



# Chiquita

## op zoek naar zielenheil

*In het verleden, toen men nog van de United Fruit Company sprak, heeft Chiquita heel wat bloed doen vloeien. Vandaag de dag laat de onderneming echter alleen inkt vloeien. De jongste vijftien jaar heeft deze Amerikaanse onderneming immers een bocht van 180 graden genomen door het aspect 'ethiek' in haar activiteiten te integreren.*

**E**r zijn wellicht niet veel ondernemingen op onze wereld die prat kunnen gaan op meer dan honderd jaar geschiedenis en die in de loop der tijden hun merknaam zagen evolueren tot een soortnaam. Toch lijkt het er sterk op dat de United Fruit Company, die in 1990 werd omgedoopt tot Chiquita Brands International, zich maar wat graag zou losrukken van de uitdrukking 'bananenrepubliek' die haar blijft achtervolgen (zie kaderstukje). De jongste stuiptrekking uit de donkere jaren: op 14 november hebben 393 slachtoffers en hun families klacht ingediend tegen de bananereus voor een totale schadevergoeding van 7,86 miljard dollar. De aanklachten zijn dan ook niet mis: "ondersteuning van terroristische activiteiten, oorlogsmisdaden en marteling" door de financiering van de Colombiaanse

'organisatie voor zelfverdediging' AUC (Autodefensas Unidas de Colombia), die de dood van verscheidene boeren op haar geweten heeft. In maart van dit jaar stemde Chiquita al toe om een boete van 25 miljoen dollar te betalen na een klacht van het Amerikaanse Ministerie van Justitie waarin Chiquita ervan werd beschuldigd tussen 1997 en 2004 ruim 1,7 miljoen dollar te hebben gestort aan de AUC. Aangezien dat geld niet naar de slachtoffers is gegaan, hebben die zich nu burgerlijke partij gesteld. De directie van Chiquita Brands International heeft de feiten erkend. Wil dit zeggen dat Chiquita voortgaat op de weg van het machtsmisbruik uit de sombere naoorlogse periode? Neen, want in dit geval lijkt Chiquita het slachtoffer te zijn van afpersing: "de onderneming zag zich verplicht om dergelijke stortingen te doen aan linkse en

rechtse organisaties om het leven van haar werknemers te beschermen in een tijd dat moord en ontvoering schering en inslag waren." Een analyse die niet wordt tegengesproken door mensen die de streek kennen. "Ik heb gewerkt in probleemzones waar een vergelijkbare situatie heerste, aldus Johan Declercq, verantwoordelijke producentrelaties voor Max Havelaar. De guerrilla's hebben het in de eerste plaats gemunt op de grote multinationals die miljoenen dollars aan omzet genereren. De kleine producenten worden minder geveiseerd."

### Een sticker met een kikker

Het boemerangeffect is des te groter omdat Chiquita zijn ethische reconversie vrij goed heeft beheerd. "We zijn uiteraard gevoelig voor de eisen van de consument maar we hebben ►

**United Fruit Company, uitvinder van de bananenrepubliek**

De Amerikaanse onderneming United Fruit Company kan terugblikken op een welvarende geschiedenis in Latijns-Amerika, waar haar economisch gewicht de plaatselijke overheden op politiek vlak heel wat kopzorgen heeft bezorgd. De UFC werd beschuldigd van financiering van dictatoriale regimes om de herverdeling van de gronden tegen te gaan en creëerde zo de benaming 'bananenrepubliek'. De onderneming wil zich echter een totaal nieuw merkimago aanmeten en werd daarom in 1990 omgedoopt tot Chiquita Brands International. Ze heeft zich ook gediversifieerd, want hoewel de productie van bananen de hoofdactiviteit blijft, commercialiseert ze ook vers vruchtensap en andere soorten tropisch fruit.

**Meer info:**

- **United Fruit Company**  
[http://en.wikipedia.org/wiki/United\\_Fruit\\_Company](http://en.wikipedia.org/wiki/United_Fruit_Company)
- **Chiquita Brands International**  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Chiquita\\_Brands\\_International](http://en.wikipedia.org/wiki/Chiquita_Brands_International)

► vijftien jaar geleden een moedig MVO-beleid opgezet, in een tijd waarin het grote publiek nog niet bezig was met deze kwestie”, benadrukt George Jaksch, directeur MVO van de Antwerpse zetel van de multinational. In 1992 zette Chiquita een eerste stap door zichzelf een programma op te leggen om de plantages in overeenstemming te brengen met de duurzaamheidsnormen van de Rainforest Alliance (RFA) (1). In het totaal werden meer dan 200 ecologische, economische en maatschappelijke normen geïmplementeerd op de plantages van de groep, zodat zij onder het klassieke logo een kleine groene kikker mocht kleven. “Diepgaande externe controles aanvaarden was een ingrijpende stap voor ons. Het was niet eenvoudig en alle andere grote producenten hebben trouwens geweigerd. Maar wij hebben het spel meegespeeld en zullen dat ook



In Honduras heeft Chiquita een volledig dorp uit de grond gestampt: basisinfrastructuur, wegen, een school en 1500 huizen. Afhankelijk van het gemiddelde salaris worden deze laatste de eigendom van de werknemers in ongeveer 3 jaar. Zelfs als zij niet meer voor Chiquita werken, blijven ze eigenaar.

blijven doen. We aanvaarden dat de normen evolueren en steeds strenger worden”, gaat George Jaksch voort. De investering kost de bananenreus twintig miljoen dollar.

Maar de beslissing is genomen en zal de komende jaren nog verder worden versterkt. In 1998 bracht de onderneming de nieuwe waarden officieel samen in een Gedragscode: 'Integriteit, respect, opportuniteit, verantwoordelijkheid'. En dat is meer dan een stijlvolle formulering. De Gedragscode wordt een instrument voor opleiding en vooruitgang binnen de onderneming. Ze opent de weg voor een nieuwe fundamentele etappe, die van de SA8000-certificatie (2) en constructieve relaties met de vakbonden. “In 2001 hebben we in de kantoren van de IAO in Genève een internationaal raamakkoord ondertekend met de IUF (internationale unie van werknemers in de landbouwsector) en met de Colsiba (coalitie van de syndicaten van banaanarbeiders van Latijns-Amerika). Dat akkoord verplicht ons de normen van de IAO te respecteren.” In de praktijk werd een comité samengesteld met directeurs van Chiquita en syndicaten. Dat comité komt om de zes maanden samen om eventuele algemene of specifieke problemen te bespreken en samen na te denken over verbeteringen aan de arbeidsomstandigheden. De strategie werpt zijn vruchten af voor iedereen. Het aantal sociale conflicten neemt sterk af en als ze toch de kop opsteken, worden ze meestal opgelost met dialoog en oplossingen onderhandeld binnen het comité.

**Pragmatisme, eerder dan liefdadigheid**

Deze koerswijziging werd opgemerkt door de waarnemers. Chiquita Brands International probeert een eerbiedwaardiger imago te kweken en laat dat ook duidelijk merken. “Al kan men een goede reputatie natuurlijk niet van de ene dag op de andere vestigen. Daar is minstens een hele generatie voor nodig”, aldus George Jaksch. De multinational reikt de meest kritische ngo's de hand om zijn inspanningen kracht bij te zetten. Een strategie die vruchten afwerpt. Er worden institutionele partnerschappen opgericht, zoals in Honduras, waar de regering een programma ondersteunt om de werknemers van de multinational toegang te geven tot eigendommen. Zo ontstaat er een waar dorp met basisinfrastructuur, wegen, scholen en vooral 1.500 moderne huizen met een degelijk comfortniveau en een ►

**CIJFERS**

- **Jaarlijkse omzet: 4,5 miljard US\$ in 2006; 3,9 miljard US\$ in 2005**
- **Personeel: 26.000 mensen verdeeld over meer dan zeventig landen.**
- **Nettoresultaat: (95 934)\* US\$ in 2006; 134 540 US\$ in 2005**  
\* (-) = verlies

► verkoopprijs die alle concurrentie het nakijken geeft. Terwijl de bouw van de huizen 7.000 tot 10.000 dollar per stuk kost, kunnen de werknemers ze voor 2.500 dollar kopen. “Met hun loon en de plaatselijke levensstandaard betekent dit dat elke werknemer met een klein krediet een huis kon kopen op drie jaar. Die woningen hebben sinds hun bouw al een aanzienlijke meerwaarde opgeleverd. Niets verhindert de werknemers om ze opnieuw te verkopen of elders te gaan werken.” Liefdadigheid? “Pragmatisme”, corrigeert Georges Jaksch droog. De onderneming heeft zijn werknemers altijd logies moeten aanbieden want de plantages bevinden zich vrij ver van de dorpen. Ook moest de multinational alle kosten van het dagelijkse leven betalen, inclusief water en elektriciteit... “Dat was een aanzienlijke uitgavenpost voor de onderneming, die bovendien niet echt comfortabel was voor de werknemers. Deze dorpen vragen natuurlijk een hoge begininvestering (tien miljoen dollar voor het Honduras-project), maar het is een veel duurzamere en rationelere manier om de zaken te beheren.”

Een ander opmerkelijk akkoord is het Private-Public Partnership dat werd afgesloten met de Duitse coöperatie GTZ voor een opleidings- en leerproject in Costa Rica.

## “Een goede reputatie kan men natuurlijk niet van de ene dag op de andere vestigen. Daar is een hele generatie voor nodig.”

Opmerkelijk omdat de multinational voor het eerst in zijn bestaan een partnerschap afsloot met een Europese regering. Het educatieve project, voor 40% gefinancierd door GTZ en voor 60% door de onderneming, heeft het mogelijk gemaakt om een milieuopleidingscentrum uit te bouwen dat al duizenden kinderen sensibiliseerde voor milieubescherming en biodiversiteit.

### Ethisch? Steeds meer. Fair trade? Neen.

Op het vlak van nieuwe uitdagingen spant Chiquita zich vandaag in om meer te doen op bepaalde terreinen waar tot nog toe weinig rekening mee werd gehouden, zoals de veiligheid en gezondheid van de werknemers. De normen van de Rainforest Alliance (RFA) zijn een stuk complexer en uitgebreider geworden en bovendien heeft de multinational nieuwe akkoorden afgesloten met plaatselijke ngo's. Daarbij ligt de nadruk op het MVO-beleid dat



© Chiquita

de onderneming ontwikkelde voor haar leveranciers en op betere relaties met en betere arbeidsomstandigheden voor de werknemers.

Op vijftien jaar tijd heeft Chiquita Brands International een ware gedaanteverwisseling ondergaan die zelfs de grootste critici niet kunnen ontkennen. Toch blijft er nog een stap die de onderneming (nog?) niet heeft willen zetten: die van de eerlijke handel. Want hoewel de multinational rekening houdt met ecologische en maatschappelijke normen, heeft ze tot op heden de specifieke economische normen

met betrekking tot eerlijke handel <sup>(3)</sup> genegeerd. Zoals (nagenoeg) alle multinationals weigert Chiquita het mechanisme van de marktprijzen

op te geven voor een systeem dat de aankoopsprijs aan de werkelijke productiekosten koppelt. Deze prijs is uiteraard variabel naargelang de producten en de streek, maar omvat een reeks imperatieven waaronder de productiekosten, een correct loon en degelijke werkomstandigheden, evenals de mogelijkheid om te investeren in collectieve projecten (verbetering van de werkomstandigheden, vernieuwing van het materiaal, enz.). Met de ISO-, SA8000- en RFA-certificaten op zak vervult Chiquita Brands International een groot deel van het contract in de eigen productiezones, maar dat is niet noodzakelijk het geval voor onafhankelijke producenten van wie de onderneming bananen koopt. Volgens de normen opgesteld door Max Havelaar, bedraagt de 'fair price' voor een kist van 18 kg bananen ten minste 6,75 dollar. In de klassieke handel kan het concurrentie-effect de prijs doen dalen tot minder dan twee dollar voor diezelfde kist, wat een ware armoedespiraal

veroorzaakt. Terwijl de impact voor de eindklant minimaal is (prijsstijging van 5 tot 10%), vertegenwoordigt dit een verdubbeling of verdrievoudiging van het loon van de kleine producent. Hoewel Chiquita de marktleider blijft op de Europese markt en zich niet bedreigd voelt door bananen met fairtradelabel, speelt de huidige marktcontext in het voordeel van de ethischere ondernemingen. Op tien jaar tijd hebben de fairtradebananen in België een marktaandeel van amper 6% veroverd, maar in Zwitserland is dat nagenoeg 54%. ■

Aurore D'Haeyer

<sup>1</sup> De NGO Rainforest Alliance kent certificaten toe op basis van de naleving van meer dan 200 ecologische, maatschappelijke en economische criteria (niveau van de arbeidsomstandigheden, bescherming van het milieu, productiemethodes, enz.). Meer info: [www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org)

<sup>2</sup> SA8000 is een norm gebaseerd op de naleving van 13 internationale conventies (IAO, Rechten van de Mens, enz.). Zie Get Up! nr. 3 of onze website: [www.get-up.be](http://www.get-up.be)

<sup>3</sup> Eerlijke handel is gebaseerd op drie pijlers van duurzame ontwikkeling: eerlijke prijzen, loon en werkomstandigheden die voldoen aan de internationale normen en milieubescherming. Zie [www.maxhavelaar.be](http://www.maxhavelaar.be).

### BIOLOGISCHE GANGEN (COSTA RICA)

Binnen de multinational houdt een groep experts zich exclusief bezig met fauna- en florakwesties. In de tropische streken heeft de ontwikkeling van de landbouw geleid tot de omsingeling van de bossen waardoor dieren niet meer konden migreren. Daarom werd een deel van de plantages 'opgeofferd' om opnieuw bomen aan te planten en de ingesloten bossen opnieuw te verbinden met het oerwoud. Zo kunnen de dieren zich opnieuw verplaatsen van de ene zone naar de andere via gangen die tot acht kilometer lang zijn, over een breedte van ongeveer honderd meter.