

Hazelnoten en kinderhanden

Een voorbeeld stellen. Dat was de *drive* bij de oprichting van Tony's Choclonely. De cacao-industrie bleef hardnekkig besmet met lage lonen, dwangarbeid en slechte arbeidsomstandigheden op de plantages. 'Slaafvrij' moest de chocolade worden, en Tony's Choclonely werd geboren. Sinds enkele maanden zijn er ook repen met hazelnoten op de markt. Maar die noten blijken nu ook met kinderhanden te zijn geplukt. Tony's Choclonely stelt opnieuw een voorbeeld. Het bedrijf communiceert in alle openheid.

HET DILEMMA:

Je wilt als duurzaam bedrijf een voorbeeldfunctie in een sector vervullen, maar dan blijkt ineens dat een ingrediënt in je product omstreden is. Stop je onmiddellijk met het verwerken ervan of ga je ook die keten proberen te verduurzamen?

✦ TEKST ASTRID VAN UNEN ✦ FOTOGRAFIE ANNE HAMERS

Zara heet het negenjarige meisje dat centraal staat in het item van EenVandaag van 19 oktober. Ze komt uit het Turkse Urfa, maar wordt geïnterviewd in het Zwarte Zeegebied, waar jaarlijks in augustus de hazelnootpluk plaatsvindt. Zara is dan al vanaf maart met haar familie aan het rondtrekken, om elke maand een nieuwe oogst te plukken. Ze mist standaard minstens drie maanden onderwijs per jaar. De hazelnootpluk vindt toevallig in de zomervakantie plaats, maar Zara moet niettemin elf uur per dag werken, tegen één euro per uur. En ze is niet het enige kind; honderdduizenden gezinnen en tienduizenden leerplichtige kinderen uit oost-Turkije leven van seizoensarbeid. Uit onderzoek van de Turkse onderwijsbond E itim Sen blijkt dat 10 procent van de leerplichtige kinderen in oost-Turkije gemiddeld veertien weken onderwijs per jaar missen. De boodschap van het item is duidelijk: in Turkije is nog steeds sprake van kinderarbeid, vooral in de landbouw. De hazelnootsector is de trots van Turkije. Het land levert 75 procent van alle hazelnoten op de wereldmarkt en daar gaan miljarden in om. Volgens een *quicksan* van onderzoeksbureau SOMO neemt

Nederland rechtstreeks voor 11,5 miljoen euro af. Geld waar deze seizoenswerkers en hun kinderen alleen maar van kunnen dromen.

De uitzending van EenVandaag, gemaakt door freelance journalist en P+redacteur Mehmet Ülger, bracht een golf aan reacties teweeg. Op de website roerden links en rechts Nederland zich heftig. Binnen twee dagen stelden vijf politieke partijen Kamervragen aan de ministers van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie en van Buitenlandse Zaken. Ook Europarlementariër Emine Bozkurt (PvdA) stelde vragen aan de Eurocommissaris die over Turkije gaat. Vanuit de bedrijven, en dan met name de chocoladefabrikanten, bleef het opvallend stil. Sommigen wilden niet zeggen waar hun hazelnoten vandaan komen, anderen vonden dat ze voldoende afspraken hebben gemaakt met hun toeleveranciers. Met andere woorden: hun Turkse hazelnoten zouden niet door kinderhanden zijn geplukt.

Het enige bedrijf dat verraste in zijn reactie bleek Tony's Choclonely. In de vroege ochtend na de uitzending stond er al een verklaring op hun website. 'Omdat wij, als Tony's Choclonely, al jarenlang strijden tegen misstanden in de cacao-industrie zijn wij ons elke dag bewust van de verschrikkelijke toestanden rondom de productie van chocoladerepen. Toch waren wij geschokt bij het zien van deze reportage.' Het bedrijf erkende in zijn persbericht openlijk dat in hun nieuwste repen hazelnoten uit Turkije zitten. 'De uitzending stimuleert ons om, als voorvechter van slaafvrije chocola, de druk op te voeren. En dat doen we branchebreed, en over de hele keten. Alleen daarmee kunnen

Eveline Raijmans en Teun van de Keuken van Tony's Choclonely: "Zonder openheid kun je de keten niet verbeteren."

De hazelnootafnemers

“Niets gebleken uit controles”

De reacties op het item van EenVandaag van producenten die hazelnoten in hun producten verwerken, zijn heel divers. Ferrero, producent van onder meer Nutella en Kindersurprise, wilde niet voor de camera reageren, hoewel zij expliciet in hun duurzaamheidsverslag melden dat hun hazelnoten uit Turkije komen. Ze reageerden schriftelijk: ‘Wij hebben aan al onze leveranciers gevraagd om geen vrouwen in te zetten voor het laden en lossen in hun magazijnen. Dit verzoek werd ingewilligd. Wij werken enkel met leveranciers die een niveau van arbeids- en milieuhygiëne garanderen dat in overeenstemming is met de Europese normen, zowel wat het product betreft als de werkomstandigheden (gepaste shifts met pauzes, in sommige gevallen zijn ook een bedrijfskantine en vervoer naar het thuisdorp voorzien). We werken niet langer samen met de leveranciers die niet voldoen aan deze vereisten.’

In een tweede mail, die volgde na specifieke vragen over kinderarbeid, verklaarde het bedrijf: ‘Net als voor alle actoren uit de voedingsindustrie is het voor Ferrero niet mogelijk om met elke individuele groep plukkers te onderhandelen. Daarom schakelen ze tussenpersonen in die in contact zijn met deze plukkers. Ferrero stelt strikte voorwaarden en kiest ENKEL de tussenpersonen die de Europese normen betreffende de werkomstandigheden en de producten respecteren. Dit is een manier om druk uit te oefenen op slechte praktijken.’

Koninklijke Wessanen, onder meer producent van Zonnatura-producten waaronder muesli, wilde aanvankelijk niet vertellen waar hun hazelnoten vandaan komen. Drie dagen na de uitzending van EenVandaag gaf het bedrijf alsnog toe dat de noten uit Turkije komen. In de slotalinea van hun persbericht staat: ‘Wessanen onderhoudt relaties met verschillende leveranciers, die producten met hazelnoten als grondstof voor ons produceren. De hiervoor benodigde hazelnoten komen uit Turkije. Wij verlangen dat geen van deze hazelnoten wordt geplukt middels kinderarbeid, waarbij wij ons SCAP benutten om dit af te dwingen bij onze leveranciers en producenten.’

Verkade wilde ook niet voor de camera reageren en stuurde EenVandaag de volgende verklaring: ‘De mensen waarvan wij in Turkije hazelnoten kopen, garanderen ons dat er bij het plukken en verwerken geen sprake is van kinderarbeid. Ook bij controles is nooit gebleken dat er sprake is van misstanden. Naar aanleiding van de reportage zullen wij bekijken of we ons beleid nog moeten aanscherpen.’

www.ferrero.com

www.wessanen.com

www.verkade.nl

“Ik weet niet waarom de andere bedrijven zich verschuilen in deze discussie. Angst is volgens mij in dit soort zaken een slechte raadgever. Ze zijn blijkbaar heel bang voor reputatieschade.”

› dergelijke misselijkmakende praktijken worden voorkomen.’ Directeur Eveline Raijmans vindt het vanzelfsprekend om direct met zo’n verklaring te komen. “Als bedrijf zijn we het aan onze stand verplicht om te reageren”, zegt ze in haar sobere, maar sfeervolle kantoor in Amsterdam-Noord. Op tafel liggen de hazelnootrepen die Tony’s Chocolonely sinds enkele maanden op de markt heeft. “Ik weet niet waarom de andere bedrijven zich verschuilen in deze discussie. Angst is volgens mij in dit soort zaken een slechte raadgever. Ze zijn blijkbaar heel bang voor reputatieschade. Ik heb zelf geen grote pr- of marketingcursus gevolgd. Ik communiceer vanuit wat ik vind. Openheid heeft in ons bedrijf vanaf het begin centraal gestaan.”

Raijmans maakt onderscheid tussen transparantie over de oorsprong van de ingrediënten en transparantie over de receptuur. “Dat laatste moet je als bedrijf voor jezelf houden, maar verder hoor je open te zijn. Vertel waar je cacao vandaan komt, zodat iedereen het weet. Zonder openheid kun je de keten niet verbeteren.”

Raijmans is sinds het ontstaan van Tony’s Chocolonely directeur van het bedrijf. “Toen ik in het begin kennismakte met collega-fabrikanten dacht ik: wat een stelletje James Bond-types. Bij sommigen mag je niet eens de fabriek in. Maar ik geloof juist in die openheid. Veel bedrijven zeggen: we communiceren op het moment dat we alles op orde hebben. Maar wij zeggen: wij willen daar naartoe en als er in dit traject iets actueel is, dan willen we net zo transparant blijven.”

De ontstaansgeschiedenis van deze chocoladefabrikant is uniek en provocatief. De makers van het RVU-programma Keuringsdienst van Waarde besloten ‘slaafvrije’ chocolade op de markt te brengen, nadat duidelijk werd dat geen enkele chocoladefabrikant ter wereld bereid was dit te doen. Ondanks het feit dat ze in 2001 het Amerikaanse Harding-Engel-convenant hadden ondertekend met daarin de duidelijke belofte de cacao keten op te schonen van misstanden. Teun van de Keuken, journalist van de Keuringsdienst van Waarde, deed in 2004 aangifte van medeplichtigheid aan slavernij omdat hij thuis chocoladerepen had gegeten, waarvan redelijkerwijs aanneembaar was dat een gedeelte van de cacao ervan door kindsclaven was geproduceerd. Hij werd het gezicht van Tony’s Chocolonely, dat in 2005 het licht zag en op de eerste dag al dertienduizend repen verkocht. “In de aanloop van de oprichting van ons bedrijf zijn we al in 2003 begonnen met research naar de cacao keten”, vertelt Raijmans. “We zijn doorgedaan met onderzoek om de keten goed te kunnen doorgronden. Toen kregen we door dat we niet voorbij alle tussenpersonen konden gaan, maar juist met hen aan de slag moesten. Voor zo’n aanpak is uiteindelijk geld nodig. Consumenten moeten ook meer willen betalen, want de inkoop van



duurzame cacao is duurder en er moet ook nog *fee* aan Max Havelaar worden betaald voor de certificering.” Naar aanleiding van de uitzending van EenVandaag kreeg het bedrijf veel reacties van consumenten. Op Facebook schreef iemand dat Tony’s Chocolonely onmiddellijk uit Turkije moest vertrekken, anders was het bedrijf niet meer geloofwaardig. “Maar dat is geen oplossing”, reageert Raijmans. “Mensen reageren meteen ad hoc en komen dan met een snelle oplossing. Maar we weten het eigenlijk met z’n allen niet. Je kunt op korte termijn handelen en zeggen: ‘Ik haal de noten uit het Amerikaanse Oregon. Die hebben ook nog eens een geweldige kwaliteit. Maar beter is ons in te spannen en de agrarische markten te onderzoeken. Kijken waar je invloed kunt uitoefenen.”

De repen van Tony’s Chocolonely worden in België gemaakt. Dit bedrijf heeft een handelaar in hazelnoten in de arm genomen. “Bij ons gaat het maar om 500 kilo per jaar”, zegt Raijmans. Ze heeft de leverancier benaderd met het voorstel hoe ze in samenwerking de sociale aspecten in de hazelnootsector kunnen meenemen. “Nu heb ik bij verschillende partners een vraag uitstaan naar hulp voor de research. En we hebben besloten voorlopig met biologische hazelnoten uit Nederland te werken. Dit laatste staat overigens research naar de notenindustrie niet in de weg.” Aan een plan van aanpak is het bedrijf nog niet toe. “Ik wil eerst meer informatie over de keten. Wat is de gemiddelde grootte van een plantage in Turkije? Hoeveel kilo levert een hectare op? Welke prijs ontvangt de plantage-eigenaar? Wat is de prijs van de noten op de veiling in Hamburg? Om de keten op te schonen, hebben we ook lokale partners nodig. Die moeten erin geloven. En verder willen we aandacht blijven vragen voor dit probleem, net zolang totdat bedrijven eindelijk naar hun eigen *sourcing* gaan kijken.”

Het bedrijf gaat de komende tijd in gesprek met de Stop Kinderarbeid Campagne, een alliantie van ngo’s die zijn pijlen richt op kinderarbeid in het algemeen en in de hazelnootpluk in het bijzonder. ■

eveline@chocolonely.com

De campagnevoerder

“We willen alle vormen van kinderarbeid uitbannen”

Een dag na de uitzending van EenVandaag stuurde de Stop Kinderarbeid Campagne (SKA) aan de Nederlandse bedrijven en koepelorganisaties die iets met hazelnoten te maken hebben, een brief met verzoek tot openheid en dialoog. SKA is een gezamenlijk initiatief van Hivos, de Algemene Onderwijsbond, ICCO & Kerk in Actie, de Landelijke India Werkgroep, FNV Mondiaal en Stichting Kinderpostzegels Nederland. De bedrijven en organisaties kregen twee weken de tijd om te reageren. Unilever, Royal Wessanen en de Nederlandse Vereniging voor de Handel in Gedroogde Zuidvruchten, Specerijen en aanverwante artikelen (NZV) reageerden. Verkade, Ahold en Ferrero zwegen. Blij is Sofie Ovaa, coördinator van de SKA, vooral met de reactie van de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI), met wie ze drie weken na de tv-uitzending rond de tafel zat. De FNLI vertegenwoordigt vijf aangeschreven bedrijven en drie brancheorganisaties. “Het gesprek vond mede op verzoek van die bedrijven plaats”, zegt Ovaa. “Het was een positief gesprek, waarin we elkaars standpunten hebben verkend. Er blijkt behoefte aan *factfinding*: hoe zit de keten precies in elkaar? De leden van FNLI wordt gevraagd om de feiten over hun leveranciers op tafel te leggen. We gaan dan opnieuw in gesprek over wat ze kunnen doen. Wij zullen ook andere belangrijke actoren in kaart brengen die bij kunnen dragen aan verbeteringen. Bijvoorbeeld Turkse vakbonden en mogelijk ngo’s, maar ook ministeries aan Turkse en Nederlandse kant en de EU.” SKA heeft vorig jaar een ‘Handleiding voor bedrijven om kinderarbeid te bestrijden’ opgesteld die in stappen uitlegt hoe een bedrijf zijn keten op kan schonen. Die is te downloaden via www.stopkinderarbeid.nl. “We zien het als onze verantwoordelijkheid bedrijven advies te geven en hen te vertellen over andere succesvolle initiatieven”, licht Ovaa toe. “Ook willen we samenwerking zoeken met lokale actoren. Als het gaat om onderwijs willen we graag samenwerken met de onderwijsbonden daar. De AOb heeft goede contacten met de Turkse collega’s van Egitim Sen. Samen met hen willen we zoeken naar oplossingen voor deze kinderen die zoveel school moeten missen.” SKA kiest bewust voor de dialoog. “Met praten bereik je meer dan met het aan de schandpaal nagelen van bedrijven. Maar zij moeten wel hun verantwoordelijkheid nemen en het probleem erkennen. Ik vind het pas echt geloofwaardig als je open durft te stellen dat hier een probleem is. Als je meent te vertrouwen op mooie woorden, dan zegt mij dat niet zoveel. Erkennen is wel een eerste stap, en die willen we aanmoedigen. Pas dan kunnen we toewerken naar een kinderarbeidvrije keten.”

sovaa@hivos.nl