

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinums par tematu "Pārtikas produktu taisnīga tirdzniecība: pašregulējums vai tiesiskais regulējums?" (pašiniciatīvas atzinums)

(2009/C 318/06)

Ziņotājs: **Hervé COUPEAU**

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja saskaņā ar Reglamenta 29. panta 2. punktu 2008. gada 10. jūlijā nolēma sagatavot pašiniciatīvas atzinumu par tematu

"Pārtikas produktu taisnīga tirdzniecība: pašregulējums vai tiesiskais regulējums?".

Par Komitejas dokumenta sagatavošanu atbildīgā Lauksaimniecības, lauku attīstības un vides specializētā nodaļa savu atzinumu pieņēma 2009. gada 2. septembrī. Ziņotājs — *Hervé COUPEAU* kgs.

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja 456. plenārajā sesijā, kas notika 2009. gada 30. septembrī un 1. oktobrī (1. oktobra sēdē), ar 164 balsīm par, 1 balsīm pret un 4 atturoties, pieņēma šo atzinumu.

1. Secinājumi.

1.1. Lauksaimniecības produktu taisnīgas tirdzniecības mērķis ir ieviest starptautiskās tirdzniecības līmenī tirdzniecības ienākumu taisnīgāka sadalījuma principu, lai attīstības valstu ražotājiem ļautu

— uzsākt ekonomikas attīstību (ražošanas nozaru strukturēšana, nozaru organizēšana u.c.);

— uzsākt sociālo attīstību (izveidot veselības aizsardzības, izglītības struktūras u.c.);

— uzsākt vides pārvaldību (bioloģiskās daudzveidības aizsardzība, CO₂ emisiju pārvaldība u.c.).

1.2. Eiropā ir vislielākais taisnīgas tirdzniecības tirgus, kas veido aptuveni 65 % no pasaules tirgus. Produktus pārdod, izmantojot katalogus preču pasūtīšanai pa pastu, tirdzniecību internetā, ar produktu piegādātāju starpniecību un iestāžu, kopienu un uzņēmumu mazumtirdzniecības veikalos, kuru kopskaits 25 valstīs pārsniedz 79 000. Minēto produktu apgrozījums 2008. gadā pārsniedza 1,5 miljardus *euro*. Pārdošanas apjoms pieaug samērā stabili, par aptuveni 20 % gadā. Tomēr minētais skaits ir ļoti pieticīgs, salīdzinot ar Eiropas lauksaimniecības pārtikas rūpniecības apgrozījumu, kas 2007. gadā bija 913 000 miljardi *euro*.

1.3. Attiecībā uz sertifikāciju ir divas savstarpēji papildinošas pieejas: uz produktu orientēta pieeja (*FLO*, kurā ir noteikti standarti 18 pārtikas produktu kategorijām) un uz procesu orientēta pieeja (*WFTO*, ar ko sertificē galveno taisnīgas tirdzniecības organizāciju piegādes ķēdi un vadības sistēmu gan rūpnieciski attīstītās valstīs, gan attīstības valstīs). Abām minētajām pieejām raksturīgs augsts garantijas līmenis patērētājiem un zems ļaun-

prātīgas izmantošanas līmenis no to uzņēmumu puses, kas cenšas savtīgi izmantot šādu ētiskas tirdzniecības veidu, neizpildot lielāko starptautisko attīstības aģentūru apstiprinātos kritērijus.

1.4. Sertifikācija efektīvi veicina taisnīgu tirdzniecību un aizsargā mazos un vidējos uzņēmumus, kas vēlas tajā iesaistīties.

1.4.1. Minētajā sertifikācijā ir ņemts vērā taisnīgas tirdzniecības daudzdimensiālais raksturs:

— tirdzniecības aspekts: veicināt līdzsvarotas attiecības ar neizdevīgā situācijā esošiem ražotājiem un darba ņēmējiem dienvi-

— attīstības aspekts: nostiprināt ražotāju organizācijas finanšu, tehniskajā un darbības jomā,

— izglītošanas aspekts: sniegt dienvi-
votājiem informāciju un veicināt viņu izpratni,

— politiskais aspekts: veicināt tradicionālās starptautiskās tirdzniecības taisnīgākus noteikumus.

1.4.2. Lai gan pašregulējuma jomā ir gūti panākumi, EESK vēlas vērēt uzmanību uz nepieciešamību veidot minēto modeli, balstoties uz Eiropas sertificēšanas sistēmu, kurā cita starpā noteikta prasība, lai atbilstību tehniskajām specifikācijām pakļautu ārējai kontrolei, ko veic neatkarīga un šim nolūkam akreditēta iestāde, protams, neskarot prasību obligāti ievērot vispārējos tiesību aktus, kas piemērojami pārtikas produktu tirgū.

2. Ievads.

2.1. Šajā atzinumā īpaši ir aplūkota taisnīgas tirdzniecības būtība, proti, alternatīvas tirdzniecības partnerattiecības, kas saista ražotāju un patērētāju un kuras pēdējos gadu desmitos ir izveidojušas taisnīgas tirdzniecības kustībā. Atzinumā nav izskatītas citas programmas, kuru mērķis ir nodrošināt vairāk vai mazāk ilgtspējīgu tirdzniecību, jo tās neatbilst visiem 1.4.1. punktā minētajiem kritērijiem.

2.2. Taisnīga tirdzniecība tika attīstīta ar tālejošu uzdevumu veidot tirdzniecības attiecības ar attīstības valstu ražotājiem, kas ir atstumti no starptautiskās tirdzniecības. Ilgtspējīgas attīstības perspektīvā taisnīga tirdzniecība risina nozīmīgas sabiedrības problēmas dienviņu valstīs. Tās mērķis ir mazināt nabadzību, piemēram, atbalstot ražotāju organizācijas. Savukārt ziemeļu valstīs tā cenšas veicināt ilgtspējīgāku patēriņa modeli.

2.3. Šajā nozarē, kas vēl ir jauna un pastāvīgi attīstās, notiek strauja izaugsme, un Eiropas patērētāji tai pievērš arvien lielāku uzmanību.

2.4. Lai gan patērētāji pieņem taisnīgas tirdzniecības koncepciju, tomēr viņu uzticība vēl ir jānostiprina, jo daudzi atzīst, ka viņiem trūkst informācijas un viņi varētu uzskatīt, ka lielle uzņēmumi vai lielveikali var rīkoties negodīgi.

2.5. Specializētās izplatīšanas sistēmas ir nozīmīgi taisnīgas tirdzniecības produktu noieta tirgi. Šīs struktūras ir daudzveidīgas, maza apjoma un patērētāji tās ir iecienījuši.

3. Vispārēja informācija.

3.1. 1948. gada Vispārējās cilvēktiesību deklarācijas 23. pantā ir noteikts: "Katram strādājošajam ir tiesības uz taisnīgu un apmierinošu darba algu, kas nodrošina cilvēka cienīgu dzīvi viņam un viņa ģimenei".

3.2. Darbība taisnīgas tirdzniecības jomā tika uzsākta piecdesmitajos gados Amerikas Savienotajās Valstīs, pēc tam — Apvienotajā Karalistē un visbeidzot — pārējā Eiropas teritorijā. Taisnīgas tirdzniecības pamatā ir apziņa par sociālo kaitējumu un kaitējumu videi, ko nodara rūpnieciski attīstīto valstu importēšanas ķēdes.

3.3. UNCTAD (Apvienoto Nāciju Organizācijas Tirdzniecības un attīstības konference) 1964. gadā nosodīja netaisnīgu tirdzniecību un brīdināja starptautisko sabiedrību, ka starptautiskās tirdzniecības noteikumi ir nepieņemami no cilvēciskā un sociālā viedokļa. Dienviņu valstis uzsver taisnīgākas tirdzniecības nepieciešamību ("tirdzniecība, nevis palīdzība").

3.4. Daži nozīmīgi datumi saistībā ar taisnīgu tirdzniecību:

- 1860. gads — publicēta *Eduard Douwes Dekker* grāmata "*Max Havelaar*";
- pagājušā gadsimta četrdesmito gadu beigās — Amerikas Savienotajās Valstīs *Ten Thousand Villages* un *SERRV* sāk tirdzniecību ar valsts dienviņu daļas nabadzīgajām kopienām;
- pagājušā gadsimta piecdesmito gadu beigās — *OXFAM UK* Lielbritānijas veikalos pārdod Ķīnas bēgļu darinātos amatniecības izstrādājumus;
- 1957. gads — Nīderlandes katoļu jaunieši izveido apvienību, kuras mērķis ir importēt attīstības valstīs ražotos produktus;
- 1964. gads — *OXFAM UK* izveido pirmo alternatīvās tirdzniecības organizāciju (*ATO*);
- 1967. gads — Nīderlandē izveido pirmo taisnīgas tirdzniecības organizāciju;
- 1969. gads — Nīderlandē atver pirmo taisnīgas tirdzniecības veikalu;
- 1971. gads — Bangladešā izveido pirmo taisnīgas tirdzniecības kooperatīvu ("*jute work*");
- 1973. gads — Nīderlandē taisnīgā tirdzniecībā uzsāk pārdot kafiju;
- 1988. gads — pirmo reizi marķējumu "taisnīga tirdzniecība" ar *Max Havelaar* nosaukumu piešķir kafijai;
- 1989. gads — izveido Starptautisko alternatīvās tirdzniecības apvienību (*IFAT*), kas vēlāk kļūst par Pasaules taisnīgas tirdzniecības organizāciju (*WFTO*);
- 1990. gads — izveido Eiropas taisnīgas tirdzniecības apvienību (*EFTA*);
- 1993. gads — Vācijā izveido marķēšanas organizāciju *Transfair*;
- 1994. gads — taisnīgā tirdzniecībā uzsāk pārdot tēju;
- Eiropā izveido pasaules veikalu tīklu (*NEWS*);
- 1996. gads — Nīderlandē taisnīgā tirdzniecībā uzsāk pārdot banānus;

- 1997. gads — apvienojas marķēšanas organizācijas (*Max Havelaar, Transfair, Rattvisemarkt, Faire Trade* u.c.), nodibinot Taisnīgas tirdzniecības marķēšanas organizāciju (*FLO*); *Monoprix* un *Auchan* apņemas pārdot kafiju taisnīgā tirdzniecībā;
- 1998. gads — taisnīgas tirdzniecības organizācijas (*FLO, IFAT, NEWS* un *EFTA*) apvienojas, izveidojot *FINE*;
- 2004. gads — dažās Francijas ēdnīcās uzsāk pārdot produktus taisnīgā tirdzniecībā.

3.5. Pasaules tirdzniecības organizācijas noteikumos nav ņemts vērā ne cilvēcisks, ne sociālais, ne vides faktors. Nepieciešamība izmainīt šādu stāvokli liek cilvēkiem atbalstīt tirdzniecības attiecības, kurās ņemtas vērā cilvēciskās vērtības. Viņi uzskata, ka taisnīga tirdzniecība ir pierādījums tam, ka pasauli ir iespējams mainīt. Taisnīga tirdzniecība veicina pārredzamību, labu pārvaldību un atbildību un tādējādi sekmē ilgtspējīgu attīstību.

4. Apraksts.

4.1. Taisnīgas tirdzniecības un plašākā nozīmē ētiska, atbildīga un pilsoniska patēriņa uzdevums ir noteikt līdzekļus, lai saglabātu gūtos panākumus iedzīvotāju vidū,

- nodrošinot taisnīgas tirdzniecības pārredzamību, atpazīstamību un izpratni par tās darbību;
- nodrošinot, ka pirkšana veicinās lauksaimniecības attīstību attīstības valstīs.

4.2. EESK atzīmē, ka, izstrādājot taisnīgas tirdzniecības standartus, ir ņemtas vērā darba ņēmēju pamattiesības (ILO), ievēroti vides standarti un bioloģiskā daudzveidība, kā arī lielāka peļņa ražotājiem starptautiskajās tirdzniecības attiecībās.

4.3. Vārdu savienojumu “taisnīga tirdzniecība” daži varētu uzskatīt par pretrunīgu, jo tirgus likumos nav ņemtas vērā cilvēciskās vērtības. Taču tirdzniecības un sociālā dialoga savienošana, izvirzot mērķi panākt lielāku taisnīgumu pasaules tirdzniecībā, būs 21. gadsimta problēmjautājums, kura risināšanā EESK vēlētos sniegt savu ieguldījumu. Tādējādi iespējams veicināt ilgtspējīgu attīstību, nodrošinot labākus tirdzniecības apstākļus un garantējot to ražotāju un darba ņēmēju tiesības, kas nav ņemti vērā Dohas sarunu kārtā.

4.4. Jaunu marķējumu un rīcības kodeksu ieviešana, ko uzsāka jaunie dalībnieki, aizstāvēt tiesības uz taisnīgu praksi, vienlaikus rada apjukumu patērētāju vidū. Vājinot koncepciju, tās principus un pamatkritērijus, atsaucies un garantijas sistēmu daudzveidība pieļauj oportunistisku tirdzniecības režīmu, kura pamatā ir garantijas sistēmas, kas ir mazāk aprgrūtinātas tiem, kas sedz izmaksas (bieži vien pakārtotajā nozarē), bet kuri sniedz arī mazāku atbalstu jaunās tirgus ekonomikas valstu attīstībai. Komiteja vēlas, lai starptautisko sertifikāciju veiktu taisnīgas tirdzniecības organizācijas (sk. iepriekš minētos priekšlikumus par terminoloģiju), ar nosacījumu, ka tiek nodrošināta neatkarīgas un akreditētas uzraudzības iestādes izveide un spēkā esošo pārtikas aprites tiesību aktu ievērošana.

4.5. EESK aicina nodrošināt, lai visi taisnīgas tirdzniecības produkti atbilstu vieniem un tiem pašiem kritērijiem visās Eiropas Savienības valstīs. Pašlaik Eiropā nav taisnīgas tirdzniecības oficiālas definīcijas, kam būtu tiesisks spēks. EESK vēlas atbalstīt kopīgu definīciju, kuru ir pieņēmis *FINE* (tikls, ko veido *FLO, IFAT, NEWS!* un *EFTA*) un kuru Eiropas Komisija ir izmantojusi nesenojā paziņojumā par taisnīgu tirdzniecību: ⁽¹⁾

“Taisnīga tirdzniecība ir tirdzniecības partnerība, kuras pamatā ir dialogs, pārredzamība un cieņa un kuras mērķis ir panākt lielāku taisnīgumu pasaules tirdzniecībā. Tā veicina ilgtspējīgu attīstību, piedāvājot labākus tirdzniecības apstākļus un nodrošinot atstumto ražotāju un darba ņēmēju tiesības, it īpaši planētas dienvidos.

Taisnīgas tirdzniecības organizācijas (ko atbalsta patērētāji) apņemas atbalstīt ražotājus, informēt sabiedrisko domu un rīkot kampaņas, lai sekmētu pārmaiņas tradicionālās starptautiskās tirdzniecības noteikumos un praksē.”

5. Ražotāji (principi).

5.1. Taisnīga tirdzniecība nodrošina labāku atalgojumu ražotājiem, balstoties uz stabilitāti un pietiekamu ienākumu apjomu, lai nodrošinātu cilvēka cienīgu dzīvi, kā to ir noteikušas attiecīgās valsts vai reģiona ražotāju organizācijas un arodbiedrības.

5.2. Cena jānosaka, ņemot vērā vidējās ražošanas izmaksas un

- vietējā darbaspēka ieguldīto laiku un darba samaksas likmi, kas noteikta, lai nodrošinātu pienācīgu dzīves līmeni;

⁽¹⁾ COM(2009) 215 galīgā redakcija.

— vidēja termiņa un ilgtermiņa investīcijas, kas vajadzīgas, lai ievērotu taisnīgas tirdzniecības saimnieciskos, vides un sociālos standartus;

— tirgus analīzi;

— taisnīgas tirdzniecības dalībnieku lielākās daļas izvēli: iepriekšēju finansējumu 60 % apmērā ražotājiem pirms ražas novākšanas, kā arī ražotāju un izplatītāju attiecību nostabilizēšanu, lai nodrošinātu noieta tirgu ražotājiem un piegādi izplatītājiem.

5.3. Taisnīgajā tirdzniecībā jāizvirza tādas prasības kā atteikšanās no darbaspēka, tostarp bērnu, ekspluatēšanas un Starptautiskās Darba organizācijas (ILO) normu ievērošana, pat ja tas nav noteikts attiecīgās valsts tiesību aktos sociālajā jomā.

5.4. Taisnīga tirdzniecība nodrošina daļēju priekšapmaksu par pārtikas produktiem, lai ražotāji varētu finansēt izejvielas.

5.5. Pārtikas produktu ražošanas procesā obligāti jārespektē vide, dabas resursi un Eiropas Savienībā spēkā esošie tiesību akti.

5.6. Taisnīga tirdzniecība ļauj radīt sociāli lietderīgas darba vietas gan sākotnējā, gan vēlākajos posmos (un ļauj arī visnesabilākajā situācijā nonākušajiem rast pasīvu darbību).

5.7. Taisnīga tirdzniecība nodrošina patiesu izsekojamību un pilnīgu, pastāvīgu un publisku pārredzamību visos ražošanas posmos (apstākļi, cenas, uzņemums utt.)

5.8. Taisnīgajai tirdzniecībai jāveicina jaunas solidāras ekonomikas izveide ilgtspējīgas attīstības perspektīvā.

5.9. Taisnīgajā tirdzniecībā nav jāvērtē tikai labo nodomu pasludināšana, bet gan konkrētas saistības un darbība.

5.10. Taisnīga tirdzniecība ir vispārātzīts risinājums, lai īstenotu jaunu pasaules pārtikas politiku, respektējot cilvēciskās vērtības.

6. Produkti.

6.1. Taisnīgajā tirdzniecībā lielāko apgrozījuma daļu veido pārtikas produkti. Šo produktu klāsta priekšgalā ir kafija, taču tostarp jāmin arī tēja, šokolāde, žāvētie augļi, garšvielas, rīsi, graudaugi, cukurs, medus, ievārijums. Svaigie produkti taisnīgas tirdzniecības izplatīšanas sistēmās parādījās nesen un to īpatnība joprojām ir nenozīmīga lēnā apgrozījuma dēļ. Tomēr, kopš patērētāju kooperatīvi un citi privātie mazumtirgotāji ir uzsākuši taisnīgas tirdzniecības produktu realizāciju, vērojams nozīmīgs to pārdošanas apjoma pieaugums.

6.2. Taisnīgai tirdzniecībai, kuras mērķis ir veicināt attīstības valstu mazo ražotāju apstākļu uzlabošanu, būtu jānodrošina iespēja izveidot pārtikas produktu ražošanas ķēdes, lai radītu sociāli ilgtspējīgas darba vietas.

6.3. Taisnīgajai tirdzniecībai jāspēj uzsvērt nepieciešamību ietekmēt svarīgākās nozares, lai minētajam procesam piešķirtu lielāku politisku nozīmi, vienlaikus ievērojot ražotāju intereses.

7. Galvenās valstis.

7.1. Visas valstis, kas ir iesaistījušās lauksaimniecības produktu taisnīgā tirdzniecībā ir dienvidu valstis. Taisnīgā tirdzniecība ar savas relatīvās pārredzamības starpniecību ir uzsvērusi to, ka ražotāja rīcībā nonāk tikai neliela daļa no patērētāju maksātās pirkšanas cenas (no katriem 100 euro tikai 20 nonāk atpakaļ vietējā ekonomikā), un to, cik daudz no pievienotās vērtības (piemēram, pārstrādē un mazumtirdzniecībā) paliek attīstītajās valstīs. Galvenais jautājums ir par to, vai taisnīga tirdzniecība spēj radīt paliekošas izmaiņas starptautiskās tirdzniecības noteikumos.

8. Tiesiskais regulējums vai sertifikācija.

8.1. Komiteja uzskata, ka sertifikācija ir vislabākā garantija patērētājiem. Sertifikācija ir pārbaudes process, ko veic akreditēta iestāde, kas ir neatkarīga un objektīva trešā persona (saskaņā ar akreditācijas procesu), lai novērtētu, vai pakalpojums, produkts vai process atbilst specifikācijā (šī specifikācija var būt, bet var arī nebūt obligāta) minētajām prasībām. Tādā sertifikācija un akreditācija ir divas pārbaudes procedūras: akreditācija pārbauda kompetenci, savukārt sertifikācija pārbauda atbilstību specifikācijai. Taisnīgas tirdzniecības un plašākā nozīmē ētiska, atbildīga un pilsoniska patēriņa uzdevums ir noteikt, ar kādiem līdzekļiem iespējams saglabātu gūtos panākumus iedzīvotāju vidū, kas ļautu:

- 1) garantēt taisnīgas tirdzniecības pārredzamību, atpazīstamību un izpratni par tās darbību. Šajā jomā jāveic informatīvs darbs, lai izskaidrotu tās saturu un uzdevumus;
- 2) garantēt, ka pārtikas produkta pirkums nesīs labumu ciematam, ciemata iedzīvotājiem un attīstības valstu lauku saimniecību attīstībai.

8.2. Tāpēc taisnīgā tirdzniecība ir izveidojusi garantijas sistēmas, bet šo sistēmu leģitimitātes pamatā ir vienošanās un dažādu ieinteresēto pušu iesaistīšanās.

— FLO izveidotā garantijas sistēma nosaka specifikācijas produktiem;

— WFTO izveidotās specifikācijas un atsaucēs sistēmas ir vērstas uz taisnīgajā tirdzniecībā iesaistītās struktūras praksi.

8.3. FLO un WFTO cenšas izstrādāt savu garantijas sistēmu papildināmību. Tas nozīmē, ka jāatrod konverģence un saskaņotība starp minētajām pieejām. Pašlaik tas aprobežojas ar stāvokļa novērtējumu.

8.4. Minētās pārbaudes sistēmas ir ļoti svarīgas. Augsts garantiju līmenis ir būtisks, lai izvairītos no dažādu tiesību aktu skaita palielināšanās ziemeļu valstīs un lai aizsargātu patērētāju intereses. Taisnīgas tirdzniecības organizācijas jau ir noteikušas starptautisku prasību kopumu un vienojušās par Taisnīgas tirdzniecības principu hartu; tām jāturpina sadarbība, lai izveidotu ražotājiem kopīgu sertificēšanas sistēmu.

9. Nosacījumi, lai saņemtu palīdzību attīstības veicināšanai.

9.1. Taisnīga tirdzniecība sekmē nabadzības samazināšanu, vienlaikus saglabājot ilgtspējīgas attīstības pamatus.

9.2. Eiropas Savienības ārējā politika paredz atbalstu, lai veicinātu attīstības valstu lauksaimniecības uzplaukumu. Atbalstu mazajiem lauksaimniecības produktu ražotājiem, lai tie pievērstos taisnīgai tirdzniecībai, varētu noteikt par kritēriju subsīdiju piešķiršanā, tādējādi veicinot ilgtspējīgu attīstību minētajās valstīs.

10. Taisnīgas tirdzniecības problēmas.

10.1. Taisnīgas tirdzniecības pamatā neapšaubāmi ir tirdzniecības, sociālā, izglītības un politiskā dinamika, kas ir stimulējoša starptautiskajiem un vietējiem tirgus dalībniekiem.

10.2. Taisnīga tirdzniecība ir sociāli ekonomisks jauninājums, ko atbalsta pilsoniskā sabiedrība nolūkā mainīt starptautiskās tirdzniecības praksi, lai ņemtu vērā cilvēcisko aspektu. Tādēļ būtu

— jāsaglabā tās ietekme uz uzņēmumiem sociālās atbildības un atbildības par vidi jomā;

— jāsaskaņo tās sociālais pamats ar arodbiedrībām, patērētāju apvienībām, vides aizsardzības organizācijām, vietējo ražotāju arodbiedrībām;

— jāpaplašina un jādažādo tirgus, jo tirgotājiem jāpaplašina produktu klāsts un tīkli;

— labāk jāpārdala pievienotā vērtība ražotājiem;

— jāatbalsta dienviņu ražotāju organizācijas, lai nodrošinātu tām lielāku neatkarību;

— jāveicina vietējā attīstība un jāveicina pamattiesību, ekonomisko, sociālo un kultūras tiesību ieviešana;

— jābūt spējīgiem kopumā uzlabot tradicionālās tirdzniecības praksi un noteikumus.

11. "Taisnīga" arī Eiropas ražotājiem?

11.1. Visu taisnīgas tirdzniecības lauksaimniecības produktu izcelsmes valstīs ir attīstības valstīs. Tomēr daži produkti, piemēram, cukurs, vīns un banāni, tiek ražoti arī Eiropas valstīs, kurās ir ievērojami augstāki sociālie standarti, kas nozīmē, ka šādi produkti var būt dārgāki nekā attiecīgie sertificētie taisnīgas tirdzniecības produkti.

11.2. Lai izvairītos no minētās sarežģītās situācijas, vajadzētu izveidot šo nozaru ražotāju starptautisku organizāciju, lai atrastu visiem pieņemamus kompromisus.

12. Taisnīga tirdzniecība, jauna bāze ekonomikai.

12.1. Daudzas cilvēktiesību aizsardzības organizācijas nosoda starptautiskās tirdzniecības (PTO) piedāvātos risinājumus.

12.2. Pasaules līmenī taisnīgajā tirdzniecībā iesaistītie dažādie dalībnieki un ieinteresētās puses atšķiras gan kvalitatīvā, gan kvantitatīvā ziņā. Turklāt viņu spējas darboties dažādās taisnīgas tirdzniecības jomās piešķir nozīmi šādai darbībai un paver iespēju, ka minētajai tirdzniecībai būs ievērojama ietekme.

Briselē, 2009. gada 1. oktobrī

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas
priekšsēdētājs
Mario SEPI

I Pielikums

Ražotāju peļņa salīdzinājumā ar tradicionālo tirdzniecību

Tirdzniecība	Kafija	Darjeeling tēja	Cukurs	Kvinoja	Basmati rīsi
tradicionālā	5 %	7 %	2,5 %	6,7 %	6,5 %
taisnīga	17 %	9,5 %	3,8 %	8,5 %	9,5 %

II Pielikums

Piemēram, *Max Havelaar Thai* rīsu cenas sadalījums ir šāds:

- 15 % audzētājiem,
 - 26 % pārstrādes izmaksas,
 - 2 % nodokļi,
 - 57 % iepakojuma un izplatīšanas izmaksas.
-