

De sociale voordelen van lokaal kopen (PYF)

“Wow, wat een aanbod!” glundert Floris zodra we de grote Carrefour betreden. Zeven maanden lang bezochten we alleen maar mini-marktjes van kleine eilandgemeenschappen. Dit uit de kluiten gewassen filiaal van de Franse multinational maakt dus nogal indruk op ons. Er is een enorme keuze aan kazen, vleeswaren, wijnen en andere lekkernijen. “Tahiti is inderdaad *the land of plenty*”, lacht Ivar. Het voedselaanbod op het grootste en belangrijkste eiland van Frans-Polynesië is gigantisch en veelzijdig.

We kunnen de verleiding niet weerstaan en kopen Franse kazen, Amerikaanse chips en een grote pot biologische chocoladepasta, zónder regenwoud-vernielende palmolie. Op de groente- en fruitafdeling vinden we ook lokaal gekweekte ananas, komkommer, wortels en aubergine. In de rest van de winkel is vrijwel het hele assortiment geïmporteerd. Omdat Tahiti overal ver vandaan is, veroorzaken die producten forse transportemissies. En wat zijn eigenlijk de sociale gevolgen van ons koopgedrag? We besluiten er eens in te duiken.



Verdwindend geld

Volgens het [jaarverslag van Carrefour uit 2019](#) gaat maar liefst 81 procent van de omzet naar de inkoop van goederen. Natuurlijk krijgen de lokale medewerkers loon en wordt er lokaal omzetbelasting afgedragen, maar in ons filiaal op Tahiti vloeit zo toch een ruime meerderheid van de kassabon direct naar het buitenland. Slechts een relatief klein deel van ons geld komt dus ten goede aan de lokale economie.

Bij grote supermarkt-multinationals als Carrefour krijgen veel medewerkers minimumloon. Het jaarsalaris van de CEO daarentegen is 7,3 miljoen euro: maar liefst

310 keer meer dan het loon van de gemiddelde medewerker. Die verdient net iets meer dan 23 duizend euro. De helft van de nettowinst, zo'n 106 miljoen euro, verdwijnt als dividend in de zakken van voornamelijk buitenlandse aandeelhouders. Boodschappen doen bij de Carrefour verkleint de inkomensongelijkheid op het eiland dus niet bepaald. We gaan op zoek naar een alternatief.

Wat je van dichtbij haalt, is duurzamer

“Dat is dan 450 francs”, zegt de meneer achter een klein fruitstalletje. Ivar overhandigt hem het equivalent van vier euro en stopt de rijpe papaja voorzichtig in zijn rugzak. Hij verheugt zich al op een heerlijk ontbijt met tropisch fruit. “Waar komen de papaja's vandaan?” vraagt Floris. “Van het eiland”, is het antwoord. “Ze zijn vanmorgen geplukt.” Kijk, dat klinkt ons als muziek in de oren. De korte aanvoerketen betekent weinig transportemissies, minimale voedselverspilling én geld voor de boer zelf. Lekker duurzaam.

Dat zelfstandigheid niet altijd kleinschaligheid hoeft te betekenen, bewijst het coöperatieve Local Farms-initiatief. Verschillende kwekers werken samen om hun waar aan te bieden op een kleine markt net buiten de hoofdstad Pape'ete. Heerlijk tropisch fruit als bananen, ananas en mango's liggen gebroederlijk naast courgettes, tomaten, paprika's, avocado's, zoete aardappels en verse gemberwortels. Het komt in de buurt van het grote groente- en fruitaanbod in de Carrefour, met één groot verschil: vrijwel de volledige kassabon komt ten goede aan kleine zelfstandigen en de lokale economie.

Een centrale plaats in de gemeenschap

In het centrum van Pape'ete kun je bijna niet om de “Marché Municipal” heen. De markthal, met z'n forse vloeroppervlak en twee verdiepingen, neemt een centrale plek in de stad in. Vooral op zondagochtend is het er een drukte van belang. Vanaf vier uur 's ochtends staan ook in de straten eromheen tientallen kraampjes. Ondanks de COVID-crisis is de markt erg populair. Vrijwel iedereen draagt mondkapjes en bij de entree worden onze handen ontsmet.

Al snel begrijpen we waarom de Tahitianen op zondagochtend zó vroeg opstaan. Verse tomaten, aubergines, bananen, mango's, brood en nog meer lekkers is hier niet duur. We vragen meerdere marktkooplui waar hun producten vandaan komen. Overal horen we dat het uit Frans-Polynesië komt, vooral Tahiti. Hun onkosten, zoals loon, transport, huur van de marktkraam en belastingen zijn lokale kosten, dus komen vrijwel volledig ten goede aan de lokale gemeenschap.

Als we ons verdiepen in de voordelen van lokaal kopen, blijkt dat er veel onderzoek naar is gedaan. Volgens talloze studies, verzameld door het [Institute for Local Self-Reliance](#), bevordert het kopen bij lokale zelfstandigen onder andere het aantal start-ups en banen in de regio. Ook versterkt het de middenklasse en brengt het meer lokale belastingen in het laatje. Lokaal kopen is dus niet alleen socialer: het geld dat niet verdwijnt naar het buitenland blijft ook langer rondgaan in de lokale economie, waardoor de plaatselijke welvaart toeneemt.

Wie betaalt, bepaalt

Het heeft dus niet alleen zin om kritisch te zijn over de herkomst van producten die je koopt, maar ook bij wie je je geld besteedt. Wordt je geld gebruikt om lokale ondernemers te steunen, zodat ze de opleiding van hun kinderen kunnen betalen en je geld langer in de lokale economie blijft? Of gaat een flink deel van je kassabon naar lange, vervuilende aanvoerketens, exorbitante managementsalarissen en buitenlandse aandeelhouders van een grote multinational?

Het is geen toeval dat we juist in Tahiti veel groenten en fruit van lokale herkomst hebben gezien. Het eiland is vruchtbaar en deze producten hebben een beperkte houdbaarheid, wat een lange aanvoerketen lastiger en duurder maakt. Maar toch zien we ook andere spullen van lokale herkomst, zoals meubels, muziekinstrumenten, kunst en kleding. Hiervoor geldt hetzelfde principe: hoe lokaler, hoe socialer! En die geïmporteerde lekkernijen dan? “Laten we daar geen gewoonte van maken, dan blijft het ook bijzonder”, zegt Ivar met een knipoog.