

LV

LV

LV



EIROPAS KOPIENU KOMISIJA

Briselē, 5.5.2009
COM(2009) 215 galīgā redakcija

**KOMISIJAS PAZIŅOJUMS PADOMEI, EIROPAS PARLAMENTAM UN EIROPAS
EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI**

**Ilgospējīgas attīstības veicināšana — godīgās tirdzniecības un nevalstisku ar tirdzniecību
saistītu ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu nozīme**

**KOMISIJAS PAZIŅOJUMS PADOMEI, EIROPAS PARLAMENTAM UN EIROPAS
EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI**

**Ilgspējīgas attīstības veicināšana — godīgās tirdzniecības un nevalstisku ar tirdzniecību
saistītu ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu nozīme**

SATURS

1.	Ievads	3
2.	Godīgās tirdzniecības attīstība kopš 1999. gada	4
3.	Izmantotie ilgtspējas kritēriji.....	5
4.	Politikas apsvērumi	7
4.1.	Ilgspējīgas attīstības veicināšana	7
4.2.	Privātas ar tirdzniecību saistītas ilgtspējas nodrošināšanas sistēmas un PTO	8
4.3.	Publiskais iepirkums	8
4.4.	ES atbalsts	9
5.	Secinājumi — publisko iestāžu un dalībnieku nozīme saistībā ar godīgo tirdzniecību un citām privātām ar tirdzniecību saistītām ilgtspējas nodrošināšanas sistēmām.....	10
I PIELIKUMS		12
II PIELIKUMS		13
III PIELIKUMS.....		14
IV PIELIKUMS		16
V PIELIKUMS.....		17

1. IEVADS

Šajā paziņojumā aplūkots pašreizējais stāvoklis attiecībā uz godīgās tirdzniecības un citām nevalstiskām (piemēram, privātām) ar tirdzniecību saistītām ilgtspējas nodrošināšanas sistēmām. Komisija jau sen bija atzinusi, ka patērētāji var veicināt ilgtspējīgas attīstības mērķus, pieņemot lēmumus par pirkumiem. Šis paziņojums atbilst pieaugošajai ieinteresētībai, kas pausta gan politiskā līmenī, gan novērota ES patērētāju attieksmē, par ko liecina augošais iepirkumu līmenis. Politiskā līmenī Eiropas Parlaments 2006. gadā pieņēma ziņojumu par godīgu tirdzniecību un attīstību¹. Ziņojumā uzsvērta vajadzība palielināt patērētāju izpratni, kā arī norādīts uz risku, ka godīgās tirdzniecības tirgū iesaistās uzņēmumi, kas nav izpildījuši sertifikācijas kritērijus. Turklāt tajā atzīts, ka godīgā tirdzniecība ir būtībā brīvprātīga privātā sektora iniciatīva un ka pārliets regulējums drīzāk varētu kaitēt, nevis dot labumu.

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja (EESLK) 2005. gada izziņojumā aplūkoja “patērētāju garantiju sistēmas”. Tajā tika konstatēts, ka ir vajadzīgs uzticams patērētāju garantiju sistēmu kvalitātes novērtējums un jānosaka galvenās definīcijas. Eiropadome 2006. gada jūnijā pieņēma atjaunināto ilgtspējīgas attīstības stratēģiju un mudināja dalībvalstis veicināt ilgtspējīgus produktus, tostarp produktus godīgās tirdzniecības aprītē².

ES patērētāji katru gadu iegādājas godīgās tirdzniecības sertificētos produktus aptuveni 1,5 miljardu euro vērtībā; tas ir 70 reizu vairāk nekā 1999. gadā, kad Komisija par šo jautājumu pieņēma paziņojumu. Šie panākumi apliecina, ka patērētāji, publiskās iestādes un citas ieinteresētās personas, tostarp ražotāju organizācijas jaunattīstības valstīs, izjūt vajadzību noteikt godīgās tirdzniecības reālo ietekmi.

Šajā paziņojumā jēdzienu “godīgā tirdzniecība” izmanto atbilstoši standartiem, ko noteikušas starptautiskās standartu un atbilstības novērtēšanas organizācijas, kas ietilpst *ISEAL*³, un standartiem, ko piemēro godīgās tirdzniecības organizācijas. Jēdzienu “citas privātas ilgtspējas nodrošināšanas sistēmas” izmanto, lai aprakstītu citas marķēšanas sistēmas, kuras paredzētas, lai informētu patērētājus par produkta ražošanas ilgtspēju (I pielikumā ir iekļauts īss pārskats par jēdzieniem un organizācijām).

Šajā paziņojumā sniegts pārskats par pārmaiņām kopš Komisijas 1999. gada paziņojuma par godīgu tirdzniecību⁴ un izteikti provizoriski apsvērumi par publisko iestāžu un ieinteresēto personu nozīmi godīgās tirdzniecības un citu privātu ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu jomā. Risināmie jautājumi ir svarīgi vairākās tādās ES politikas jomās kā patērētāju aizsardzība, ekonomiskā un sociālā attīstība, tirdzniecība, korporatīvā sociālā atbildība, vide un ES

¹ Eiropas Parlamenta ziņojums par godīgu tirdzniecību un attīstību (2005/2245(INI)), “The Schmidt Report”.

² “Dalībvalstīm jāveicina ilgtspējīgi produkti, kas iegūti bioloģiskajā lauksaimniecībā un godīgās tirdzniecības aprītē, kā arī ekoloģiski produkti”.
<http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/06/st10/st10117.en06.pdf>, 13. lpp.

³ *International Social And Environment Accreditations and Labelling* (Starptautiskā sociālās un vides akreditācijas un marķējuma alianse).

⁴ COM(1999) 619, 29.11.1999., II pielikumā ir iekļauta informācija par Komisijas 1999. gada paziņojumu.

iekšējais tirgus. Vajadzības gadījumā šim paziņojumam sekos konkrētāk vērsta iniciatīvas vienā vai vairākās politikas jomās.

Šis paziņojums neattiecas uz publisko iestāžu izveidotām ilgtspējas un marķēšanas sistēmām (piemēram, uz ES ekomarķējumu).

2. GODĪGĀS TIRDZNICĪBAS ATTĪSTĪBA KOPŠ 1999. GADA

Vislielākās pārmaiņas kopš 1999. gada notikušas valstu tirgos, kuros jau bija sertificēti godīgās tirdzniecības produkti. Atbildot uz 1999. gada paziņojumā pausto aicinājumu ieviest vienotu marķējumu un neatkarīgu pārbaudi un kontroli, veiksmīgi tika ieviesta “godīgās tirdzniecības sertifikācijas zīme”⁵.

2008. gadā vairāk nekā 70 % (salīdzinājumā ar 12 % 2000. gadā)⁶ Apvienotās Karalistes patērētāju atpazīna godīgās tirdzniecības zīmi, savukārt Francijā 2005. gadā tie bija 74 % (salīdzinājumā ar 9 % 2000. gadā)⁷. 2007. gada beigās godīgās tirdzniecības preču noietu vērtība pasaulē pārsniedza 2,3 miljardus euro⁸ (tomēr tā vēl joprojām ir mazāka par bioloģisko pārtikas produktu noietu un joprojām veido mazāk par 1 % no kopējās tirdzniecības)⁹. Eiropa ir godīgās tirdzniecības īstenā vieta — 60 līdz 70 % no pasaules tirdzniecības darījumu tiek veikti Eiropā, turklāt lielas atšķirības ir starp visstraujāk augošo tirgu Zviedrijā un jaunākajām dalībvalstīm, kurās koncepcija ir salīdzinoši jauna.

Godīgā tirdzniecība bija pirmā, ar kuras starpniecību tika izskaidroti atbildības un solidaritātes jautājumi; tas ietekmēja citus dalībniekus un veicināja citu ilgtspējas sistēmu rašanos. Ar tirdzniecību saistītās privātās ilgtspējas iniciatīvās izmanto dažādus sociālo vai vides audita standartus¹⁰, kuru skaits un tirgus daļa ir palielinājusies. Vispazīstamākais sociālais standarts droši vien ir SA8000, ko 1997. gadā ieviesa Sociālās atbildības starptautiskā organizācija (SAI)¹¹. Visaptveroša sertifikācija, kurā iekļauti gan sociālie, gan vides kritēriji, ir, piemēram, *Utz certified* un *Rainforest Alliance (RA)*.

Ilgspējīgas tirdzniecības iniciatīvas, kurās iesaistīti daudzi uzņēmumi, ir dažādās Eiropas daļās; šādas iniciatīvas aptver plašu spektru, sākot no valstu noteikumiem, lai kopīgi izmantotu sociālo auditu rezultātus, līdz starptautiskām iniciatīvām ar zināmu valsts atbalstu, piemēram, Ētiskas tirdzniecības iniciatīva (ETI)¹². Darbs, ko dalībnieki veic, lai izpildītu standartus un pārbaudītu to ievērošanu, nav jāatspoguļo sertifikācijā un marķēšanā patērētāju vajadzībām; standartu izpildi un ievērošanas pārbaudi var uzskatīt par centieniem uzņēmuma

⁵ Sīkāku informāciju par definīcijām skatīt I pielikumā.

⁶ Godīgās tirdzniecības fonds, 2008.

⁷ ESAO, Tirdzniecības politikas darba dokuments Nr. 47, 1. daļa, 10.1.2007.

⁸ Godīgās tirdzniecības marķēšanas organizāciju internacionāle, 2008.

⁹ Land, P. & Andersen, M, “What is the world market for certified products”, *Commodities and Trade Technical Paper*, ESAO.

¹⁰ Skatīt arī portālu *Responsible Supply-Chain Management*, ko izveidoja kā Eiropas CSR alianses sastāvdaļu; www.csr-supplychain.org

¹¹ SAI apgalvo, ka “mazumtirgotāji, t.s. zīmolu uzņēmumi un citi darba devēji pasaulē izmanto SA8000, sasniedzot vairāk nekā 175 miljardus ASV dolāru lielu apgrozījumu”; www.sa-intl.org

¹² Citas šajā kontekstā pieminamās iniciatīvas ir *Business Social Compliance Initiative* (<http://www.bsci-eu.com/>) un *Global Social Compliance Programme* (<http://www.ciesnet.com/2-wwedo/2.2-programmes/2.2.gscp.background.asp>).

sociālās atbildības jomā (CSR)¹³, kas ne vienmēr tiek norādīti uz produkta. Uzņēmumi var pastiprināt CSR darbības, apņēmoties izpildīt kritēriju vai mērķu kopumu, piemēram, ar *UN Global Compact*¹⁴ starpniecību.

Privāto marķējumu tirgus var dalīt šādi:

- (1) godīgā tirdzniecība kā tāda;
- (2) citi sertificēti “nišas” produkti, kas formāli nav godīgās tirdzniecības aprītē, bet tomēr ir paredzēti patērētājiem, kuri apzināti raugās uz ilgtspējas jautājumiem (*Rainforest Alliance, Utz Certified*);
- (3) produkti, uz kuriem attiecas pamatstandarti, kuru izmantošana ir vēlama “visā nozarē” (piemēram, *Code for the Coffee Community (4C's), Ethical Tea Partnership*);
- (4) pārējie produkti (“bez nosaukuma”).

Viens ražotājs var pārdot produktus visās četrās kategorijās. Patērētājam var būt grūtības novērtēt dažādo ilgtspējas sistēmu nozīmi. Politiskās un institucionālās pārmaiņas ir jānovērtē, ņemot vērā šo sarežģīto un mainīgo situāciju.

3. IZMANTOTIE ILGTSPĒJAS KRITĒRIJI

Privātās ar tirdzniecību saistītās ilgtspējas sistēmās izmanto kritēriju kopumu, lai novērtētu un/vai garantētu produktu ilgtspēju. Kritēriju pamatā bieži vien ir viens vai vairāki ilgtspējīgas attīstības pīlāri (ekonomiskā, vides un sociālā attīstība), dažkārt tie ir saistīti ar starptautiskajiem standartiem un nolīgumiem. Dažas sistēmas ir veltītas īpašam jautājumam un mērķim (piemēram, t.s. CO₂ nospiedums, lai mazinātu klimatu pārmaiņu problēmas ietekmi), turpretī citas pamatojas uz kritērijiem plašākā ilgtspējīgas attīstības kontekstā.

Šajā sadaļā ir aprakstīta pirmā kategorija — godīgā tirdzniecība, kas minēta iepriekš¹⁵ un ko pazīst daudz patērētāju tajos tirgos, kuros to īsteno. Līdztekus tam ir izpratne par godīgās tirdzniecības mērķiem. Kritēriji un standarti, ko piemēro godīgajā tirdzniecībā, ir visaptverošākie un vērienīgākie, jo tajos iekļauts plašs jautājumu un nosacījumu loks, kas ietekmē ražotājus jaunattīstības valstīs, tostarp minimālo ražotāja cenu un piemaksu ražotāja kopienai.

¹³ 2006. gada 22. marta Paziņojums COM(2006) 136, “Veidot Eiropu par izcilības paraugu uzņēmumu sociālās atbildības jomā”.

¹⁴ www.unglobalcompact.org

¹⁵ III pielikumā iekļauts pārskats par papildu privātajām ilgtspējas sistēmām, kas minētas šajā sadaļā.

Godīgās tirdzniecības kritēriji

Godīgās tirdzniecības kustība ir definējusi šādus kritērijus, kas norādīti Eiropas Parlamenta 2006. gada ziņojumā:

- **godīga ražotāja cena**, ar ko nodrošina godīgu algu, sedzot ilgtspējīgas ražošanas un dzīves izmaksas. Šai cenai ir jābūt vismaz tikpat augstai, kāda ir starptautisko godīgas tirdzniecības asociāciju noteiktā mazākā pieļaujamā cena un piemaksa;
- **jābūt iespējai daļu maksājumu veikt priekšlaicīgi**, ja to prasa ražotājs;
- **stabilas ilgtermiņa attiecības** ar ražotājiem un ražotāju iesaistīšana godīgās tirdzniecības standartu izstrādē;
- **pārredzamība un izsekojamība** visā piegādes ķēdes garumā, lai nodrošinātu, ka patērētājs tiek atbilstoši informēts;
- ražošanas apstākļi, kuros **tiek ievērotas** astoņas Starptautiskās Darba organizācijas (*ILO*) **pamatkonvencijas**;
- vides aizsardzības principu ievērošana, cilvēktiesību un jo īpaši sieviešu un bērnu tiesību aizsardzība, kā arī **cieņa pret tradicionālajām ražošanas** metodēm, kas veicina ekonomisko un sociālo izaugsmi;
- ražotāju **resursu un iespēju palielināšana**, jo īpaši attiecībā uz jaunattīstības valstu sīkražotājiem, sociāli atstumtiem ražotājiem un darba ņēmējiem, kā arī to organizācijām un attiecīgajām kopienām, lai nodrošinātu godīgās tirdzniecības ilgtspēju;
- atbalsts ražotāju organizāciju īstenotajai ražošanai un **pieejai tirgum**;
- **pasākumi, kas veido izpratni** par godīgās tirdzniecības principiem ražošanā un tirgus attiecībās, godīgas tirdzniecības misiju un mērķiem, kā arī starptautiskajos tirdzniecības nosacījumos valdošo netaisnību;
- šo kritēriju **uzraudzība un pārbaude**, kurā dienvidu organizācijām ir lielāka nozīme, veicinot izmaksu samazināšanu un vietējo organizāciju līdzdalības palielināšanu sertifikācijas procesā;
- godīgas tirdzniecības pasākumu **ietekmes regulārs novērtējums**.

4. POLITIKAS APSVĒRUMI

4.1. Ilgtspējīgas attīstības veicināšana

Viena no īpašajām godīgās tirdzniecības un citu privāto ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu pazīmēm ir tā, ka tas ir būtībā brīvprātīgs, dinamisks mehānisms, kas mainās līdz ar sabiedrības un patērētāju apziņu un pieprasījumu. Ilgtspējas uzdevumu izpratne mainās, tāpēc privātās ar tirdzniecību saistītās ilgtspējas nodrošināšanas sistēmas mainās līdzīgi. Dažos gadījumos tie ir problēmu priekšplānā, palielinot izpratni un veicinot patērētāju interesi un izpratni par jauniem un turpmākiem ilgtspējīgas attīstības uzdevumiem. Nišu tirgi un sistēmas var ietekmēt vispārējo uzņēmējdarbību un valdības politikas izveidi.

Komisija uzskata, ka tai nav jānosaka secība vai regulējošie kritēriji privātām ar tirdzniecību saistītām ilgtspējas nodrošināšanas sistēmām un to atbilstība ilgtspējīgas attīstības mērķiem. Regulējošie kritēriji un standarti ierobežotu šīs jomas privāto iniciatīvu dinamiku un traucētu turpmākai godīgās tirdzniecības un citu privāto sistēmu un to standartu attīstībai.

Ilgtspējīgu attīstību veicina sistēmas, kurās prioritāte ir vides, sociālie vai ekonomiskie elementi. Labai tirgus darbībai ir svarīgi, ka patērētājiem un ražotājiem ir pieejama ticama informācija par sistēmām. Šeit var norādīt dažus elementus, kas ir svarīgi, lai novērtētu labu praksi, kas dalībniekiem jāveic saskaņā ar Komisijas viedokli.

Standartiem un kritērijiem jābūt objektīviem un nediskriminējošiem, lai izvairītos no (neplānotas) negatīvas ietekmes uz ražotājiem jo īpaši jaunattīstības valstīs. Komisija atbalsta centienus ieviest lielāku skaidrību definīcijās, piemēram, publicējot godīgās tirdzniecības hartu. Lai patērētāji varētu izdarīt izvēli, pamatojoties uz informāciju, standarti un kritēriji jāpiemēro pārredzami. Tajā informācijā, kas patērētājiem un ražotājiem ir nepieciešama, lai saglabātu uzticēšanos tirgum, ietilpst norāde par īpatsvaru no uzcenojama, ko saņem ražotāji¹⁶.

Ideālā gadījumā jābūt neatkarīgai uzraudzībai, lai garantētu, ka produktus iegūst ar paņēmieniem, kuri atbilst īpašu kritēriju kopumam, līdzsvarojot ekoloģiskos, ekonomiskos un sociālos apsvērumus. Šāda audita procesa veids un rezultāti jā dara pieejami pārbaudēm¹⁷. Tāpēc Komisija mudina attiecīgās personas uzlabot novērtēšanas metodiku, lai ļautu patērētājiem izdarīt izvēli, pamatojoties uz informāciju.

Lielāka skaidrība un izpratne ir vajadzīga par privāto ilgtspējas sistēmu faktisko ietekmi uz ražotājiem jaunattīstības valstīs un plašākā izpratnē uz vidi, kurā tie darbojas. Ideālā gadījumā patērētājiem jā piedāvā daži sistēmu ietekmes objektīvā novērtējuma elementi. Šajā jomā Komisija gaida uzlabojumus, ņemot vērā jau notiekošo darbu, un cer uz rezultātiem, kas varētu būt turpmāko politikas apsvērumu pamatā¹⁸.

IV pielikumā ir iekļauti procesa jautājumi saistībā ar patērētāju garantijas sistēmām; tos noteikusi Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja. Komisija mudina turpināt darbu, lai

¹⁶ AK parlamenta apakšpalātas 2007. gada jūnija ziņojumā "Fair Trade and Development" ierosināts marķējums, kurā norādīts īpatsvars no cenas, ko saņemis ražotājs.

¹⁷ IV pielikumā ir iekļauts EESLK izstrādātais saraksts ar jautājumiem, kas saistīti ar patērētāju garantiju sistēmām.

¹⁸ Izmantojot projektu, *ISEAL* alianse pēta labu praksi, lai noteiktu standartu un sertificēšanas ietekmi.

panāktu kopīgu izpratni, kādām procesa pamatprasībām ir vērts prasīt atbildi, vienlaikus jāizvairās no atbilstošu ilgtspējas standartu definēšanas privātām sistēmām.

Principi, kas jāpiemēro, lai maksimāli palielinātu privāto ar tirdzniecību saistīto ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu ietekmi

- Saglabāt privāto sistēmu nevalstisko raksturu visā ES
- Pētīt iespējamo sinerģiju robežas starp sistēmām un palielināt skaidrību patērētājiem un ražotājiem
- Panākt kopīgu izpratni par piemērotām procesa pamatprasībām
- Noteikt objektīvas pazīmes attiecībā uz dažādu privātu ar tirdzniecību saistītu ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu salīdzinošo ietekmi

4.2. Privātas ar tirdzniecību saistītas ilgtspējas nodrošināšanas sistēmas un PTO

Tirdzniecības liberalizācija var piedāvāt ekonomiskās izaugsmes un ilgtspējas attīstības iespējas. Jaunattīstības, īpaši vismazāk attīstīto, valstu attīstība un integrācija globālajā ekonomikā ir galvenie PTO un ES tirdzniecības politikas mērķi.

Daudzpusēja tirdzniecības liberalizācija, izmantojot PTO sistēmu, ir visefektīvākais veids, lai paplašinātu un vadītu pasaules tirdzniecību, un var palīdzēt radīt ekonomiskās izaugsmes un ilgtspējīgas attīstības iespējas. Tomēr tirdzniecības liberalizācija nav pietiekama; tirdzniecības politikas ietekmi uz izaugsmi, attīstību un ilgtspēju daļēji nosaka tiesību akti un politika daudzās citās jomās, kas ietekmē izaugsmi un ilgtspējīgu attīstību.

Privātās iniciatīvas, kas darbojas būtībā ar brīvprātīgas dalības starpniecību, atbilst nediskriminējošai daudzpusējai tirdzniecības sistēmai. Visi valsts iesaistīšanās pasākumi vai regulējošie mehānismi attiecībā uz šādām marķēšanas sistēmām nav problemātiski *per se*, tomēr tajos jāņem vērā PTO pienākumi, jo īpaši lai nodrošinātu to pārredzamu un nediskriminējošu darbību.

Principi attiecībā pret PTO

- Nodrošināt pārredzamu un nediskriminējošu marķēšanas sistēmu darbību

4.3. Publiskais iepirkums

Publiskais iepirkums ir joma, kurā notikušas svarīgas pārmaiņas. Publiskās iestādes tērē līdzekļus, kas atbilst 16 % no ES IKP, tāpēc tās veido galveno stratēģisko tirgu.

Lai labāk apmierinātu līgumslēdzēju iestāžu vajadzību pēc norādījumiem, kas nepieciešami, lai īstenotu ilgtspējīgu publisko iepirkumu, Komisija nesēn pieņēma paziņojumu par publisko

iepirkumu, ņemot vērā vides uzlabošanas aspektus,¹⁹ (papildinot t.s. Komisijas Zaļo iepirkumu norādījumus) un patlaban strādā pie līdzīgiem norādījumiem par sociālo iepirkumu. Kopā šīs publikācijas veido visaptverošus norādījumus ilgtspējīgam publiskajam iepirkumam.

Daudzas iestādes aicina piedalīties izsolēs, turklāt to iepirkuma politikā tiek ņemti vērā ilgtspējīgi mērķi vai “godīgā tirdzniecība”. Dažas dalībvalstis ir vēl prasīgākas un pieprasa īpašu “Godīgās tirdzniecības marķējumu vai ekvivalentu”. Saskaņā ar Eiropas publiskā iepirkuma noteikumiem līgumslēdzēja iestādes, kas vēlas iepirkt godīgās tirdzniecības aprītē esošās preces, nevar prasīt īpašus marķējumus, jo tas ierobežotu piekļuvi tādu produktu līgumam, kas nav šādi sertificēti, tomēr atbilst līdzīgiem ilgtspējīgas tirdzniecības standartiem.

Ja līgumslēdzēja iestāde plāno iepirkt godīgās tirdzniecības aprītē esošās preces, preču tehniskajās specifikācijās var definēt attiecīgos ilgtspējas kritērijus, kuriem jābūt saistītiem ar līguma priekšmetu un jāatbilst citiem attiecīgajiem ES publiskā iepirkuma noteikumiem, tostarp vienlīdzīgas attieksmes un pārredzamības pamatprincipiem. Šiem kritērijiem jāattiecas uz produktu pazīmēm vai darbību (piemēram, stikls no atkārtoti pārstrādāta materiāla), vai produktu ražošanas procesu (piemēram, bioloģiski audzēti produkti).

Līgumslēdzējām pusēm, kuras plāno iepirkt ilgtspējas nodrošināšanas preces, nevajadzētu vienkārši pārņemt konkrēta marķējuma koncepciju un iekļaut to savu iepirkumu tehniskajās specifikācijās. Tā vietā tām vajadzētu aplūkot apakškritērijus, kas ir, piemēram, godīgās tirdzniecības marķējuma pamatā un izmantot vienīgi tos, kas attiecas uz to iepirkuma priekšmetu. Līgumslēdzējām pusēm vienmēr jāļauj piedāvājumu iesniedzējiem pierādīt atbilsti šiem standartiem, izmantojot godīgās tirdzniecības marķējumus vai citus līdzekļus.

Izpildes noteikumos var iekļaut arī vides un sociālos kritērijus, ja šie kritēriji ir saistīti ar attiecīgā līguma izpildi (piemēram, to darbinieku minimālā alga, kuri iesaistīti līguma izpildē) un *mutatis mutandis* atbilst citām iepriekš minētajām prasībām saistībā ar tehniskajām specifikācijām.

Princips, lai palīdzētu īstenot iespējamo ieguldījumu ilgtspējīgā attīstībā, pieņemot lēmumus par publisko iepirkumu

— Nodrošināt, ka ir pieejamas attiecīgas pamatnostādnes par to, kā īstenot ilgtspējīgu publisko iepirkumu

4.4. ES atbalsts

Komisija ir sniegusi finanšu atbalstu godīgajai tirdzniecībai un citiem ar ilgtspējīgu tirdzniecību saistītajiem pasākumiem, būtībā izmantojot tās sadarbības instrumentus attīstības jomā (budžeta 19. nodaļa) un līdzfinansēšanas pasākumus ar NVO. 2007.—2008. gadā dažādiem NVO īstenotiem un līdzfinansētiem pasākumiem tika piešķirti 19,466 miljoni euro. Lielākā daļa šo pasākumu bija izpratnes palielināšanas jomā ES.

Pasākumos, ko finansēja, izmantojot daudzgadu stratēģijas dokumentus un paredzamās programmas, un kas attiecās uz lauksaimniecības un lauku nozarēm, ietilpst tādas sastāvdaļas, kas veicina godīgo tirdzniecību. Arī īpaša atbalsta sistēma tradicionālajiem ĀKK banānu piegādātājiem un papildpasākumi cukura protokolam palīdzēja lauksaimniekiem pārdot

¹⁹ Komisijas paziņojums par publisko iepirkumu, ņemot vērā vides uzlabošanas aspektus, COM(2008) 400, 16.7.2008.

produktus godīgās tirdzniecības nišā. Otrā ķēdes pusē tirdzniecības, tostarp godīgās tirdzniecības, pasākumu veicināšanā palīdz tirdzniecības un privātā sektora attīstības atbalsta projekti.

2008. un 2009. budžeta gados pasākumiem, jo īpaši saistībā ar godīgo tirdzniecību, tirdzniecības budžeta kredītos iekļauti papildu kredīti katru gadu 1 miliona euro apmērā (20. nodaļa). Šos kredītus izmantos finansējuma papildināšanai saskaņā ar attīstības instrumentiem²⁰.

Lielākoties EK ir sniegusi atbalstu “ar godīgo tirdzniecību saistītiem projektiem”, pamatojoties uz pieprasījumu un apmierinot NVO finansējuma lūgumus līdzfinansēšanas pasākumiem šajā jomā; tie galvenokārt ir pasākumi izpratnes palielināšanai ES. ES Komisija plāno pievērst vairāk uzmanības ietekmes novērtējumu atbalstam, tirgus pārredzamības nodrošināšanas centieniem un grūtību novērtēšanai, kas rodas, īstenojot sistēmas un iegūstot sertifikāciju. To varētu veicināt ar līdzīgu ES dalībvalstu rīcību, lai finansētu pētījumus par godīgās tirdzniecības ietekmi.

Komisijas projekts, ko turpināja *UNCTAD*, ir tāda interneta portāla izveide, kas veltīts ilgtspējas nodrošināšanas sistēmām. Projekta mērķis ir sniegt salīdzināmu informāciju par vairāku esošo sistēmu saturu un procesiem gan patērētāju, gan ražotāju labā. Paredzēts palielināt pārredzamību par to, kā dažādās sistēmās iekļauti dažādie attiecīgie kritēriji, un dot iespēju ieinteresētajām personām apmainīties ar informāciju par to.

Princips, lai palīdzētu ES optimāli izmantot tiešo atbalstu sistēmām

- Noteikt mērķjomas saskaņā ar spēkā esošajiem budžeta noteikumiem, piemēram, pētījumi, lai noskaidrotu dažādo sistēmu ietekmi, atbalstītu tirgus pārredzamības nodrošināšanas un sniegtā atbalsta izmaksu un ieguvumu analīzes centienus

5. SECINĀJUMI — PUBLISKO IESTĀŽU UN DALĪBNIKU NOZĪME SAISTĪBĀ AR GODĪGO TIRDZniecĪBU UN CITĀM PRIVĀTĀM AR TIRDZniecĪBU SAISTĪTĀM ILGTSPĒJAS NODROŠINĀŠANAS SISTĒMĀM

Ņemot vērā iespējamo godīgās tirdzniecības un citu ar tirdzniecību saistītu ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu ieguldījumu ilgtspējīgā attīstībā, Komisija plāno turpināt darbu un atbalstīt šādas sistēmas. Vajadzības gadījumā šim paziņojumam sekos papildu iniciatīvas vienā vai vairākās politikas jomās. Šajā posmā Komisija

- **atkārtoti uzsver** godīgās tirdzniecības un citu līdzīgu ilgtspējas sistēmu ES nevalstiskā rakstura saglabāšanas nozīmi. Publisks regulējums varētu traucēt dinamisku privātu sistēmu darbībai.
- **konstatē**, ka godīgā tirdzniecība ir ievērojami pārstāvēta lielā ES tirgus daļā un to pazīst daudz patērētāju, kas saistīts ar sistēmas pamatā esošo standartu un principu attīstību un pārredzamību.
- **konstatē**, ka daudzas dažādās privātās sistēmas var veicināt ilgtspējas mērķus, tomēr to daudzveidība var maldināt patērētāju. Komisija uzskata, ka šajā jomā jāturpina apsvērt

²⁰ V pielikumā ir iekļauti pašreizējā finansējuma piemēri.

principi, kas vajadzīgi, lai panāktu iespējami lielu privāto ar tirdzniecību saistīto ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu ietekmi, vienlaikus izvairoties definēt piemērotos ilgtspējas standartus, kas jāievēro šajās sistēmās. Tomēr tas neskar atbilstību attiecīgajiem ar ilgtspēju saistītajiem standartiem un publisko iestāžu sagatavotajiem tiesību aktiem.

Šajā saistībā Komisija

- **atgādina**, ka vislielākā nozīme ir tam, lai informācija par privāto ilgtspējas sistēmu standartiem būtu pārredzama un piemērota patērētājiem, un varētu gūt priekšrocības, pateicoties kopīgai izpratnei par to, ko var sagaidīt no piemērotām procesa pamatprasībām, piemēram, neatkarīgas uzraudzības.
- **atgādina**, ka detalizēts privāto ilgtspējas sistēmu ietekmes novērtējums varētu būt būtisks sasniegums.
- **ir ieecerējusi** pētīt turpmāka dialoga un sadarbības jomu un vajadzības gadījumā konvergenci starp dažādām privātām marķēšanas sistēmām, lai veicinātu iespējamās sinerģijas un palielinātu skaidrību patērētājam.

Saistībā ar publisko iepirkumu Komisija

- **uzsver**, ka ir lietderīgi sniegt norādījumus publiskā iepirkuma iestādēm, lai tās ar saviem lēmumiem pilnībā varētu dot ieguldījumu ilgtspējīgā attīstībā.
- **uzsver**, ka līgumslēdzējai iestādei, kas plāno iepirkt ilgtspējas nodrošināšanas preces, jāizmanto tikai tie kritēriji, kas saistīti ar iepirkuma priekšmetu un atbilst citiem attiecīgajiem ES publiskā iepirkuma noteikumiem. Līgumslēdzējām pusēm vienmēr jāļauj piedāvājumu iesniedzējiem pierādīt atbilstību šiem standartiem, izmantojot godīgās tirdzniecības marķējumus vai citus līdzekļus.

Saistībā ar finansējumu Komisija

- **plāno** arī turpmāk finansēt attiecīgos godīgās tirdzniecības un citus ar tirdzniecību saistītus pasākumus saskaņā ar pašreizējo praksi. Tas neizslēdz iespēju finansēt arī mērķtiecīgākus pasākumus, lai īstenotu noteiktās prioritātes.
- **atgādina**, ka jānovērtē rezultāti, kas iegūti, analizējot privātās ilgtspējas nodrošināšanas sistēmas, lai nodrošinātu ilgtspējīgas attīstības rādītāju atbilstību, ieskaitot ietekmi uz ekonomiskajiem, sociālajiem un attīstības kritērijiem ražotājvalstīs. Ņemot vērā to, ka privātās ilgtspējas nodrošināšanas sistēmās galvenā uzmanība pievērsta jaunattīstības valstu ražotāju darba un dzīves apstākļiem, Komisija uzskata, ka šim aspektam jāvelta īpaša vērība. Analizējot jāsalīdzina dažādu privāto sistēmu ietekme, lai nodrošinātu pamatu iespējamām turpmākām iniciatīvām šajā jomā.

I PIELIKUMS

GODĪGĀS TIRDZNICĪBAS DEFINĪCIJA

Godīgās tirdzniecības standarti ir izveidoti pēc apspriešanās ar ieinteresētajām personām un ekspertiem un noteikti saskaņā ar *International Social and Environment Accreditations and Labelling Alliance (ISEAL)* jeb Starptautiskās sociālās un vides akreditācijas un marķējuma alianses prasībām. Aliansē notiek oficiāla sadarbība starp vadošajām starptautiskajām organizācijām, kas nosaka standartus un novērtē atbilstību, un velta uzmanību sociālajiem un vides jautājumiem.

Ir divas starptautiskas organizācijas, kas nosaka godīgās tirdzniecības standartus un sertificē godīgās tirdzniecības organizācijas pasaulē saskaņā ar *ISEAL* principiem — Godīgās tirdzniecības marķēšanas organizācijas (*FLO*) un Pasaules godīgās tirdzniecības organizācija (*WFTO*), iepriekš — Starptautiskā godīgās tirdzniecības asociācija (*IFAT*). *WFTO* ir *ISEAL* asociētais loceklis. Šīs divas standartu noteicējas organizācijas ir sagatavojušas Godīgās tirdzniecības principu hartu.

Saskaņā ar Godīgās tirdzniecības principu hartu (2009. gada janvāris) godīgā tirdzniecība (izmantojot 2001. gada *FINE* definīciju) tiek definēta šādi:

“Godīgā tirdzniecība ir tirdzniecības partnerattiecības, kuru pamatā ir dialogs, pārskatāmība un cieņa, kas tiecas pēc lielāka taisnīguma starptautiskajā tirdzniecībā. Tā veicina ilgtspējīgu attīstību, uz izdzīvošanas robežas esošajiem ražotājiem un strādniekiem – it īpaši dienvidos – piedāvājot labākus tirdzniecības nosacījumus un nodrošinot viņu tiesības. Godīgās tirdzniecības organizācijas, kuras atbalsta patērētāji, aktīvi iesaistījušās ražotāju atbalstīšanā, izpratnes palielināšanā un cīņā par pārmaiņām starptautiskās tirdzniecības noteikumos un praksē.”

Iepriekš minēto definīciju izmanto šajā paziņojumā.

Godīgās tirdzniecības marķēšanas organizācijas (*FLO*) ir daudzu ieinteresēto personu asociācija, kurā ir 23 dalīborganizācijas, tirgotāji un ārējie eksperti. Organizācija izstrādā un pārskata godīgās tirdzniecības standartus un sniedz atbalstu godīgās tirdzniecības sertificētajiem ražotājiem, palīdzot tiem iegūt un saglabāt godīgās tirdzniecības sertifikātus un izmantot tirgus iespējas. Piemēram, Godīgās tirdzniecības marķēšanas organizācija (*FLO*) nosaka standartus un atsevišķs starptautisks sertifikācijas uzņēmums *FLO-CERT* regulāri pārbauda un sertificē ražotājus, izmantojot šos standartus, kā arī uzrauga preču plūsmu starp ražotājiem un importētājiem.

Turklāt Pasaules godīgās tirdzniecības organizācija (*WFTO*) ir izstrādājusi neatkarīgu trešo pušu sertifikācijas sistēmu — ilgtspējīgas godīgās tirdzniecības vadības sistēmu.

Ir grūti nošķirt NVO ieviestas mērķtiecīgas darbības, proti, darbības, kas galvenokārt paredzētas ilgtspējīgas attīstības veicināšanai, no vispārīgām iniciatīvām, kas galvenokārt vērstas uz peļņas gūšanu, tomēr mēģina īstenot ilgtspējas mērķus. Piemēram, lielveikali piedāvā savus godīgās tirdzniecības zīmolus līdzās citiem godīgās tirdzniecības sertificētiem produktiem.

II PIELIKUMS

1999. GADA PAZIŅOJUMS PAR GODĪGO TIRDZNICĪBU

1999. gada paziņojumā uzsvērtie jautājumi tika aplūkoti dažādos līmeņos. Eiropas mērogā Eiropas Parlamenta 2006. gada ziņojumā (t.s. Šmita ziņojums) un Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas (EESLK) 2005. gada izziņojumā atzinumā iepazīstināja ar apsvērumiem saistībā ar godīgo tirdzniecību un līdzīgām privātām ilgtspējas sistēmām. Eiropadome 2006. gada jūnijā pieņēma atjaunoto ilgtspējīgas attīstības stratēģiju un iekļāva godīgo tirdzniecību aicinājumā dalībvalstīm veicināt ilgtspējīgus produktus²¹.

Jautājumi saistībā ar ilgtspējas marķēšanu tika aplūkoti daudzos EK politikas dokumentos, tādos kā, piemēram, paziņojums par lauksaimniecības izejvielu ražošanas ķēdēm, nabadzību un atkarību, ES politika Āfrikai, rīcības plāns kokvilnas nozarē, atbalsts tirdzniecības stratēģijai, ko Padome pieņēma 2007. gadā, un Komisijas Zaļā grāmata par lauksaimniecības produktu kvalitāti (2008. gada oktobris)²². Tomēr visaptverošākais Komisijas nostājas atspoguļojums par godīgo tirdzniecību joprojām atrodams 1999. gada paziņojumā.

Paziņojumā ir uzsvērti trīs galvenie jautājumi: i) godīgās tirdzniecības un ētiskās tirdzniecības attīstība ir jāaplūko saskaņoti; ii) ar godīgo tirdzniecību jāveicina ilgtspējīga attīstība, izmantojot brīvprātīgu dalību, un EK iesaistē jāņem vērā PTO pienākumi; un iii) ar sistēmām jāapmierina jaunattīstības valstu ražotāju vajadzības un jānodrošina patērētājiem iespēja pieņemt lēmumus, pamatojoties uz pienācīgu informāciju.

21 <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/06/st10/st10117.en06.pdf>, 13. lpp.

22 Komisijas 2008. gada Zaļajā grāmatā par lauksaimniecības produktu kvalitāti godīgās tirdzniecības jautājums aplūkots saistībā ar pārtikas kvalitātes sertifikācijas sistēmām. Drīzumā plānots Komisijas paziņojums par šo pašu jautājumu. Zaļā grāmata par lauksaimniecības produktu kvalitāti — produktu standarti, lauksaimniecībai noteiktās prasības un kvalitātes shēmas, COM (2008) 641, galīgā redakcija, 15.10.2008.

III PIELIKUMS

KRITĒRIJI SAISTĪBĀ AR LABU LAUKSAIMNIECĪBAS UN UZŅĒMUMU PRAKSI, KĀ ARĪ SOCIĀLIE UN VIDES KRITĒRIJI

Šī daļa attiecas uz paziņojuma trešo sadaļu, un tajā sniegti piemēri tam, kā, izmantojot sertificētus produktus, var palielināt patērētāju izpratni par ilgtspējas jautājumiem.

Parasti sertifikācijas sistēmās iekļauj kritērijus, kuri saistīti ar labu lauksaimniecības un uzņēmējdarbības praksi, kā arī ar sociālajiem un vides kritērijiem. Sertifikācijas organizācijas *Utz Certified* rīcības kodeksā, kas attiecas uz kafiju un kas jāattiecina uz kakao, tēju un palmu eļļu, ir tādi elementi kā standarti uzskaitvedībai, iespējami samazinātai un dokumentētai agroķīmijas izmantošanai augu aizsardzībā, darbaspēka tiesību aizsardzībai un darba ņēmēju un viņu ģimeņu piekļuvei veselības aprūpei un izglītībai. Sociālajā jomā darba ņēmēju aizsardzības pamatā ir gan valstu likumi, gan *ILO* konvencijas, gan arī tādi aspekti kā mājoklis, tīrs dzeramais ūdens un darba ņēmēju apmācība. Vides kritēriji attiecas uz augsnes erozijas novēršanu, ūdens izmantošanu, enerģijas izmantošanu un ilgtspējīgiem energoresursu avotiem, kā arī mežu izciršanu.

Citas privātas sistēmas ir vairāk veltītas vides aspektiem — par to liecina jau nosaukums *Rainforest Alliance*, lai gan patiesībā *RA* sertifikācijas sistēma apvieno gan vides, gan sociālos aspektus:

- sociālā un vides pārvaldības sistēma;
- ekosistēmu saglabāšana;
- dzīvās dabas aizsardzība;
- ūdens aizsardzība;
- godīga attieksme pret darba ņēmējiem un labi darba apstākļi;
- veselība un drošība darbā;
- attiecības ar kopienām;
- integrētā augu apsaimniekošana;
- augsnes apsaimniekošana un saglabāšana;
- integrētā atkritumu apsaimniekošana.

Trešais veids, kas norādīts ziņojuma 3. sadaļā, ir standarti, kas izveidoti ar mērķi piemērot “visā nozarē”, nevis tikai vienā kritisku patērētāju nišas tirgū. Piemērs šāda veida iniciatīvai ir asociācija *Common Code for the Coffee Community (4C)* jeb Kopējais kafijas kopienas kodekss, kas pēdējos piecos gados bija ilgtspējīgas attīstības pamatā vispārējā kafijas nozarē. Asociācijas *4C* standartos izmantoti Apvienoto Nāciju Organizācijas Tūkstošgades attīstības mērķi, un ar tiem izslēdz sliktākās sociālās, vides un ekonomiskās prakses formas negraudētas kafijas ražošanā, apstrādē pēc ražas novākšanas un tirdzniecībā. Definīciju pamatā galvenokārt ir ANO cilvēktiesību deklarācija, kā arī spēkā esošās ANO konvencijas

un standarti un parasti arī valstu tiesību akti. Tiklīdz 10 sliktākās prakses formas ir novērstas, dalībniekiem pakāpeniski jāuzlabo citi kodeksā noteiktie parametri.

IV PIELIKUMS

Procesa jautājumu spektrs saistībā ar patērētāju garantijas sistēmām; tos noteikusi Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja

a) Sistēmas vadība

Kura struktūra veic galveno kontroli?

b) Sistēmas mērķi

Vai mērķi ir skaidri definēti?

c) Sistēmas joma

Vai sistēmā risināta “problēma” saskaņā ar tās parasto definīciju?

d) Sistēmas standarti vai noteikumi

Vai sistēmā noteiktie un uzraudzītie standarti atbilst mērķiem?

e) Ietekmes novērtējums

Vai ir uzticams novērtējums par sistēmas ietekmi, ievērojot mērķus?

f) Neatkarīga pārskatīšana

Vai ir veikta neatkarīga sistēmas darbības pārskatīšana?

g) Izmaksu un ieguvumu analīze

Vai ir izveidots process, lai uzraudzītu un novērtētu sistēmas izmaksas, kuras jāsedz piegādātājiem, tirgotājiem un patērētājiem, salīdzinājumā ar panākumiem mērķu sasniegšanā?

h) Publiskie apgalvojumi

Vai publiskie apgalvojumi, ko izsaka uzņēmumi vai piegādātāji, atbilst sistēmas mērķiem, standartiem un rezultātiem?

V PIELIKUMS

Tematiskās programmas “Līdzfinansējums ar Eiropas NVO” un “Nevalstiski dalībnieki un vietējās iestādes attīstībā”

2007. un 2008. gada projekti, tostarp Godīgās tirdzniecības veicināšana kā mērķis un/vai darbība

Līguma gads	Nosaukums	Līgumslēdzēja puse	Valstspiederība	Budžets	DAC Code
2008	<i>ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE INICIATIVAS COMUNITARIAS PRODUCTIVAS ACORDES CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE</i>	FUNDACION TIERRA VIVA	Venezuela	49968	15150
2008	<i>COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA Y COMERCIAL DE LA RED DEPARTAMENTAL DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE HABA CONVENCIONAL Y ORGÁNICA (ASOHABA) EN EL MERCADO COMUNITARIO Y DE COMERCIO JUSTO</i>	CREDI FUTURO ASOCIACION		380000	43040
2008	<i>Cafe amigable con la naturaleza Santa Cruz - Bolivia</i>	ASOCIACION CENTRO DE PROMOCION AGROPECUARIA CAMPESINA	Bolivia	515267	43040
2008	<i>OntunLan, N"do Botor - Turismo Socialmente responsavel no sector de Quinhamel</i>	INSTITUTO MARQUES DE VALLE FLOR FUNDACAO	Portugal	496389,32	33210
2008	<i>Espaço por um Comércio Justo: alternativas em rede</i>	CENTRO DE INFORMACAO E DOCUMENTACAOAMILCAR CABRAL ASSOCIACAO	Consortium	370011,99	15150
2008	<i>Decent Life - decent work. Enhancing international strategies and policies of trade unions</i>	SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH	Consortium	662264	99820
2008	<i>Mobilizing for a sector dialogue for the improvement of working conditions in the globalized toy industry</i>	SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH	Consortium	929043	99820
2008	<i>F.R.A.M.E. (Fair and Responsible Action in MEiterranean area)</i>	CONSORZIO CTM-ALTROMERCATO SOCIETACOOOPERATIVA	Consortium	494821	99820
2008	<i>Network Sustainable Consumption</i>	SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH	Consortium	647023	99820

2008	<i>Creating Coherence. Trade for Development: Development Aid for Trade</i>	MOVIMENTO PER L AUTOSVILUPPOL INTERSCAMBIO E LA SOLIDARIETA	Consortium	968233	99820
2008	<i>A NETWORK FOR THE DEVELOPMENT</i>	PROVINCE OF PESARO AND URBINO	Consortium	115621	99820
2008	<i>Frauen und Globalisierung: Decent work for ALL! – Informations- und Mobilisierungskampagne für menschenwürdige Arbeit für Frauen in der globalen Exportindustrie am Beispiel Bekleidung</i>	CHRISTLICHE INITIATIVE ROMERO EV	Consortium	720446	99820
2008	<i>Verantwortliche Öffentliche Beschaffung und Menschenwürdige Arbeit JETZT!– Öffentlichkeits-, Bewusstseins- und Lobbykampagne zur Durchsetzung sozialer und ökologischer Beschaffung von Öffentlicher Hand und privaten Institutionen</i>	CHRISTLICHE INITIATIVE ROMERO EV	Consortium	701163	99820
2008	<i>Local capacity building for Fairtrade in Sweden, Finland and Estonia</i>	FORENINGEN FOR RATTVISEMARKT SVERIGE	Consortium	823148	99820
2008	<i>Network of Schools and Local Communities contributing to the achievement of the MDGs</i>	POLSKA AKCJA HUMANITARNA	Consortium	999000	99820
2008	<i>Fair Flowers - a gift to all involved. Raising the awareness of local authorities, consumers and traders on the production of cut flowers in developing countries</i>	FIAN FOODFIRST INFORMATIONS & AKTIONS NETWERK SEKTION DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND EV	Consortium	669087	99820
2008	<i>A case for poverty reduction: Consumer awareness and action in 6 EU member states</i>	CONSUMERS INTERNATIONAL LBG	Consortium	857713	99820
2008	<i>Introducing the MADE-BY label for sustainable fashion in the United Kingdom</i>	STICHTING INTERKERKELIJKE AKTIE VOOR LATIJNS AMERIKA SOLIDARIDAD	Consortium	770000	99820
2008	<i>La sensibilisation sur les interdépendances entre Nord et Sud : un enjeu pour la mobilisation des citoyens européens en faveur du développement.</i>	ASSOCIATION FRERES DES HOMMES	France	789205,5	99820
2007	<i>Export Trade from Kenya – Enabling the poor to share the fruits.</i>	AFRICA NOW LBG	Royaume-Uni	408000	31191
2007	<i>Appui aux familles vulnérables dans deux zones cotonnières du Mali</i>	ASSOCIATION VETERINAIRES SANS FRONTIERES - CENTRE INTERNATIONAL DE COOPERATION POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE VSF CICDA	France	740614,53	43040
2007	<i>Empowering Emerging Farmers through fair trade development in South Africa</i>	STICHTING INTERKERKELIJKE AKTIE VOOR LATIJNS AMERIKA SOLIDARIDAD	Pays-Bas	1000000	33120
2007	<i>PUBLIC AFFAIRS - Mobilising action for Fair Trade Public Procurement</i>	STICHTING EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION	The Netherlands	568200	99820

2007	<i>Campaign for sustainable purchasing of computers: Making public purchasing in Europe work for development by raising awareness of the working conditions and environmental issues in the global supply chain of computers.</i>	WELTWIRTSCHAFT, OKOLOGIE & ENTWICKLUNG - WEED EV	Germany	1038334,5	99820
2007	<i>Enlarging FAIR</i>	PANGEA - NIENTE TROPPO SOCIETA COOPERATIVA SOCIALE SCSARL	Italy	448198,2	99820
2007	<i>Expanding Fair Trade Awareness in Slovakia and the Czech Republic</i>	NADACIA INTEGRA	Slovakia	202779	99820
2007	<i>Fair consumption</i>	MAGOSFA KORNYEZETI NEVELESI ES OKOTURISZTIKAI ALAPITVANY		99880,26	99820
2007	<i>Supermarkets, supply chains and poverty reduction</i>	WAR ON WANT	United Kingdom	360000	99820
2007	<i>Decent work, trade and development: raising awareness among trade unions and women's groups of the employment implications of international trade relations</i>	WAR ON WANT	United Kingdom	720000	99820
2007	<i>Education for Global Sustainability, Responsible Consumption and Fair Trade</i>	UUSI TUULI RY		496579,78	99820
2007	<i>FEEDING AND FUELLING EUROPE</i>	MAGYAR TERMESZETVEDOK SZOVETSEGE	Hungary	1078521,66	99820
2007	<i>Médiatiser la face invisible du développement</i>	ASSOCIATION COMITE FRANCAIS POUR LASOLIDARITE INTERNATIONALE	France	346591,06	99820
				19.466.102,80	