





## Case: de 'Oerpinda' van Jack Klijn

Een mooi praktijkvoorbeeld van wat het KIT voor een food- of agrobedrijf zou kunnen betekenen is de case van Jack Klijn en de 'Oerpinda'. Jack Klijn, onderdeel van Intersnack, is een fabrikant van noten en pinda's. Het bedrijf kwam bij het KIT terecht met het gegeven dat de beste pinda's ter wereld oorspronkelijk uit Bolivia komen, maar had geen flauw idee hoe daar vervolgens aan te komen. De productie in Bolivia is versnipperd en bestaat uit zo'n 10.000 kleine boeren en boerinnen. De mensen bij Intersnack weten weliswaar alles van marketing en inkoop, maar weinig van sociale organisatie of buitenlandse investeringen. Het KIT heeft naast kennis van sociale lokale organisatie ook een participatie in het investeringfonds Anonna dat, als er een kapitaalbehoefte geïdentificeerd wordt, daadwerkelijk aandelen in een lokaal mkb-bedrijf kan nemen. Hierdoor kunnen de benodigde investeringen ook gedaan worden. Zonder afhankelijk te zijn van subsidie.

Zo is het Intersnack samen met het KIT gelukt om te komen tot een duurzaam product dat passend 'Oerpinda' heet. Intersnack heeft daar nu commercieel succes mee en de lokale Boliviaanse bevolking profiteert mee, dankzij de eerlijke prijs die zij voor hun pinda's krijgen. Zij zijn tevens verzekerd van een constante afzet. En na afloop is het KIT niet direct uit het zicht. Het vervolgtraject is dat het KIT jaarlijks verslag doet om het commitment van Intersnack aan de Boliviaanse boeren te toetsen. Daartoe heeft het KIT, in opdracht van Intersnack, voor een jaar een medewerker naar Bolivia gestuurd om daar lokaal onderzoek te doen en vinger aan de pols te houden. Het KIT verzorgt geen certificering. Dat is een kostbare, specifieke industrie die de Westerse consument misschien wijzer maakt, maar levert de lokale boeren eigenlijk niets op. Het KIT heeft op relatief goedkope manier voor gezorgd dat Intersnack durft te zeggen: 'wij streven naar eerlijke handel en hebben deze zakjes pinda's zo eerlijk en duurzaam mogelijk geproduceerd'.



die landen zelf, bieden we advies aan het bedrijf aan. Steden worden groter, de vraag naar gemakproducten groeit daar ook, dan komt de keten in beweging. De boeren zien dan zelf in dat het zin heeft om anders te gaan produceren."

Een ander voorbeeld van lokale, economische ontwikkeling waarbij het KIT een adviserende rol heeft, is de Nederlander die in Mozambique een fabriek heeft in chilipepers. Zijn bedrijf voldoet aan de fytosanitaire eisen van de EU en dus kan de ondernemer exporteren en heeft hij een gegarandeerde afzet. Boeren uit de omgeving verbouwen nu naast hun maïs- en cassavevelden ook een veldje met chilipepers waar ze aan verdienen, zonder dat ze daar nu extra veel arbeid in moeten investeren. Smaling: "En op dat mkb-niveau willen we graag actief zijn als KIT."

### Schat aan kennis

Bart de Steenhuijsen Piters heeft meer dan twintig jaar ervaring op het gebied van internationale ontwikkeling en is pragmatisch ingesteld als het gaat om complexe vraagstukken rondom duurzaamheid en economische ontwikkeling. "Wij krijgen vragen van ondernemingen die wij op basis van onze brede kennis beantwoorden en daar vervolgens een toeganke-

lijke publicatie over schrijven", zegt De Steenhuijsen Piters. "Onze afdeling Development, Policy & Practice heeft ruim 50 experts in dienst. Daarvan zijn er 30 die zich voortdurend bezighouden met duurzame economische vraagstukken, maar we beschikken ook over gezondheids-specialisten en mensen die alles weten van gendervraagstukken. Samen met ons omvangrijke internationale netwerk stelt dat ons in staat om vragen van ondernemingen en instellingen efficiënt en concreet te beantwoorden. Onlangs kwam het World Food Programme bij ons met de vraag 'hoe kopen wij eigenlijk in'. Dan ontwikkelen wij een plan van aanpak om die vraag te beantwoorden en daar worden we ook voor betaald."

De Steenhuijsen Piters en zijn 30 collega's beschikken over een schat aan kennis die naar eigen zeggen nog lang niet altijd voor de volle 100% door het bedrijfsleven wordt benut. Het lijkt erop dat bedrijfsleven en dan vooral het mkb en het KIT elkaar nog niet altijd even goed kunnen vinden. Een gemiste kans, zeker als je de case van Intersnack in ogenschouw neemt [zie kader].

### Duurzaam inkopen

Het KIT kan mkb-bedrijven ook helpen met duurzaam inkopen. Vaak weten deze bedrijven niet hoe ze dat moeten aanpakken en hebben geen budget om daarvoor iemand aan te nemen. Het KIT heeft die kennis en ervaring in huis en al meerdere keren toegepast voor verschillende sectoren.



Waaronder de specerijensector, die zich voor een voldongen feit zag staan. De Steenhuijsen Piters: “Feit is dat die sector duurzaam moet gaan produceren en inkopen, anders raken ze hun producten niet meer kwijt aan de ‘Unilevers’ van deze wereld.” De Vereniging van Specerijhandelaren klopte aan bij het KIT en het Initiatief Duurzame Handel (IDH) met de vraag hen te helpen met Duurzaam inkopen. De Steenhuijsen Piters: “De vraag van het KIT is dan als eerste: kunnen we een standaard definiëren van duurzaam inkopen? Die heb je nodig om te weten wat wel of niet duurzaam is. Dan rijst de vraag waar moet je aan voldoen? Die vragen stellen we samen op en kijken of de lokale boeren er wel aan kunnen voldoen. En als ze dat kunnen, wat krijgen ze daar dan voor? Daar ligt echt de rol van het KIT. Want die laatste vraag wordt nogal eens vergeten. We kunnen wel een standaard verzinnen die bijvoorbeeld Unilever prettig vindt, maar in no time verhoog je de drempel op een markt van producten die steeds schaarser wordt.

Specerijen zijn niet meer overal te koop en als je de standaard verhoogt, is het nog moeilijker om eraan te komen. Dat moet je niet willen. Je moet je lokale producenten juist stimuleren en uitdagen, want anders verlies je nog meer marktaandeel als ‘BV Nederland’. Als wij moeilijk doen, gaat men naar China, want daar doen zij zeker niet moeilijk. De input van lokale boeren is belangrijk, het is zaak een mechanisme te verzinnen om beter te betalen, of anders te betalen zodat ze geneigd zijn jou de voorkeur

te geven. Voedselprijzen stijgen, er is schaarste en daarin moet je beter opereren dan een ander. Als je als Nederlandse handelaar nu niets doet, verlies je marktaandeel of het nu om inkoop van cacao of kruidnagel gaat.”

## *‘We merken dat het bedrijfsleven steeds meer toegevoegde waarde ziet in onze diensten’*

### **Meer dan matchmaking**

De Nederlandse handelaar moet steeds dieper de keten in om zich van levering te verzekeren. Dan kom je in een gebied terecht van lokale politiek en cultuur waar het KIT zich al meer dan 100 jaar als een vis in het water voelt. Dat specialisme van het KIT, krijgt steeds meer marktwaarde. “Vroeger waren

voornamelijk ngo’s in ons geïnteresseerd, nu zijn het de ondernemers”, zegt De Steenhuijsen Piters. “Nederlanders denken ‘ik heb een contract’, in Ghana denken ze ‘ik heb een relatie’. Als een Nederlandse ondernemer

zaken wil doen in Ghana, kunnen wij vertellen met wie je wat wel en niet moet doen. Dat is meer dan matchmaking, we gaan dieper in op de situatie met wie je eigenlijk handelt. Dat ons onze toegevoegde waarde.”

*Jacqueline Rogers*

### **Cursus ‘Commissaris in Oost-Afrika’**

Vanuit de gedachte dat als er goed toezicht is, er meer vertrouwen ontstaat om te investeren, organiseert het KIT in oktober in Kenia de cursus ‘Commissaris in Oost-Afrika’. Nederlandse bedrijven en investeerders in Afrika hebben behoefte aan Nederlandse bestuurders met ervaring. Geïnteresseerden met een bestuurlijke achtergrond kunnen zich hiervoor opgeven. Cursisten worden na afloop in een register van Commissarissen vermeld, waar vraag en aanbod bij elkaar komen. De kosten bedragen € 4.500,- per cursist.

**Meer informatie via [www.kit.nl](http://www.kit.nl) (via Sustainable development, onder Training).**