

Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalgs udtalelse om fair trade-fødevarer: Selvregulering eller lovgivning? (initiativudtalelse)

(2009/C 318/06)

Ordfører: **Hervé COUPEAU**

Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg besluttede den 10. juli 2008 under henvisning til forretningsordenens artikel 29, stk. 2, på eget initiativ at afgive udtalelse om:

»Fair trade-fødevarer: Selvregulering eller lovgivning?«

Det forberedende arbejde henvistes til Den Faglige Sektion for Landbrug, Udvikling af Landdistrikterne og Miljø, som udpegede Hervé COUPEAU til ordfører. Sektionen vedtog sin udtalelse den 2. september 2009.

Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg vedtog på sin 456. plenarforsamling den 30. september og 1. oktober 2009, mødet den 1. oktober, følgende udtalelse med 164 stemmer for, 1 imod og 4 hverken for eller imod.

1. Konklusioner

1.1 Den fair handel med landbrugsprodukter sigter mod at indføre princippet om en mere retfærdig fordeling af salgsindtægterne i den internationale handel med henblik på at give producenter fra udviklingslandene mulighed for at:

- indlede en økonomisk udviklingsproces (strukturering af produktionskæder, organisering af forretningsområder osv.)
- indlede en social udviklingsproces (strukturering af sundhedsområdet, uddannelsesområdet osv.)
- iværksætte miljøforvaltning (bevarelse af biodiversiteten, forvaltning af CO₂-emissioner osv.).

1.2 Europa udgør det største marked for fair trade med ca. 65 % af verdensmarkedet. Produkterne sælges via postordre-kataloger, online, via cateringfirmaer og i detailforretninger i institutioner, foreninger og virksomheder, og der findes i alt 79 000 salgssteder i 25 lande. Omsætningen i 2008 lå på over 1,5 mia. EUR. Stigningen i dette salg har været relativt støt, i størrelsesordenen 20 % om året. Alligevel er dette tal fortsat meget lavt set i forhold til den europæiske fødevarerindustri's omsætning i 2007 på 913.000 mio. €.

1.3 Der findes to indbyrdes komplementære tilgange til certificering: en produktbaseret (FLO, som har udarbejdet standarder for 18 kategorier af fødevarer) og en procesbaseret (WFTO, som certificerer forsyningskæden og forvaltningssystemet for de største fair trade-organisationer i både industrilandene og udviklingslandene). Begge har forbedret forbrugersikkerheden og mindsket det misbrug, der opstår, når virksomheder forsøger at slå mønt af denne form for etisk handel uden at opfylde de krav, der er opstillet af de større internationale udviklingsorganer.

1.4 Certificeringen sætter effektivt skub i denne form for handel og beskytter de små og mellemstore virksomheder, som ønsker at engagere sig i fair trade.

1.4.1 Disse certificeringsordninger stræber efter at respektere fair trade-handlens mange dimensioner:

- en kommerciel dimension, som fremmer et afbalanceret forhold til fordel for de dårligt stillede producenter og arbejdere på den sydlige halvkugle
- en dimension forbundet med udvikling gennem styrkelse af producentorganisationerne på det økonomiske, tekniske og operationelle plan
- en uddannelsesmæssig dimension, det har at gøre med oplysning og bevidstgørelse af borgerne og partnerne i landene på den sydlige halvkugle
- en politisk dimension gennem et engagement for mere retfærdige regler inden for den konventionelle internationale handel.

1.4.2 Til trods for fremskridtene på selvreguleringsområdet ønsker EØSU at henlede opmærksomheden på, at det er nødvendigt at basere modellen på den europæiske certificeringsmodel, som bl.a. kræver, at overholdelse af de tekniske specifikationer underkastes ekstern kontrol, som skal foretages af et uafhængigt, akkrediteret organ. Alt dette må naturligvis ikke ske på bekostning af kravet om at overholde de overordnede juridiske bestemmelser om markedsføring af fødevarer.

2. Indledning

2.1 Denne udtalelse handler specifikt om fair trade i egentlig forstand, dvs. om et alternativt handelspartnerskab, der skaber forbindelse mellem producent og forbruger, og som er opbygget gennem de seneste årtier af fair trade-bevægelsen. Der findes andre handelsrelaterede ordninger til sikring af bæredygtighed, men dem beskæftiger denne udtalelse sig ikke med, da de ikke overholder alle de krav til fair trade, der er nævnt i punkt 1.4.1.

2.2 Fair trade-konceptet er udviklet ud fra et ønske om at opbygge økonomiske forbindelser til producenterne i udviklingslandene, der er marginaliseret i den internationale handel. Fair trade handler om bæredygtig udvikling og har en væsentlig samfundsmæssig betydning for landene på den sydlige halvkugle. Fair trade sigter mod at mindske fattigdommen, bl.a. gennem støtte til producentorganisationerne. I landene på den nordlige halvkugle forsøger folkene bag fair trade at fremme en mere bæredygtig forbrugsmodel.

2.3 Denne sektor, som endnu er ung og under udvikling, er i stærk vækst og nyder i stadig stigende grad opmærksomhed blandt de europæiske forbrugere.

2.4 Imidlertid er det fortsat nødvendigt at gøre en indsats for at styrke forbrugernes tillid, for selv om de sympatiserer med fair trade-konceptet, siger mange, at de mangler information og godt kan forestille sig, at store virksomheder eller store distributionsvirksomheder kunne finde på at misbruge fair trade-navnet.

2.5 Specialbutikker er fortsat vigtige afsætningskanaler for fair trade-produkter. Der findes mange af disse butikker, som er små, og som forbrugerne er glade for at handle i.

3. Baggrund

3.1 I artikel 23 i Menneskerettighedserklæringen fra 1948 hedder det: »Enhver, der arbejder, har ret til et retfærdigt og gunstigt vederlag, der sikrer ham selv og hans familie en menneskeværdig tilværelse, og om fornødent tillige til andre sociale beskyttelsesforanstaltninger«.

3.2 Handelen med fair trade-produkter så første gang dagens lys i 50'ernes USA, vandt derefter indpas i Storbritannien og tog siden fart i resten af Europa. Fair trade er udtryk for en voksende bevidsthed om de sociale og miljømæssige skader, der forårsages af industrilandenes importsektorer.

3.3 I 1964 tog UNCTAD (De Forenede Nationers Konference om Handel og Udvikling) skarpt afstand fra de ulige handelsvilkår og slog alarm over for det internationale samfund om, at de regler, som styrede den internationale handel, set fra et menneskeligt og socialt synspunkt var aldeles uholdbare. Landene på den sydlige halvkugle insisterede på, at det var nødvendigt med en mere retfærdig samhandel (»Trade, not aid«).

3.4 Nogle datoer af betydning for fair trade:

- 1860 – Udgivelse af bogen »Max Havelaar«, skrevet af Eduard Douwes Dekker
- Slutningen af 1940'erne – Ten Thousand Villages og SERRV i USA begynder at handle med de fattige samfund på den sydlige halvkugle
- Slutningen af 1950'erne – OXFAM UK markedsfører i sine britiske butikker håndværksprodukter fremstillet af kinesiske flygtninge
- 1957 – Unge hollandske katolikker opretter en forening, som har til formål at importere produkter fra udviklingslandene
- 1964 – OXFAM UK opretter den første organisation for alternativ handel (ATO – engelsk forkortelse)
- 1967 – Den første fair trade-organisation oprettes i Holland
- 1969 – De første fair trade-butikker åbner i Holland
- 1971 – Det første fair trade-kooperativ dannes i Bangladesh (»jute work«)
- 1973 – Fair trade-kaffe sælges for første gang i Holland
- 1988 – »Fair trade«-mærket under navnet Max Havelaar tildeles for første gang et kaffeprodukt
- 1989 – International Federation for Alternative Trade (IFAT) oprettes og omdannes efterfølgende til World Fair Trade Organization (WFTO)
- 1990 – European Fair Trade Association (EFTA) oprettes
- 1993 – Mærkningsorganet Transfair oprettes i Tyskland
- 1994 – Te gør sit indtog i handlen med fair trade-produkter
- Network of European World Shops (NEWS!) dannes
- 1996 – Der sælges for første gang fair trade-bananer i Holland

- 1997 – Mærkningsorganisationerne (Max Havelaar, Transfair, Rättvisemärkt, Faire Trade m.fl.) går sammen og danner Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) Butikskæderne Monoprix og Auchan forpligter sig til at sælge fair trade-kaffe
- 1998 – Fair trade-organisationerne (FLO, IFAT, NEWS! og EFTA) går sammen i FINE
- 2004 - Salg af fair trade-produkter i visse kantiner i Frankrig.

3.5 Verdenshandelsorganisationens regler tager ikke hensyn til hverken menneskelige, sociale eller miljømæssige forhold. Behovet for at protestere får folk til at tilslutte sig en form for handel, der har et menneskeligt ansigt. Set med deres øjne er fair trade beviset på, at det er muligt at skabe en anderledes verden. Fair trade fremmer gennemsigtighed, god forvaltning og ansvarlighed og bidrager dermed til en bæredygtig udvikling.

4. Beskrivelse

4.1 Det, der er vigtigt for fair trade-handlen og mere overordnet for et etisk, ansvarligt og medmenneskeligt forbrug, er at definere midler til at gøre den succes, der er opnået hos befolkningen, mere permanent ve at:

- sikre, at den måde fair trade-handlen fungerer på, er både gennemsigtig, synlig og let forståelig
- garantere, at køb af fair trade-produkter vil komme udviklingen af landbrugsbedrifter i udviklingslandene til gode.

4.2 EØSU konstaterer, at der i udarbejdelsen af fair trade-standarderne er blevet taget hensyn til arbejdstagernes grundlæggende rettigheder (ILO), miljøkrav og biodiversiteten samt bedre betaling af producenterne i de internationale handelsforbindelser.

4.3 Det at sætte de to ord »fair« og »trade« sammen kan for nogle virke modstridende, for markedslovene er blottede for menneskelige værdier. Men at forbinde handel med den sociale dialog med det formål at opnå større retfærdighed i verdenshandlen bliver en af det 21. hundredes store udfordringer, som EØSU gerne vil være med til at løfte. Den kan nemlig skabe grobund for en bæredygtig udvikling ved at tilbyde bedre handelsbetingelser og sikre de producenter og arbejdere, som blev kørt ud på et sidespor ved Doha-runden, deres rettigheder.

4.4 Indførelsen af nye mærkningsordninger og adfærdskodekser på initiativ af nye aktører, som hævder at praktisere fair trade, forvirrer samtidig forbrugerne. Med risiko for at udvande konceptet, dets principper og de kriterier, som definerer det, skaber mangfoldigheden af referencesystemer og garantier grundlag for økonomisk opportuniste, der er baseret på garantisystemer, som på den ene side er mindre bekostelige for dem, der ofte senere i produktionskæden bærer omkostningerne, men som på den anden side resulterer i lavere støtte til udviklingslandene. EØSU vil gerne give udtryk for sit ønske om, at fair trade-organisationerne opretter en international certificeringsordning (se ovenstående forslag om terminologi), forudsat at der oprettes et uafhængigt, akkrediteret kontrolorgan, og naturligvis at den gældende fødevarerlovgivning overholdes.

4.5 EØSU kræver, at alle fair trade-produkter garanteres efter samme kriterier i alle EU-landene. Der findes i dag ikke nogen officiel, juridisk bindende europæisk definition af fair trade, men EØSU vil gerne tilslutte sig den fælles definition, som blev vedtaget af FINE (netværk som udgøres af FLO, IFAT, NEWS! og EFTA) og anvendt af Kommissionen i en nylig meddelelse om fair trade ⁽¹⁾:

»Fair trade er et handelspartnerskab baseret på dialog, gennemsigtighed og respekt, der efterstræber større lighed i international handel. Det bidrager til bæredygtig udvikling ved at tilbyde bedre handelsforhold til og sikring af de marginaliserede producenter og arbejderes rettigheder - især i udviklingslandene.

Fair trade-organisationerne er (med opbakning fra forbrugerne) aktivt engageret i at støtte producenter, øge opmærksomheden og fremme ændringer i regler og praksis for konventionel international handel.«

5. Producenterne (principper)

5.1 Fair trade sikrer, at producenterne får den bedst mulige pris på et stabilt grundlag og i form af indkomster, der er store nok til at opretholde en rimelig levestandard. Disse fastsættes af producenternes organisationer og fagforeningerne i hver enkelt region og land.

5.2 Prisen skal fastsættes på grundlag af de gennemsnitlige produktionsomkostninger med udgangspunkt i:

- tid forbrugt af den lokale arbejdskraft til en løn, der er justeret, så den sikrer en rimelig levestandard

⁽¹⁾ KOM(2009) 215 endelig.

— nødvendige investeringer på mellemlangt eller langt sigt for at kunne leve op til de økonomiske, miljømæssige og sociale standarder for fair trade

— en markedsanalyse

— politiske valg for flertallet af aktører inden for fair trade: forudgående finansiering på 60 % til producenterne inden høst, en stabilisering af forholdet mellem producenterne og distributørerne med henblik på at sikre producenterne afsætningsmuligheder og distributørerne forsyninger.

5.3 Fair trade bør stille krav og f.eks. afvise udnyttelse af arbejdskraften, især når det gælder børn, samt udvise respekt for Den Internationale Arbejdsorganisations (ILO) regler, også selv om landets sociale love ikke stiller krav herom.

5.4 Fair trade sikrer en delvis forudbetaling af fødevarer og giver på den måde producenterne mulighed for at finansiere deres råvarer.

5.5 Fremstillingen af fødevarer bør ubetinget tage hensyn til miljøet og naturressourcerne og den gældende lovgivning i EU.

5.6 Fair trade-handlen giver mulighed for at skabe socialt nyttige job på alle stadier i processen (og dermed også give de mest udsatte mulighed for at genfinde værdigheden i arbejdet).

5.7 Fair trade-branchen sikrer, at fødevarerne til enhver tid er sporbare, og at offentligheden til alle tider har fuldt indblik i alle aktiviteter i alle kædens led (sammenhæng, pris, avance osv.).

5.8 Fair trade-handlen bør give mulighed for, at der opstår en solidarisk økonomi med en bæredygtig udvikling for øje.

5.9 Fair trade-handlen bør vurderes udelukkende på handlinger og konkrete engagementer og ikke blot på de gode intentioner.

5.10 Fair trade er en veletableret måde at tage hul på en ny global fødevarerpolitik, som respekterer mennesket.

6. Produkterne

6.1 Den største del af fair trade-handlens omsætning stammer fra fødevarer. Blandt disse produkter kommer kaffe ind på en førsteplads. Ligeledes finder man te, chokolade, tørret frugt, krydderier, ris, korn, sukker, honning og syltetøj. Friske produkter er kommet til for nylig, men de har kun en lille plads i fair trade-butikkerne på grund af deres lave omsætningshastighed. Imidlertid er der sket en betragtelig stigning i salget af disse produkter, siden forbrugerkooperativer og andre private forhandlere begyndte at forhandle dem.

6.2 Med det sigte at bidrage til at forbedre situationen for de små producenter i udviklingslandene, burde fair trade give

mulighed for dannelse af produktionskæder for forarbejdede fødevarer, således at der skabes socialt bæredygtige job.

6.3 Fair trade-branchen bør kunne sætte fokus på behovet for at arbejde med større forsyningskæder for at give større politisk vægt til denne proces, samtidig med at producenterne interesser respekteres.

7. De vigtigste lande

7.1 De lande, som berøres af fair trade-landbrugsproduktion, er alle lande på den sydlige halvkugle. Fair trade har, fordi der hersker relativ gennemsigtighed i dens handelsprocesser, sat fokus på, hvor lille en del af den pris, forbrugeren betaler, der kommer producenten til gode (for hver 100 euro, der betales, vender kun 20 euro tilbage til oprindelseslandet), og hvor stor en del af merværdien (i f.eks. forarbejdnings- og salgsleddet) der tilfalder den industrialiserede del af verden. Det egentlige spørgsmål er fair trade-handlens evne til varigt at ændre spillereglerne i den internationale handel.

8. Lovgivning eller certificering

8.1 Efter EØSU's mening er certificeringsordninger den bedste garanti for forbrugerne. Certificering er en kontrolproces, der udføres af en (efter en akkrediteringsprocedure) akkrediteret og uafhængig ekstern organisation, som attesterer, at en tjenesteydelse, et produkt eller en proces lever op til en række fastsatte krav (eventuelt i form af en standard). Certificeringen og akkrediteringen er således to kontrolprocedurer, hvor akkrediteringen omfatter kontrol af nogle kompetencer, mens certificeringen efterprøver en overensstemmelse med en række krav. Det, der er vigtigt for fair trade-handlen og mere overordnet for et etisk, ansvarligt og medmenneskeligt forbrug, er at finde midler til at gøre den opnåede succes mere permanent og derigennem:

1) Sikre, at den måde fair trade-sektoren fungerer på, er både gennemsigtig, synlig og let forståelig. På dette område bør der udføres et egentligt informationsarbejde for at forklare rækkevidden og udfordringerne.

2) Stå som garant for, at det vil komme en landsby, dens beboere og udviklingen af landbrugsbedrifter i udviklingslandene til gode, hvis man køber et fair trade-produkt.

8.2 Fair trade-branchen har således oprettet garantisystemer, hvis legitimitet dog er baseret på, at de har været genstand for forhandlinger, og at de forskellige deltagende parter står bag dem.

— Det garantisystem, FLO har oprettet, definerer kravene til produkterne

— De krav og den referenceramme, WFTO har oprettet, handler om praksis i de virksomheder, som er involveret i fair trade.

8.3 FLO og WTO forsøger at opnå komplementaritet mellem deres garantisystemer. Det handler om at finde frem til fællestræk mellem deres tilgange. I dag er dette dog ikke nået videre end til en statusoversigt.

8.4 Disse kontrolsystemer er uundværlige. Det høje garantiniveau er afgørende for at undgå en knopskydning af forskellige lovgivninger i landene på den nordlige halvkugle og er i forbrugernes interesse. Fair trade-organisationerne har allerede opstillet et sæt internationale krav og er enedes om et charter for fair trade-principper, og de bør nu fortsat samarbejde om en fælles certificeringsordning for producenter.

9. Betingelserne for udviklingsbistand

9.1 Fair trade-handlen bidrager til at reducere fattigdom og bevarer samtidig grundlaget for bæredygtig udvikling.

9.2 EU's udenrigspolitik bidrager til at fremme landbrugsopsvinget i udviklingslandene. Støtte til at opfordre mindre producenter af landbrugsprodukter til at gå over til fair trade kunne gøres til et kriterium for at få udbetalt støtte, hvilket ville bidrage til en bæredygtig udvikling i disse lande.

10. Udfordringer for fair trade-branchen

10.1 Det er indiskutabelt, at handelen med fair trade-produkter er en del af de lokale og internationale aktørers kommercielle, sociale, uddannelsesmæssige og politiske dynamik.

10.2 Fair trade er en socioøkonomisk nyskabelse, der støttes af civilsamfundet, fordi dette koncept kan ændre den internationale handelspraksis for dermed at tage mere hensyn til mennesket. Den bør:

- fastholde sin indflydelse for så vidt angår virksomhedernes sociale og miljømæssige ansvar
- skabe social opbakning i samarbejde med fagforeninger, forbrugerorganisationer, miljøorganisationer samt de lokale producentsammenslutninger

— udvide og diversificere sit marked, da handlen har behov for at udvide sit produktudvalg og sine netværk

— tilbageføre en større del af merværdien til producenterne

— hjælpe producenterne på den sydlige halvkugle med at organisere sig, så de opnår større uafhængighed

— fremme lokal udvikling og bedre vilkår for de grundlæggende økonomiske, sociale og kulturelle rettigheder

— være i stand til globalt at forbedre den konventionelle handels regler og praksis.

11. »Fair«, også for de europæiske producenter?

11.1 Alle fair trade-landbrugsprodukter kommer fra udviklingslande. Visse produkter, som f.eks. sukker, vin og bananer, produceres imidlertid også i europæiske lande under betydeligt højere sociale standarder, hvilket kan gøre dem noget dyrere end et fair trade-certificeret produkt.

11.2 For at undgå denne kildne situation er det nødvendigt at oprette en international organisation af producenter i disse sektorer med henblik på at finde kompromiser, som alle kan være tilfredse med.

12. Fair trade, nyt økonomisk fundament

12.1 Mange menneskerettighedsorganisationer kritiserer resultaterne af den internationale handel (WTO).

12.2 De forskellige aktører og berørte parter inden for fair trade-handlen adskiller sig på globalt plan, både set fra et kvalitativt og kvantitativt synspunkt. Det er i øvrigt deres evne til at dække de forskellige områder af fair trade-handlen, som giver tiltaget mening og mulighed for, at det kan få en stor betydning.

Bruxelles, den 1. oktober 2009

Mario SEPI

Formand for

Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg

Appendiks I

Procent af den betalte pris der vender tilbage til producenterne i forhold til den konventionelle handel

Handel	Kaffe	Darjeeling te	Sukker	Quinoa	Basmatiris
Konventionel	5 %	7 %	2,5 %	6,7 %	6,5 %
Fair trade	17 %	9,5 %	3,8 %	8,5 %	9,5 %

Appendiks II

Eksempel på specifikation af prisen på thailandsk Max Havelaar ris:

- 15 % til producenten
 - 26 % i forarbejdningsomkostninger
 - 2 % i afgifter
 - 57 % i emballage- og distributionsomkostninger.
-