jumbo opbrengt, gebruikt Copiasuro om een

trainingscentrum te bouwen. Ook stelt het de organisatie in staat enkele mobiele honingslingeraars aan te schaffen. De imkers kunnen hiermee aan huis zelf op hygiënische wijze de honing slingeren en zo voldoen aan de kwaliteitseisen die aan hen worden gesteld. ●

Germán Gómez Esteban is al meer dan dertig jaar actief als imker en sinds de oprichting lid van Copiasuro. Ooit begon hij met vier bijenkasten, die hij ruilde tegen een radio. Hij leerde het vak van andere imkers en door cursussen te volgen. Tegenwoordig bezit Germán zeventig bijenkasten en heeft hij bij de coöperatie een krediet aangevraagd om het aantal kasten te kunnen verhogen.

Lucila Pérez Ávila startte tien jaar geleden met het houden van bijen en sloot zich een paar jaar later aan bij Copiasuro: 'Mijn man was werkzaam op een plantage waar ze bijenkasten hadden. Daar hoorde hij van het bestaan van Copiasuro. Dankzij de imkerij konden we een stukje grond kopen en een huis bouwen. Hoewel ik zelf niet goed kan lezen en schrijven, gaan onze kinderen gelukkig allemaal naar school.'

Nicolás Escobar Domingo is met zijn 74 jaar een laatbloeiër voor wat betreft de imkerij. In 2005 gingen door de orkaan Stan veel bijenvolkeren verloren en de honingooft stortte in. Via de coöperatie ontving Don Nicolás nieuwe kasten en suiker om de bijen bij te voeren. Zo kwam hij er weer bovenop. Een klein deel van de honing gebruiken Don Nicolás en zijn gezin zelf, als zoetmaker en als medicijn tegen de hoest.

Fairtrade cadeaus in Jumbo Groningen

Ze voeren meer dan 150 fairtrade foodproducten. Wonen vorig jaar de Fairtrade Award van Milieudefensie. En verkopen als enige supermarkt in Nederland fairtrade non food artikelen: meer dan zestig cadeau-artikelen van Fair Trade Original. De Jumbo vestiging in hartje Groningen. Een paar vragen aan supermarktmanager Pieter Kuizenga.



Cadeaus in de supermarkt. Dat is ongewoon.

'Voor mijn klanten niet hoor. Die rekenen er helemaal op. Maar voor sommige mensen is het vreemd ja. Bij de telling van fairtrade producten door Milieudefensie, voor de Fairtrade Award, werden de fairtrade non food artikelen bijvoorbeeld niet meegenomen. Ook niet na wat aandringen.'

Waarom doen jullie het?

'We zijn met fairtrade levensmiddelen begonnen vanuit een vraag van een klant. Van het een kwam het ander. Vorig jaar hebben we na het winnen van de Fair Trade Award ook cadeau-artikelen toegevoegd. Ook vanuit de visie van ons bedrijf. Het past bij onze kernwaarden: aandacht en ontwikkelen. We proberen binnen onze mogelijkheden iets bij te dragen.'

Wat verkoopt u zoal?

'Heel verschillend. Maar vooral kleurrijke, moderne, ambachtelijke producten gericht op een jonge doelgroep. Van kleine cadeautjes tot grote manden en tassen. We vernieuwen onze collectie regelmatig. Het loopt nu tegen het eind van het jaar. Nu leggen we bijvoorbeeld de nadruk op kerstproducten en producten voor een feestelijk gedekte tafel.'

Hoe presenteert u de producten?

'We presenteren ze als cadeau-artikelen, bij elkaar in een houten kast die we speciaal daarvoor hebben laten maken. Deze presentatie benadrukt het ambachtelijke aspect van de producten. Met drie man zorgen we voor de inrichting van de kasten. Ik samen met twee verkoopsspecialisten die dit extra leuk vinden.'

Wat doet Jumbo Groningen in de Fairtrade Week?

'Wij organiseren elke dag een proeverij met verschillende fairtrade producten. En sluiten de week af met een Duurzaamheidsmarkt. Daarin krijgen de fairtrade, biologische en streekproducten een belangrijke rol.'

Wie zijn de kopers?

'Eigenlijk iedereen. Wij hebben zo'n 40.000 aankopende klanten per week. Wij zitten midden in de stad. Tachtig procent van onze kopers is student. Deze doelgroep is gevoelig voor trends en dol op vrolijke, kleurrijke hebbedingen. Ze staan bovendien erg open voor fairtrade. Ik merk dat jongeren steeds meer besef hebben van de wereld om zich heen.' ●

2

Kort Rijstwafels

Rijstwafels passen bij uitstek binnen de groeiende gezondheidstrend. De nieuwe rijstwafels van Fair Trade Original zijn biologisch en hebben zowel het Max Havelaar als het EKO keurmerk. Ze zijn heerlijk knapperig en gemaakt met geurige Pandan rijst van onder andere de Progressive Farmers Association in Thailand. De rijstwafels zijn verkrijgbaar bij Wereldwinkels en WAAR winkels voor € 0,95.



Net zo goed beoordeeld als Calvé

De pindakaas van Fair Trade Original wordt net zo goed beoordeeld als de pindakaas van Calvé. Een extern marktonderzoekbureau heeft de pindakaas van Fair Trade Original getest. 225 proefpersonen kregen drie varianten pindakaas voorgelegd. 75 proefpersonen proefden Calvé pindakaas, 75 Calvé pindakaas met stukjes noot en 75 de pindakaas van Fair Trade Original. Men mocht het

product bekijken, eraan ruiken, ermee smeren en uiteindelijk proeven. Aan de proefpersonen werden na het proeven dezelfde vragen voorgelegd over uiterlijk, smaak, substantie en smeerbaarheid van de pindakaas. Het resultaat van deze test: de drie varianten werden even goed beoordeeld.



CAMPAGNE 29 oktober tot en met 7 november

Nationale Fairtrade Week

Voorgaande edities van de Fairtrade Week hebben laten zien dat de verkoop van fairtrade producten tijdens de actieweek een enorme impuls krijgt en daarna ook op een hoger niveau blijft. Ook dit jaar staan alle seinen op groen voor een succesvolle campagneweek.

Een week lang alle ontwikkelingen rondom Fairtrade vol in de schijnwerpers zetten, dat is het idee achter de jaarlijkse Fairtrade Week die de keurmerkorganisatie Stichting Max Havelaar organiseert. Ook Fair Trade Original is dit jaar uiteraard weer van de partij.

Van 29 oktober tot en met 7 november haalt Stichting Max Havelaar alles uit de kast om voor het derde jaar op rij een succesvolle en inspirerende week neer te zetten, waarbij Nederland kan kennismaken met fairtrade producten middels proeverijen, acties op de winkelvloer en lezingen.

FAIR-trouwen

FAIR-trouwen is het thema van de Fairtrade Week 2009. Max Havelaar gaat dit jaar letterlijk door de knieën en stelt daarbij de vraag: 'Stapt Nederland in het huwelijksbootje met Fairtrade?' Hiermee dagen ze consumenten, bedrijven, instellingen, organisaties en de politiek uit om de verbinding aan te gaan met Fairtrade.

Fairtrade in de horeca

Dit jaar is er speciale aandacht voor fairtrade in de horeca. Restaurants worden opgeroepen om tijdens de Fairtrade Week een Fairtrade menu te serveren. Voor restauranthouders werd in september een workshop georganiseerd met als doel hen te informeren welke fairtrade producten er verkrijgbaar zijn. Fair Trade Original heeft tijdens die workshop haar uitgebreide food assortiment gepresenteerd. Meer informatie: www.fairtraderestaurantweek.nl

Je dagelijkse portie Fair Trade

Ook Fair Trade Original doet volop mee aan de activiteiten rondom de Fairtrade Week. Via radiospotjes en advertenties wordt aan consumenten gevraagd wat hun dagelijkse portie Fair Trade is. Als ze naar de actiesite www.fairtradeisjarig.nl gaan, maken ze kans op een fantastische reis voor twee personen, waarbij uiteraard ook producenten van Fair Trade Original worden bezocht. In diverse supermarkten laat Fair Trade Original con-



sumenten chocolade en vruchtensappen proeven en zullen Fair Trade Original producten in de aanbieding zijn. Topkok Ramon Beuk zal in de Fairtrade Week een aantal grote Wereldwinkels bezoeken om te vertellen over de reizen die hij heeft gemaakt voor Fair Trade Original en om het succesvolle kookboek *Wat van Fair komt...* te promoten.

Fair Koffie Break

De Wereldwinkels proberen in de Fairtrade Week een wereldrecord te verbreken. Als Nederlanders in tien dagen meer dan 120.566 fairtrade drankjes nuttigen dan heeft Nederland een nieuwe record in handen. Iedereen kan aan deze recordpoging meedoen. Drink zoveel mogelijk fairtrade koffie, thee, sap of chocolade-



melk en registreer al deze dranken op de website www.fairkoffiebreak.nl.

Trouw-bijlage

Op zaterdag 31 oktober brengt het dagblad Trouw samen met Stichting Max Havelaar weer een Fairtrade-Week-bijlage uit. De bijlage besteedt aandacht aan de laatste nieuwtjes uit het Fairtrade veld, zoals nieuwe producten, en het jubileum van Fair Trade Original en de Wereldwinkels. Die mag je niet missen dus!

Voorgaande edities van de Fairtrade Week hebben laten zien dat de verkoop van fairtrade producten tijdens de actieweek een enorme impuls krijgt en daarna ook op een hoger niveau blijft. Ook dit jaar staan alle seinen op groen voor een succesvolle campagneweek! ●

Fairtrade SRV

Tijdens de Fairtrade Week 2009 rijdt Stichting Max Havelaar met een echte SRV-wagen, die tot de nok toe gevuld is met fairtrade producten, door Nederland.

29 oktober Van 11:00 tot 13:00 staat de Fairtrade SRV op de Dam in Amsterdam.

30 oktober Van 12:30 tot 15:00 brengt de Fairtrade SRV een bezoek aan het centrum van Utrecht. Wethouder Marka Spit komt op de koffie.

31 oktober Fairtrade SRV bezoekt Fairtrade Gemeente Goes en doet 's middags het centrum van Roosendaal aan.

2 november Fairtrade SRV bezoekt Tilburg.

3 november Fairtrade SRV bezoekt Den Haag en Delft.

4 november Fairtrade SRV bezoekt de Erasmus Universiteit in Rotterdam, waar de Max Havelaar Lecture zal plaatsvinden.

5 november Fairtrade SRV bezoekt Arnhem waar de duurzame ochtend plaatsvindt in Burgers Zoo. 's Middags rijdt de bus door naar Zeist.

6 november Fairtrade SRV bezoekt Wageningen. In de middag organiseren Van Hall Larenstein, Max Havelaar en Fair Trade Original een debat op het universiteitsterrein en zal topkok Ramon Beuk een kookdemonstratie geven in het Restaurant van de Toekomst.

7 november Fairtrade SRV bezoekt Meppel en Fairtrade Gemeente Groningen.

Kort Nieuwe jam

Om het broodbeleg assortiment compleet te maken, introduceert Fair Trade Original eind oktober twee soorten extra jam: aardbeien- en abrikozenjam. De suiker in de jam komt van Kasinthula Cane Growers in Malawi, de vruchten komen uit Europa. Gekozen is voor gangbare, Nederlandse smaken met zachte stukjes fruit. De Aardbeien jam is heerlijk fruitig, de Abrikozen jam licht fris. Verkrijgbaar bij Wereldwinkels en WAAR Winkels voor € 1,89.



Chocolade koekjes

In de koekjes top drie staan chocoladekoekjes op de derde plaats. Reden voor Fair Trade Original om twee nieuwe chocoladekoekjes te introduceren. Choco Biscuits zijn knapperige roomboter biscuits overgoten met een dikke laag pure chocolade. Choco sticks zijn knapperige koeksticks met melkchocolade. De Choco sticks (€ 1,89) en Chocolate Biscuits (€ 1,69) zijn verkrijgbaar bij Wereldwinkels, WAAR winkels bij Marqt en bij Deen.



India Tassen van binnenbanden en plastic zakjes

De zwarte laptoptas uit de nieuwste collectie van Fair Trade Original was ooit een autoband. De binnenvoering heeft een leven als spijkerbroek achter de rug. Een brede splinternieuwe rits verbindt deze oude materialen tot een nieuw en aantrekkelijk product.

Het verhaal van de zwarte laptoptas kent een geschiedenis die teruggaat tot 1992. In dat jaar richtte Anita Ahuja in Delhi het bedrijf Conserve op. De missie van deze ontwerpster en milieutechnicus was even simpel als doeltreffend: haal het afval van de straat en verwerk dit tot nieuwe producten. In Delhi komt er elke dag 6000 ton afval op straat terecht. Zo'n 2 miljoen mensen verzamelen en sorteren dit afval, om daarmee een inkomen te genereren.

Bollywoodsterren

Anita Ahuja richtte zich in de eerste plaats op de inzameling van plastic. Om zoveel mogelijk arme inwoners van Delhi mee te laten profiteren van haar idee, zocht ze de rappers in de sloppenwijken. Daarbij vond ze een prachtige oplossing om het analfabetisme te omzeilen. Ze zette niets op papier, maar koppelde de namen van een aantal Bollywoodsterren aan de kleuren die ze zocht. Nu weet ieder-

een dat er behoefte is aan zwart plastic als de naam van Shah Rukh door de wijken gonst.

Banden, gordels, spijkerbroeken

Samen met haar man bedacht Ahuja een procédé om van plastic zakken een materiaal te maken dat kan dienen als grondstof voor mode-accessoires. Later gingen ze ook andere afvalstoffen verwerken, zoals auto-gordels, banden en spijkerbroeken. In een aantal van hun producten combineren ze die verschillende materialen. Ze maken onder meer tassen, riemen, schoenen en sieraden.

School

Anno 2009 werken er 56 mensen bij Conserve en het sociale aspect is altijd een nadrukkelijke rol blijven spelen in de bedrijfsvoering. Zo heeft Ahuja in de wijk waar het afval wordt verzameld een schooltje opgezet, zodat arme kinderen de kans krijgen



Plastic zakjes worden gewassen, gedroogd en op kleur gesorteerd.

om te werken aan een betere toekomst. Verder heeft ze een paar rappers van het eerste uur opgeleid tot productiemedewerkers in haar bedrijf. Door het inkomen dat ze hiermee verdienen, kunnen ze de slop-

penwijk verlaten en elders een onderkomen betrekken. Zo krijgt niet alleen het afval een tweede leven. Ook de rappers, en de kinderen van de rappers, krijgen bij Conserve een nieuwe kans. ●



Nieuwe najaarscollectie Gifts & Living

De Gifts & Living collectie najaar 2009 van Fair Trade Original ligt op dit moment in de Wereldwinkels en WAAR winkels. De collectie is glimmend van parelmoer, koper, goud en zilver en vol kleur en verrassende vormen.

Extra chique is het nieuwe servies waarin een gouden blaadje is verwerkt. Voor deze decoratie gebruiken de pottenbakkers van Kasama in

Thailand het blad van de Koy boom die groeit op de binnenplaats van de keramiekkabriel. Met het blad maken ze een afdruk in klei, die ze daarna

met bladgoud bedekken. Dit Koy Gold servies is vanaf nu verkrijgbaar, onder andere als luxe mokkensen in cadeaudoos.

Van glimmend koper is er een Indiase Thali set, een bewerkte schaal met kleine kommetjes, katori, waarin de

Indiërs een complete maaltijd serveren.

Daarnaast veel producten gemaakt van hergebruikte materialen. Shoppers van plastic zakjes, tassen en portemonnees van autobanden en kleurrijke kisten en dozen gedeco-

reerd met afgekeurd verpakkingsmateriaal. ●



Collectiehandboek najaar 2009
Alle nieuwe najaarsproducten zijn te vinden in het Collectiehandboek najaar 2009. Dit is te downloaden via internet: www.fairtrade.nl
> producten > Gifts & Living.

4

Kort Mystery Land

Dancefestival Mystery Land begon op 29 augustus op het voormalig Floriade-terrein bij Vijfhuizen met een (h)eerlijk fairytale ontbijt, bedoeld om kennis te maken met de Millenniumdoelen en de simpele manier waarop je zelf hieraan een bijdrage kunt leveren. Fair Trade Original leverde onder andere de hagelslag en pindakaas. Het ontbijt werd georganiseerd door Globalicious, die op creatieve wijze de boodschap 'honger is oplosbaar' verspreidt.



9.9.9

Op 9 september 2009, voor kenners 9.9.9, vond de Dag van de Duurzaamheid plaats. In het hele land zetten individuen, bedrijven en organisaties zich in voor een betere wereld. Fair Trade Original stelde in het kader van haar 50 jarig bestaan 50 cadeautjes ter beschikking. Wie tussen 9 en 9 uur op de site deelnam aan een prijsvraag, kwam hiervoor in aanmerking.

Fair Trade Original op Ambiente 2010

In 2010 zal Fair Trade Original zich presenteren op Ambiente in Frankfurt. Ambiente is 's werelds grootste consumentengoederenbeurs en geeft een beeld van de meest actuele ideeën op het gebied van huis, meubel en decoratie. Fair Trade Original laat op Ambiente haar actuele aanbod tafelhoed zien, en de collectie manden en keramiek die samen met Piet Hein Eek tot stand kwam. Het is de eerste keer dat Fair Trade Original zich op

deze internationale Woonbeurs presenteert. 'We willen hiermee ons mainstream profiel versterken en zowel Nederlandse als internationale retail interesseren voor onze producten', aldus Jantien Lodder, manager Gift Retail bij Fair Trade Original. Ambiente 2010 wordt gehouden van 12 tot 16 februari.

VIETNAM Piet Hein Eek: 'En dan komt een eigenwijze Hollander vertellen dat 't anders kan...'

Ter gelegenheid van de vijftigste verjaardag van Fair Trade Original ontwierp Piet Hein Eek een speciale collectie van hout en keramiek. Samen met Sophie van Heijningen, productontwerper bij Fair Trade Original, reisde hij naar Vietnam om de producten die hij getekend had, uit te werken.

Piet Hein Eek zei meteen ja toen hij gevraagd werd om naar Vietnam te gaan om met producenten van Fair Trade Original te werken. Eek: 'Ik hou helemaal niet van reizen. Maar Fair Trade Original is een bedrijf waar ik graag iets voor wil doen. Interessant voor mij was ook dat ik producten mocht ontwerpen die juist veel handwerk vragen.' Samen met de houtbewerkers en pottenbakkers in Vietnam bedacht Piet Hein Eek opvallende producten van palmhout en ontwierp een serie vazen waarin traditionele schilderingen en moderne vorm samengaan.

Wie kan beter dan Piet Hein Eek antwoord geven op de vraag: kun je producten ontwerpen van hout, waarbij het niet erg is als het hout gaat werken. Voor kleine houtbewerkers in ontwikkelingslanden is dat vaak een groot probleem. Het klimaat is vochtig en ze hebben geen droogovens. Zodra de producten in het westen aankomen, gaat het hout krom trekken. Met dat gegeven in zijn achterhoofd ontwierp Piet Hein Eek een serie manden, onderzetters en schalen opgebouwd uit dunne latjes hout die aan elkaar worden geregen. Eek: 'Het in elkaar zetten van de eerste producten was best ingewikkeld. Ik had onmogelijke tekeningen opgestuurd en het rijgen van de houtjes is priegelwerk. Het hele dorp kwam om ons heen staan en



De eerste houten manden krijgen langzaam vorm. Piet Hein Eek en de baas van de Vietnamese houtwerkplaats rijgen de houten latjes aan elkaar.

keek ons op de vingers. Iedereen wilde meedoen. Op een gegeven moment kregen we hulp van een man die veel viste. Hij kon het visdraad dat wij gebruikten heel strak aantrekken en geweldig goeie knopen leggen. Toen

ook de zoon en dochter van de houtwerker, die vakantie hadden, voor gingen doen hoe je de latjes het beste kon rijgen,

kwam de sfeer erin. Op een gegeven moment zaten we met vier paar handen die perfect samenwerkten een prachtige mand te rijgen. Zo zijn zeven mooie prototypes tot stand gekomen voor manden, schalen en onderzetters.'

Keramiek

Voor het keramiek reisde Eek naar het keramiekdorp Bat Trang in Noord-Vietnam. Piet Hein Eek: 'Ik kwam terecht in een goed uitgerust fabriekje, waar ze op basis van mijn tekeningen al mallen hadden gemaakt. Ze waren heel voorzichtig als ik dingen

voorstelden die anders waren dan ze gewend zijn. In de keramiekwereld is die angst reëel. Als je eenmaal de klei, het glazuur en de manier van stoken op elkaar hebt afgestemd, wijk je daar zo min mogelijk van af. Want bij de kleinste variaties word je vaak al verschrikkelijk afgestraft. Na veel besprekingen over de mogelijke oplossingen kwamen de eerste producten uit de mallen. Plots ontstond het gevoel dat het misschien wel kon.'

Hetzelfde gebeurde toen ze de decoraties op de vazen gingen bepalen. Met de masterpainter zocht Piet Hein

Eek naar de mooiste motieven voor op de vazen. 'We wilden gebruik maken van traditionele motieven. Door die op een net iets andere manier toe te passen kunnen die heel modern en grafisch worden. Maar ja, ze schilderen hun decoraties al eeuwenlang op dezelfde manier. En dan komt er een eigenwijze Hollander die zegt dat je de bamboestengels juist onregelmatig op de vazen moet zetten. Na veel schetsen en praten kwamen we samen tot vier mooie decoraties met bamboe, bloesem, kraanvogels en bloemen.'

Dutch Design in Development

Fair Trade Original en Piet Hein Eek werden bij elkaar gebracht door Dutch Design in Development (DDiD). DDiD koppelt Nederlandse ontwerpers aan kleine producenten in ontwikkelingslanden. DDiD werkt voornamelijk in opdracht van Nederlandse importeurs om de verkoop van duurzaam geproduceerde producten uit ontwikkelingslanden in Europa te bevorderen. DDiD biedt Nederlandse ontwerpers de gelegenheid om inspiratie op te doen en te werken in andere omstandigheden met vaak nog niet eerder gebruikte materialen en technieken. ●

Mai Vietnamese Handicrafts

De twee producenten waarmee Piet Hein Eek aan het werk ging, zijn producenten van Mai Vietnamese Handicrafts, opgericht in 1988 om iets te doen voor straatkinderen. Al snel richtte Mai zich op een meer structurele oplossing: het creëren van werkgelegenheid voor vooral vrouwen. Het bedrijf maakte een explosieve groei door en betrok recentelijk een groter pand met meer mogelijkheden voor een professionele bedrijfsvoering. De productie biedt 300 mensen een vaste baan; als er grote orders binnenkomen kan de capaciteit oplopen tot 1.300 werknemers. Mai Vietnamese Handicrafts stort 30% van haar winst in een fonds voor studiebeurzen en leningen.

Zie voor meer informatie over Mai Vietnamese Handicrafts: www.fairtrade.nl >handelspartners



Fair Trade Original 50 jaar!

Met een scherpe visie zag oprichter Paul Meijs eind jaren '50 al dat economische ontwikkeling de sleutel is tot bestrijding van armoede in ontwikkelingslanden. Vijftig jaar later is Fair Trade Original een stichting zonder winstoogmerk die een omzet realiseert van 15 miljoen euro met 60 handelspartners in 30 landen. Reden voor een passend jubileumfeest. Op donderdag 4 juni vierde Fair Trade Original haar gouden jubileum in de Van Nelle Ontwerpfabriek in Rotterdam.

Presentator Matthijs van Nieuwkerk en Mike Jansen, directeur van Fair Trade Original, gingen in gesprek met diverse prominente gasten, waaronder vertegenwoordigers van Albert Heijn, Jumbo, Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, Stichting Max Havelaar, Ministerie van Buitenlandse Zaken, ICCO en handelspartners uit Tanzania en Peru.

Het commitment voor fairtrade bij de supermarktketens is er, zo bleek tijdens een gesprek met Albert Voogd, commercieel directeur van Albert Heijn, en Colette Cloosterman-van Eerd, formule directeur van Jumbo. Beide ketens gaven aan hun fairtrade as-

sortiment te willen vergroten en verdere groei van fairtrade te voorzien.

Een bijzonder moment was de officiële overhandiging van het jubileumboek *Since 1959* aan mevrouw E. Meijs, weduwe van de oprichter van Fair Trade Original en aan mede-oprichter mevrouw E. Wolak.

Topkok Ramon Beuk presenteerde *Wat van Fair komt...*, zijn nieuwste kookboek waarvoor hij op reis ging met Fair Trade Original en producenten van fairtrade levensmiddelen bezocht. Na dit officiële deel van het programma konden de genodigden proeven van de gerechten van Ramon Beuk. ●



Debat over de toekomst van fairtrade

Onder de titel *Fair Trade, Challenging the Future* vond op 12 juni in Felix Meritis een debat plaats over de toekomst van fairtrade. Het debat, onderdeel van de jubileumactiviteiten van Fair Trade Original, werd bijgewoond door meer dan vijftig handelspartners uit ontwikkelingslanden en door vertegenwoordigers van collega fairtrade organisaties, de ontwikkelingsbranche en de overheid.



Deelnemers aan het debat lichten hun standpunt toe.

Een van de inleiders was Prof. Arnold Heertje. Hij pleitte er voor de huidige economische crisis te benutten om over te gaan tot een grondige herziening van het economisch denken, waarin duurzaamheid - voor de huidige en toekomstige generaties - centraal staat. Hij omschreef de noodzaak van een welvaartsconcept dat aanzienlijk verder gaat dan materiële welvaart alleen, met als essentie de kwaliteit van leven, ook voor producenten. Fairtrade maakt onlosmakelijk deel uit van duurzaamheid, aldus Professor Heertje. Consumenten moeten zich daarom realiseren dat ze met fairtrade producten een heel andere wereld in handen hebben dan met reguliere producten. Op de inleidingen volgde een levendig debat, onder voorzitterschap van Gijs Weenink, directeur van de Debat-Academy. In hoog tempo werden acht stellingen geponeerd en konden de deelnemers hun positie bepalen door in het vak van de voor- of tegenstanders plaats te nemen. Mike Jansen, algemeen directeur van Fair Trade Original, roemde in zijn afsluiting de flexibiliteit van geest van de talloze deelnemers die hun mening

wijzigden na het horen van de argumenten van anderen.

Een aantal van de stellingen met daarbij één reactie uit de zaal:

Over 15 jaar is alle handel fairtrade.
Misschien is niet alles 100% fairtrade, maar fairtrade zal in alles vertegenwoordigd zijn.

Fairtrade moet voldoen aan strikte criteria op het gebied van duurzaamheid.
Er moeten criteria zijn, maar niet te strikt. Iedereen verandert, en de inzichten op het gebied van duurzaamheid veranderen, dus we moeten streven naar dynamische - en niet strikte - criteria.

Fairtrade producten zullen altijd duurder zijn.
Fairtrade moet een terechte prijs hebben, die ook voor de consument acceptabel is.

De impact voor kleine producenten zal altijd beperkt zijn.
Wat wordt bedoeld met klein? Wat je in Europa klein noemt, is in Oeganda heel groot. Als een boer 200 kg koffie

verkoopt tegen een goede prijs, kan hij zijn kind naar school sturen. Voor hem betekent dat heel veel.

Fairtrade certificering is te duur voor kleine producenten.
Natuurlijk kost het wat. Maar dat verdienen je weer terug doordat het je toegang geeft tot nieuwe en grotere klanten.

Fairtrade is mogelijk zonder subsidies.
In Oeganda is dat niet mogelijk, want er moet vooraf veel werk verzet worden om aan de eerlijke handel te kunnen deelnemen.

Fairtrade is innovatief.
Fairtrade is innovatief door te werken aan bewustwording onder consumenten. Andere A-merken doen dat niet.

Fairtrade organisaties moeten samenwerken om te komen tot meer impact.
We moeten samenwerken om ervaringen en ideeën uit te wisselen - precies wat we hier aan het doen zijn. ●

Lees meer op www.fairtradeisjarig.nl

6

Kort 2015 Festival

Op 12 september vond voor de vijfde maal het 2015 Festival plaats in het Friese IJlst. Dit festival maakt zich sterk voor het realiseren van de 8 Millenniumdoelen. Dit jaar stond het festival in het teken van voedsel: van ver en dichtbij. Ruim 5.000 mensen hebben het festival bezocht. Tijdens het festival werden chocolaatjes van Fair Trade Original uitgedeeld. En alle deelnemers aan de Millenniumloop ontvingen na hun finish een wel-

verdiende chocoladereep. De allergrootste winnaar was The Hunger Project waar de volledige opbrengst van dit loopspektakel aan werd overgemaakt. Zoals een van de deelnemers verwoordde: 'Lopen voor mensen in Ghana en chocolade ontvangen waarvan de cacao uit Ghana komt. Het kan niet mooier!'

Kookboek Beuk genomineerd

Wat van Fair komt..., het nieuwste boek van Ramon Beuk in samenwerking met Fair Trade Original, is genomineerd voor Kookboek van het jaar 2009. Het boek dingt mee naar de juryprijs in de categorie 'Beste initiatief', en naar de Publieksprijs. Op 3 november worden de prijswinnaars bekend gemaakt. Meer informatie op www.kookboekvanhetjaar.nl. Via deze website kunt u ook uw stem uitbrengen.



Jubileumcadeau

Ter ere van het jubileum trakteerde FairSupport de handelspartners van Fair Trade Original - op dat moment in Nederland aanwezig - op een workshop over trends. Hoe worden trends voorspeld, hoe worden ze doorvertaald naar productontwikkeling voor Wereldwinkels en WAAR winkels? En welke rol speelt Fair Trade Original hierbij, als intermediair tussen klant en leverancier? Een bijzonder nuttige en toekomstgerichte bijeenkomst.

INTERVIEW Elsemieke Havenga: 'Beloon de consument voor goed gedrag!'

Elsemieke Havenga deed mee met de jubileumcampagne van Fair Trade Original. 'Ik geloof in fairtrade, in deze manier van handel drijven.'

Elsemieke Havenga, bekend dankzij een imposante sportcarrière en daarna als presentator van tal van radio en tv-programma's, werd dit jaar 50 jaar - net als Fair Trade Original. 'Fairtrade zou in de handel vanzelfsprekend moeten zijn, en een organisatie als Fair Trade Original uiteindelijk overbodig.'

Als lid van de Nederlandse vrouwenhockeyploeg werd zij viermaal Wereldkampioen en won in 1984 Olympisch goud. Na haar sportcarrière presenteerde zij programma's als Studio Sport en Het Sportcafé en de actualiteitenprogramma's RTL Nieuws en Editie NL. Op de radio presenteerde zij op zondagochtend op 100% NL een programma met aandacht voor sport, actualiteiten en initiatieven van mensen die het verschil maken. Over dit laatste thema schreef zij ook een boek. Havenga heeft een eigen communicatiebureau, dat media- en communicatietrainingen geeft aan onder andere bedrijven en topsporters. Over haar inzet voor Fair Trade Original vertelt zij: 'Ik deed mee met de jubileumcampagne omdat ik geloof in fairtrade, in deze manier van handel drijven. Fair Trade Original begreep al lang geleden dat je mensen goed moet belonen voor hun werk en hun producten. Gelukkig groeit het draagvlak snel. Fairtrade zou in de handel vanzelfsprekend moeten zijn, en een organisatie als Fair Trade Original uiteindelijk overbodig.'

Lokale initiatieven

Havenga is goed bekend met de wereld van de goede doelen, en heeft daar duidelijke ideeën over: 'Goede doelen zijn eigenlijk een soort compensatie van wat we in onze maatschappij niet goed hebben geregeld. Daarmee blijft de oplossing soms in de marge steken, terwijl het gemeengoed zou moeten zijn. Fairtrade is een positief voorbeeld, die maakt de omslag van goed doel naar de reguliere handel. Het mensgerichte zit nu in de hele keten. Het is alleen jammer dat de consument die de producten koopt, er niet voor wordt beloond. Ik zou er voorstander van zijn om op

mens- en milieuvriendelijke producten standaard 6% BTW te heffen in plaats van 19%. Ik ben ervan overtuigd dat de verkoop van deze producten dan een grote vlucht zou nemen, en daarvan profiteert iedereen. Het is nu toch een beetje een welvaartsding: voor een gezin is de keuze voor verantwoorde producten vaak te duur.'

Bij ontwikkelingshulp heeft Havenga de nodige bedenkingen. 'Als je reist, is het vaak schrijnend te zien welke enorme verschillen er bestaan tussen de upper class en de rest van de bevolking. En in teveel landen zitten stroperigheid en corruptie binnen de overheid ontwikkelingen in de weg. Daarom ben ik groot voorstander van lokale initiatieven, die mensen zelf doen. Microkredieten, waterputten, solar cooking, in dat soort dingen geloof ik heilig. Je moet daarbij oppassen dat je niet van buitenaf de mensen gaat voorschrijven wat goed voor hen is, dat kleeft voor mijn gevoel teveel aan het idee van ontwikkelingshulp. Ook in Nederland houden we goede initiatieven, bijvoorbeeld op milieugebied, tegen met de overdaad aan procedures die we kennen. Ik heb in China gezien wat een daadkrachtige overheid in korte tijd tot stand kan brengen. Maar ja, dat gaat dan weer ten koste van de democratie en individuele belangen. Dat is een ingewikkeld dilemma, maar laten we vooral niet denken dat wij alleen de wijsheid in pacht hebben.'

Since 59

Door de campagne vernam heel Nederland en passant dat Elsemieke Havenga 50 werd. 'Ik vind het een leeftijd waar je toch even bij stil staat. Op alle fronten gebeurt er van

Al 50 jaar geen dag zonder Fair Trade



Elsemieke Havenga
Den Haag, 30 september 1959



bezoek nu www.fairtradeisjarig.nl

Fair Trade Original. For a change.



alles. Je kinderen staan op het punt hun eigen leven op te bouwen, je ouders vragen extra zorg, je hebt je werk: in alle rollen wordt er veel van je gevraagd en is de verantwoordelijkheidsgraad hoog. Hoe dan ook wil ik in mijn leven maatschappelijk verantwoord ondernemen een plek blijven

geven. In de radio en tv programma's die ik nog hoop te doen, in mijn betrokkenheid bij verschillende goede doelen en in mijn bemoeienis met de (top)sport. Ik ben onder andere ambassadeur van de Nationale Sportweek. Sport heeft zoveel in zich: het bindt mensen, brengt verschillende culturen

samen, het gaat over gezondheid, over jezelf leren kennen, je grenzen verkennen... Mijn zoon doet aan topsport en mijn oudste dochter, die rechten studeert, is geïnteresseerd in mensenrechten. Natuurlijk krijgen mijn kinderen wat van mijn betrokkenheid mee.' ●

Kort Puur & eerlijk

AH puur&eerlijk is het nieuwe eigen merk van Albert Heijn, gericht op consumenten die verantwoord inkopen willen doen. Het merk houdt extra rekening met mens, dier, natuur of milieu. AH puur&eerlijk kent vijf categorieën, waaronder fairtrade. Een aantal Fair Trade Original producten is bij Albert Heijn inmiddels vervangen door het eigen merk van de grootgrutter.



Nieuw: Olijfolie Extra Vierge

De omzet van olijfolie in de supermarkt is het afgelopen jaar met 25 procent gestegen en de verwachting is dat deze opmars doorzet. Fair Trade Original is daarom verheugd dat ze een olijfolie kan toevoegen aan haar assortiment. De olijfolie is afkomstig van La Riojana in Argentinië, de coöperatie waar Fair Trade Original haar biologische wijnen inkoop. Om niet alleen afhankelijk te zijn van wijnbouw verbouwt La Riojana ook olijven

en produceert olijfolie. De Argentijnse olijfolie is van extra vierge kwaliteit (olie uit de eerste persing). Het is een geurige melange van verschillende olijfvariëteiten: arauco, arbequina en manzanilla. De olie is geschikt om te bakken, braden en grillen en is een perfecte smaakmaker voor koude gerechten. Verkrijgbaar bij de Wereldwinkel en WAAR winkel. De prijs is € 5,49 voor 500 ml.



INTERVIEW Directeur Swoyambhu, Yak & Yeti: 'Blijvend werkgelegenheid scheppen'

'Het is mijn missie om met Yak & Yeti blijvend werkgelegenheid te scheppen. In de afgelopen 25 jaar is ons dat goed gelukt, ook in economisch slechte tijden. Voor de komende jaren hoop ik die stijgende lijn te kunnen vasthouden, aldus directeur Swoyambhu Ratna Tuladhar van Yak & Yeti.'

Het is 1983. Door gebrek aan werk trekken steeds meer Nepalezen weg uit de Kathmandu Vallei. Ze vestigen zich in de golfstaten, Japan of Korea. Een aantal van hen komt goed terecht, maar de meesten werken onder erbarmelijke omstandigheden. Bovendien missen ze hun land en hun familie. Dat moet anders kunnen, dacht de oprichter van Yak & Yeti, een distributiebedrijf voor Nepalese handwerkproducten. Ruim 25 jaar later vertelt de huidige directeur, de heer Swoyambhu Ratna Tuladhar, over het succes van Yak & Yeti en de recente samenwerking met Fair Trade Original.

Yak & Yeti werd opgericht in 1983. Was u betrokken bij de oprichting?

'Nee, ik kwam er pas bij in 1987. Yak & Yeti was het initiatief van een man uit Amstelveen. Hij was degene die in 1983 het idee opperde om de typisch Nepalese handwerkproducten aan de man te brengen. Gemaakt door mensen uit de streek en bedoeld om hun schamele inkomen aan te vullen. Al vrij snel ontstond er een groep mensen om hem heen die, net

als hij, het gat tussen arm en rijk wilde verkleinen. Ze stimuleerden mensen, meest boeren, om handwerkproducten te maken en vervolgens probeerden zij die producten te verkopen. Gaandeweg ontstond zo Yak & Yeti.'

Sloeg het idee snel aan?

'Ja. De omzet van Yak & Yeti steeg voortdurend, dus de handwerklieden zagen direct resultaat van hun in-



Directeur Swoyambhu: 'Fair Trade Original helpt ons om het label van Yak & Yeti meer bekendheid te geven in het westen, zodat wij onze afzet kunnen verhogen.'

In de nieuwe collectie van Fair Trade Original zitten weer een aantal opvallende producten van Yak & Yeti. Een serie kleurrijke vilten producten. En een nieuwe bedel uit de Charms serie van Fair Trade Original: een zilveren slippert genaamd Footstep. Het is een bedel met een mooie filosofische betekenis: de weg die je aflegt is belangrijker dan het doel dat je wilt bereiken.



spanningen. Inmiddels zijn sommige producten zo succesvol dat een aantal boeren zich nu uitsluitend met het handwerk bezighoudt. Het bedrijf, dat ooit is gestart als eenmanszaak, heeft nu 56 vaste medewerkers in dienst en werkt intensief samen met 150 gezinnen die de producten maken. De winst van de afgelopen jaren hebben we gebruikt om te kunnen groeien en om meer kinderen uit de bergdorpen naar school te krijgen.'

Wat voor producten brengt Yak & Yeti zoal op de markt?

'Onze specialiteit is zilver, zilveren sieraden met stenen erin verwerkt. Maar door de stijgende zilverprijzen, hebben we dat specialisme de laatste jaren uitgebreid met andere handwerkproducten, zoals handbeschilderd zijde, vilten producten, klankschalen en producten van handgemaakt papier. Bij Yak & Yeti zoeken we, zoals gezegd, een afzetmarkt voor de producten, maar daarnaast brengen we produ-

centen ook op ideeën en we geven feedback op hun werk.'

Wat wilt u met Yak & Yeti bereiken?

Het is mijn missie om met Yak & Yeti blijvend werkgelegenheid te scheppen. In de afgelopen 25 jaar is ons dat goed gelukt, ook in economisch slechte tijden, en voor de komende jaren hoop ik die stijgende lijn te kunnen vasthouden. Verder hoop ik in de nabije toekomst een laboratorium te kunnen opzetten voor het testen van metalen, fabrikaten en chemische stoffen. In Nepal bestaat weinig kennis over milieu- en gezondheidsaspecten, maar als wij onze producten op de wereldmarkt willen verhandelen, moeten we daar verandering in brengen. De Nepalese overheid wil niet investeren in zo'n fabriek, dus daarom ga ik de komende jaren zelf op zoek naar partners.'

Van wanneer dateert de samenwerking met Fair Trade Original?

'In 2002 hadden wij een ontmoeting met een business consultant van Fair Trade Original. Uit die ontmoeting bleek dat we het op veel punten al met elkaar eens waren. Kijk, Yak & Yeti heeft vanaf haar oprichting gewerkt volgens de ideeën van eerlijke

handel. Wij vonden dat kinderen naar school moesten gaan, dat mensen eerlijk betaald moesten worden en dat ze een veilige en gezonde werkomgeving moesten hebben. Maar we hadden onze normen nog nooit getoetst aan die van een westerse organisatie zoals Fair Trade Original. Daarom waren we blij dat zij nog eens kritisch met ons naar die normen wilden kijken. Samen met een lokale consultant heeft Fair Trade Original een Social Audit uitgevoerd bij Yak & Yeti en een aantal aangesloten producenten. Die Social Audit was een instrument om de verbeterpunten in kaart te brengen. We zaten al op de goede weg, maar dankzij de hulp van Fair Trade Original kunnen we nu nog meer groeien in de werkwijze van fairtrade. Tegelijkertijd helpt Fair Trade Original ons om het label van Yak & Yeti meer bekendheid te geven in het westen, zodat wij onze afzet kunnen verhogen. Want dat is en blijft mijn missie: werkgelegenheid scheppen én behouden. Als het mij dankzij Yak & Yeti lukt om steeds meer mensen in de Kathmandu Vallei een inkomen te geven, dan ben ik een tevreden man.' ●



8

Kort Nieuw: luxe chocoladeproducten

Om het chocolade assortiment te verrijken, introduceert Fair Trade Original een luxe reeks gechocoladeerde producten. Nieuw zijn de Koffielikeur Parels melkchocolade. In dezelfde range verkoopt Fair Trade Original haar vernieuwde biologische Koffieboontjes. Pittig gebrande koffieboontjes uit Mexico omhuld met romige melkchocolade. Een nieuwe receptuur is er ook voor de Amazone

noten in pure chocolade, ook biologisch. De knapperige Amazonenoten komen van CAI Campesino in Bolivia, zie www.fairtrade.nl/handelspartners. De nieuwe chocoladeproducten zijn verkrijgbaar bij de Wereldwinkel en WAAR winkel en kosten per 125 gram € 2,99.



Colofon

F-Commerce is een uitgave van Fair Trade Original. De krant verschijnt drie maal per jaar en wordt gratis verstuurd naar relaties van Fair Trade Original. Wilt u F-Commerce niet ontvangen, stuurt u dan een e-mail naar: f-commerce@fairtrade.nl

Redactie: Paula van de Kamp, Katrien Kloos, Ellie Tap.

Fotografie: Studio Bassa, Jantien de Bood, Sjoerd Eijckmans, Mark Prins,

Nob Ruijgrok, Vera Vanderveesse, Koen Verheijden, Jan-Reinier van der Vliet, Fair Trade Original.

Vormgeving: Studio Bassa, Culemborg.

Papier: Reviva Silk met FSC-keurmerk.

Druk: Van Amerongen, Amersfoort.

Fair Trade Original

Postbus 115

4100 AC Culemborg

(0345) 54 51 51

www.fairtrade.nl

f-commerce@fairtrade.nl