



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 29.11.1999
COM(1999)619 slutlig

MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL RÅDET

om "*rättvis handel*"

MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL RÅDET

om "*rättvis handel*"

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Inledning.....	3
2. Begreppet <i>rättvis handel</i>	3
3. Hur fungerar <i>rättvis handel</i> i praktiken?.....	5
3.1. Den traditionella folkrörelsen för rättvisemärkt.....	5
3.2. Märkningsinitiativ	5
3.3. Nyckelorganisationer som är engagerade i <i>rättvis handel</i>	6
4. <i>Rättvis handel</i> i Europeiska unionen.....	7
4.1. Kommersiell aktivitet	7
4.2. Politisk aktivitet	8
4.3. Konsumenternas intresse	8
5. Pågående EU-verksamhet för att stödja <i>rättvis handel</i>	9
5.1. Ekonomiskt stöd till organisationer som är engagerade i <i>rättvis handel</i>	9
5.2. Annat ekonomiskt stöd.....	10
5.3. Lagstiftning	10
5.4. Annan tillhörande verksamhet för etisk handel och etiska regler	11
6. <i>Rättvis handel</i> , Världshandelsorganisationen och ökad global handel.....	12
7. Skäl för ytterligare EU-stöd till verksamhet för <i>rättvis handel</i>	13

1. INLEDNING

I artikel 177 i Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen fastställs att gemenskapens politik inom området utvecklingssamarbete skall främja:

- "en varaktig ekonomisk och social utveckling i utvecklingsländerna, särskilt i de mest missgynnade bland dessa,
- en harmonisk och successiv integration av utvecklingsländerna i världsekonomin,
- kampen mot fattigdomen i utvecklingsländerna."

Rättvis handel är ett exempel på utveckling genom handelsförbindelser och bättre handelsmöjligheter för att överbrygga gapet mellan industriländer och utvecklingsländer och för att underlätta integrationen av utvecklingsländerna i världsekonomin. Initiativ på området *rättvis handel* ger konsumenterna möjlighet att bidra till en varaktig ekonomisk och social utveckling i utvecklingsländerna genom sina köpbeslut.

Detta dokument har utarbetats i enlighet med det åtagande som kommissionen gjorde vid rådets möte i juni 1998 om att lägga fram ett meddelande om *rättvis handel*, och parlamentets begäran om ett meddelande (Fassa-betänkandet).

I dokumentet beskrivs begreppet *rättvis handel* och i korta drag den nuvarande situationen med sikte på att bidra till diskussionen om en eventuell handlingsplan som EU skulle kunna anta för att stödja utvecklingen av *rättvis handel* inom EU, och på så sätt bidra till huvudmålen i EU:s utvecklingspolitik i enlighet med artikel 177 i fördraget.

I detta meddelande ges därför en första grund utifrån vilken kommissionen kommer att utveckla sin ståndpunkt om *rättvis handel* och hur denna skall integreras i den befintliga gemenskapspolitiken.

2. BEGREPPET RÄTTVIS HANDEL

Begreppet *rättvis handel* har utvecklats i västvärlden under de senaste 40 åren, som en följd av en växande insikt om att de fördelar som tillväxt i handel ger inte nödvändigtvis delas av alla länder och alla befolkningsgrupper i ett land på ett jämförbart sätt.

Målet med *rättvis handel* är att garantera att producenterna får ett pris som motsvarar en skälig ersättning för deras insatser i fråga om kunskaper, arbete och resurser, och en andel av den totala vinsten som står i proportion till insatsen. Detta åstadkoms normalt genom att parterna i initiativ för rättvis handel kommer överens om att betala ett skäligt pris, vilket förhandlas från fall till fall. När varupriserna fastställs internationellt (t.ex. kaffe och kakao) fastställs även ett minimipris så att producenterna får en ersättning som ligger över världsmarknadspriset för deras produkter. Detta gör det möjligt för producenterna att införa bättre produktionssystem och arbetsförhållanden till nytta för jordbrukare och arbetare och miljön.

Rättvis handel ger utvecklingsländernas producenter större intäkter för deras varor och ökade möjligheter att hitta nya marknader. Genom detta bidrar *rättvis handel* till att ställa krav som kan höja den sociala och miljömässiga skydds nivån i utvecklingsländerna. I Europa skyddas medborgarna av gemenskapens lagstiftning och nationella lagar på området hälsa och säkerhet

i arbetet, miljöskydd, arbetsgivares och arbetstagares lagstadgade rättigheter och skyldigheter. Liknande lagstadgade rättigheter (till exempel de grundläggande arbetsrättsliga normerna i ILO:s deklARATION om grundläggande rättigheter i arbetet av den 18 juni 1998) håller fortfarande på att tas fram i utvecklingsländerna, och även då de finns kan det råda sådana ekonomiska eller andra förhållanden att det är svårt att garantera att lagarna efterlevs. Syftet med *rättvis handel* är att mildra dessa krav genom att stärka sund ekonomisk utveckling och hållbar tillväxt nerifrån och upp. Förhoppningen är också att *rättvis handel* skall minska några av de skillnader som vuxit fram under årtionden mellan industriländer och utvecklingsländer till följd av den relativa sänkningen av priserna på råvaror och särskilt på jordbruksvaror.

Rättvis handel är till exempel till särskild nytta för småproducenter, särskilt inom jordbruket och hantverkssektorn, eftersom småproducenter i utvecklingsländerna ofta lever i isolerade landsbygdsområden och inte framställer tillräckliga kvantiteter för att exportera direkt. Dessa blir beroende av mellanhänder för både försäljning av produkterna och när det gäller kreditmöjligheter. Vissa jordbrukare minskar detta beroende genom att bilda sina egna säljkooperativ, som gör det möjligt för dem att samla resurser och få tillgång till delad teknisk expertis och tekniska hjälpmedel, vilket ibland omfattar kommunala tjänster som sjukvårdskliniker och skolor. Alternativa handelsorganisationer (vilka beskrivs längre fram i detta dokument) kan utgöra en viktig länk i utvecklingen av ett framgångsrikt kooperativ genom att betala ett skäligt handelspris och genom att bidra med mycket varierande former av stöd, allt från hjälp till kooperativ att etablera sig som exportör till köp av en fax.

Initiativ när det gäller *rättvis handel* kan innefatta förskottsbetalningar till producenter och upprättande av avtalsmässiga förbindelser för att skapa säkerhet på längre sikt. På så sätt förbättras intäkterna, vilket underlättar planering och investeringar och producenterna får mer kontroll över de beslut som gäller bearbetning och saluföring av deras produkter. *Rättvis handel* kan också möjliggöra att en del av intäkterna används så att producenterna kan växa sig starka genom att bilda producentgrupper (tidigare beskrivna) och hjälpmedel för att öka värdet när det till exempel gäller bearbetning av kaffeböner. Det bör understrykas att vinster från *rättvis handel* går till ett samhälle som helhet och inte till enskilda personer.

Begreppet *rättvis handel* gäller särskilt handeln mellan utvecklingsländer och mer utvecklade stater. Det är inte direkt relevant för varor som producerats inom EU, där sociala och miljömässiga normer redan finns inskrivna i lagen. All inhemsk produktion, alla inhemska tillverkare och arbetstagare omfattas redan av ett socialt och miljömässigt skydd som är minst lika långtgående som för produkter inom *rättvis handel*.

Initiativ på området *rättvis handel* har sitt ursprung i privata icke-statliga organisationer. De är stimulansbaserade på så sätt att de är beroende av konsumenternas val och de styr inte handeln eller på annat sätt hindrar marknadstillträde i olika länder. Detta ger konsumenterna möjlighet att höja producenternas levnadsstandard och livskvalitet i utvecklingsländerna genom en hållbar marknadsinriktad handelsmekanism.

Det bör noteras att även om termen *rättvis handel* kan betraktas som en form av etisk handel används den vanligtvis med avseende på rättvis handel som stärker småproducenters och markägares ekonomiska situation, vilken annars kan marginaliseras i det traditionella handelsmönstret. Termen etisk handel används vanligtvis i fråga om insatser (till exempel etiska regler) som görs av multinationella företag som bedriver verksamhet i utvecklingsländer, och som visar deras etiska och sociala ansvarstagande för anställda eller andra berörda parter.

3. HUR FUNGERAR RÄTTVIS HANDEL I PRAKTIKEN?

Rättvisemärkta produkter görs tillgängliga för konsumenterna på en rad olika sätt. Produkterna kanaliseras via privata initiativ och det vanligaste sättet är genom den traditionella folkrörelsen för rättvisemärkt (inkl. alternativa handelsorganisationer) och märkningsinitiativ, men vissa enskilda företag eller återförsäljare som inte är anslutna till någon speciell organisation, kan begära att få rättvisemärka en del av eller alla sina produkter.

3.1. Den traditionella folkrörelsen för rättvisemärkt

Begreppet *rättvis handel* utvecklades ursprungligen av icke-statliga organisationer som intresserade sig för handel och utveckling. De första initiativen på området innebar att det bildades alternativa handelsorganisationer eller "företag för *rättvis handel*". Dessa startades ofta av kyrkor eller välgörenhetsorganisationer, fastän flera nu har blivit fristående bolag.

Hela denna traditionella filosofi om *rättvis handel* grundar sig på principer om *rättvis handel* som grund för affärsförbindelser med producenter och leverantörer i utvecklingsländerna. Importorganisationerna identifierar och letar reda på produkter, importerar dem och marknadsför dem med hjälp av en rad olika metoder, till exempel direktförsäljning, "världsbutiker", andra icke-statliga organisationer, kyrkliga grupper, postorder etc..

Alla delar av deras kommersiella verksamheter grundar sig på etiska normer för *rättvis handel*, och så stor del som möjligt av slutpriset går tillbaka till producenterna. Ofta går eventuella vinster till utvecklingsändamål, även om det ibland rör sig om traditionell kommersiell verksamhet. Flertalet av de produkter som marknadsförs genom världsbutikerna är inte märkta i sig, försäljningen sker grundad på förtroende. Dessa organisationers varumärken eller identitet ger i sig ett budskap till konsumenterna om att produkterna och affärspraxisen är förenliga med principer om *rättvis handel*. Det finns emellertid fastställda kriterier och organisationerna själva eller deras representanter i utvecklingslandet genomför också vissa kontroller.

3.2. Märkningsinitiativ

Det andra marknadsföringssättet, som ständigt har utvecklats från sitt ursprung i Nederländerna 1988, är att utfärda licenser för *rättvisemärkning*. Målsättningen är här att följa normala distributionsmönster för att ge konsumenterna bättre tillgång till *rättvisemärkta* produkter. Det förtroende som byggts upp genom ett nära samarbete mellan producent och försäljningsställe, som inom den traditionella folkrörelsen för rättvisemärkning, finns därför inte längre. I stället är importörer och återförsäljare vanliga handelsföretag och varorna säljs hos normala återförsäljare, men ett rättvisemärke som utfärdats av ett certifieringsorgan för rättvisemärkning informerar konsumenten om att varorna och distributionskedjan iakttagit principerna för *rättvis handel*. De märken för *rättvis handel* som används inom EU är "Max Havelaar", "Transfair", "Fairtrade Mark" och "Rättvisemärkt". Certifieringsorganen som ger tillstånd till märkning (samma namn som märket) är alla medlemmar i FLO (Fair Trade Labelling Organisations International) som samordnar arbetet både på EU-nivå och på internationell nivå.

Certifieringsorganen fastställer de kriterier som måste uppfyllas för att en produkt ska kunna bli *rättvisemärkt*. Dessa kriterier är harmoniserade på internationell nivå och har tagits fram utifrån internationella instrument som till exempel ILO-konventioner (Internationella arbetsorganisationen) och Förenade Nationernas rekommendationer i Agenda 21. De omfattar till exempel sådana saker som anställningsförhållanden, kontroller för att undvika att

bekämpningsmedel förorenar floder och dricksvatten och skydd av naturliga ekosystem. Nuvarande kriterier har fastställts för varje enskild produkt för att hänsyn skall kunna tas till särdrag hos olika produktionssystem och till olika handelsmönster.

Producenter och återförsäljare kan hos certifieringsorganen ansöka om att få *rättvisemärka* sina produkter. Sådant tillstånd beviljas för varor som importeras från producenter i utvecklingsländer när certifieringsorganet fått tillräckliga bevis för att de kriterier för *rättvis handel* som styr produktion och marknadsföring efterlevs. De producenter och importörer som redan har bedömts efterleva kriterierna för rättvis handel tas upp i internationella register. Återförsäljare som vill sälja *rättvisemärkta* produkter måste köpa från certifierade källor, liksom följa de relevanta kontrollkraven i sin egen affärsverksamhet.

Certifieringsorganen är skyldiga att fortsätta att övervaka producenter, importörer och återförsäljare som fått tillstånd att använda rättvisemärkning, för att säkerställa att kriterierna nog följs.

System för *rättvisemärkning* finansieras genom licensavgifter som betalas av de importörer och återförsäljare som saluför *rättvisemärkta* produkter. Dessa avgifter är baserade på omsättning och försäljningsvolym. Syftet är att certifieringsorganen skall vara självfinansierande genom dessa licensavgifter, men detta inträffar först när det byggts upp en tillräcklig handelsvolym, eftersom registrerings- och licensavgifterna måste fastställas på nivåer som gör att certifiering är möjlig för importörer och återförsäljare och som garanterar att deltagande i system för rättvisemärkning ger producenter ytterligare fördelar. Därför kan certifieringsorganens kostnader till en början överskrida intäkterna, och många organ får finansiellt stöd från annat håll som till exempel regeringar eller icke-statliga utvecklingsorganisationer.

Ett *rättvisemärke* på förpackningen visar att man under produktion och i distributionsleden har följt kriterierna för *rättvis handel*. Märket tillkommer utöver andra krav på informationsmärkning, till exempel kvalitetsklassificering och ursprung, som omfattas av den normala lagstiftningen.

3.3. Nyckelorganisationer som är engagerade i rättvis handel

NEWS (Network of European World Shops) bildades 1994. NEWS samordnar världsbutiksföreningarna i 13 europeiska länder (Alla medlemsstater, utom Luxemburg, Portugal och Grekland är medlemmar. Även Schweiz är medlem). Inte alla butiker är medlemmar i en förening, situationen skiljer sig från land till land. I vissa fall tillhör samtliga butiker en förening, i andra fall är inte alla butiker medlemmar och i andra länder finns det flera föreningar eller enskilda grupper. Förutom att vara återförsäljare bidrar butikerna till att öka medvetenheten genom olika aktiviteter som till exempel dagar för rättvis handel. NEWS samordnar sådana aktiviteter.

EFTA (European Fair Trade Association) bildades informellt 1987 och registrerades officiellt som europeisk stiftelse 1990. EFTA företräder 12 importörer från 9 europeiska länder (8 medlemsstater - Österrike, Belgien, Frankrike, Tyskland, Italien, Nederländerna, Spanien och Förenade kungariket - samt Schweiz). Världsbutikerna får i allmänhet sina produkter från nationella importörer som kan vara knutna till butikerna. EFTA står för 60% av all försäljning i sektorn.

IFAT (International Federation for Alternative Trade) bildades 1989 av alternativa handelsorganisationer i Afrika, Asien, Australien, Japan, Europa, Nordamerika och

Sydamerika). IFAT är en koalition för att främja rättvis handel och ett forum för informationsutbyte. Dess medlemmar är både jordbruksproducenter och hantverkare i syd med organisationer i både nord och syd.

FLO (Fair Trade Labelling Organisations International) bildades 1997. FLO International är ansvarigt för samordningen av initiativ för certifiering av *rättvis handel*, utarbetandet av standardiserade internationella kriterier för *rättvis handel* och samordnad övervakning för att garantera att återförsäljare och producenter följer kriterierna. Det är en paraplyorganisation vars medlemmar är de olika fristående certifieringsorganen för *rättvis handel* som arbetar på nationell nivå inom enskilda länder. För närvarande finns det 4 (som tidigare nämnts) i 12 medlemsstater. Dessa organ för ett gemensamt produktregister över producentorganisationer - 300 producenter i 29 länder.

NEWS, EFTA och IFAT är delar av den traditionella folkrörelsen för rättvisemärkt medan FLO endast sysslar med märkning. Den traditionella folkrörelsen för rättvisemärkt och märkningsorganisationerna är beroende av varandra eftersom runt 50% av värdet av de märkta produkterna säljs via alternativa återförsäljare såsom världsbutikerna eller via postorder. Dessutom ger den samordning som nätverket av världsbutiker utför på lokal nivå stöd till och marknadsföring för märkta produkter i fall då det inte finns strukturer eller medel för en bra marknadsföring.

År 1998 gick dessa organisationer samman och bildade FINE, som är en informell struktur med målsättningen att dela information, samordna aktiviteter och fastställa gemensamma kriterier.

4. RÄTTVIS HANDEL I EUROPEISKA UNIONEN

4.1. Kommersiell aktivitet

Till en början importerades större delen av *rättvisemärkta produkter* till Europa genom alternativa handelsorganisationer och såldes genom speciella återförsäljare som till exempel världsbutikerna. Sådana organisationer fortsätter att vara en viktig kanal för att sälja *rättvisemärkta produkter* och står för en del stor del av den totala försäljningen. De flesta butikerna sköts på lokal nivå av frivilliga. Det finns över 3 000 världsbutiker och 70 000 försäljningsställen i Europa med uppskattningsvis 100 000 frivilliga. Samtliga spelar en viktig roll när det gäller att öka medvetenheten kring utvecklingsfrågor och begreppet *rättvis handel*. I de EU-medlemsstater där rättvisemärkning förekommer (finns i alla medlemsstater utom Spanien, Portugal och Grekland) börjar begreppet bli vanligt och *rättvisemärkta* produkter finns nu också i livsmedelsaffärer. I vissa fall har produkter med livsmedelsaffärernas eget varumärke kvalificerat sig för *rättvisemärkning*.

De viktigaste produkterna som för närvarande säljs i EU genom initiativ för *rättvis handel*, inbegripet både alternativa handelsorganisationer och märkningssystem, är kaffe, hantverksprodukter (däribland textilier och kläder), te, choklad, torkad frukt, honung, socker och bananer. För närvarande är de enda produkter som märks kaffe, kakao, te, bananer, socker och honung. År 1994 uppskattades den totala omsättningen av *rättvisemärkta* produkter i EU till omkring 175 miljoner EUR. År 1997 uppskattades siffran ligga på 200 till 250 miljoner EUR.

Livsmedel utgör omkring 60% av återförsäljarnas omsättning av rättvisemärkta produkter och därav utgör nästan hälften kaffeförsäljning. Rättvisemärkt kaffe står emellertid för cirka 2%

av den totala kaffeförsäljningen i EU. Rättvisemärkta bananer, som är en nyligen introducerad rättvisemärkt produkt, står för cirka 0,2% av den totala marknaden i EU.

4.2. Politisk aktivitet

Förutom denna kommersiella aktivitet, har under senare år den politiska verksamheten ökat inom EU när det gäller *rättvis handel*. I januari 1994 antog Europaparlamentet en resolution om främjande av rättvisa och solidaritet inom handeln mellan nord och syd¹ där man efterlyser initiativ på EG-nivå för att stödja *rättvis handel*, avsätta medel och inbegripande av *rättvis handel* i gemenskapens utvecklings- och samarbetspolitik. År 1994 offentliggjorde kommissionen ett dokument om alternativ handel, i vilket den uttryckte sitt stöd för att stärka *rättvis handel* både i syd och nord. År 1996 avgav Ekonomiska och sociala kommittén ett yttrande om Europeisk "fair trade"-märkning², vilket i sin slutsats välkomnade utvecklingen av initiativ för rättvisemärkning och uppmanade kommissionen att skapa en särskild budgetpost för *rättvis handel*. Denna begäran upprepades i det betänkande om *rättvis handel* (Fassa-betänkandet)³ som Europaparlamentet antog 1998, i vilket det även föreslås ytterligare åtgärder som kommissionen kan vidta för att stödja *rättvis handel*.

Utöver det allmänna intresse som visas för *rättvis handel* har politiker, icke-statliga organisationer och lobbygrupper särskilt tagit upp frågan om *rättvis handel* i samband med bananer. Kommissionen har utfrågats av både Europaparlamentet och ministerrådet om den har för avsikt att stödja *rättvis handel* när det gäller bananer och lovade undersöka vilka åtgärder som kunde vidtas. I oktober 1997 antog Gemensamma församlingen för AVS-länderna och EU en resolution enligt vilken kommissionen ombads vidta åtgärder för att stödja dem som önskade driva frågan om *rättvis handel* när det gäller bananer inom EU.

4.3. Konsumenternas intresse

En opinionsundersökning (en så kallad EUROBAROMETER) som utfördes 1997 på uppdrag av kommissionen gav indikationer på allmänhetens intresse för *rättvisemärkta* produkter. Sammantaget har 11% av EU:s befolkning redan köpt *rättvisemärkta* varor, men andelen varierar kraftigt mellan de olika medlemsstaterna från endast 3% i Portugal och Grekland upp till 49% i Nederländerna.

Undersökningen visade också att nästan tre fjärdedelar (74%) av EU-befolkningen säger att de skulle köpa *rättvisemärkta* bananer om de fanns i butikerna bredvid "vanliga" bananer. Sammanlagt 37% av EU-konsumenterna sa att de skulle vara beredda att betala 10% mer än normalpriset för bananer om bananerna var av motsvarande kvalitet och hade producerats enligt normerna för *rättvis handel*.

En djupare analys av undersökningssvaren visade att personer med tidigare erfarenhet av *rättvisemärkta* produkter är mycket mer benägna att köpa *rättvisemärkta* bananer, och skulle vara villiga att betala ett högre pris för dem. Fler än 9 av 10 (93%) konsumenter som redan hade köpt *rättvisemärkta* varor skulle vara villiga att köpa *rättvisemärkta* bananer, och 7 av 10 (70%) skulle betala minst 10% utöver normalpriset för bananer.

¹ EP dokument A3-0373/93, EP 206.396.

² CES 538/96 E/as.

³ EP dokument A4-0198/98 EP 225.945.

Det finns också belägg för att medvetenheten ökar hos återförsäljare och att de börjar tillmötesgå konsumenternas efterfrågan på garantier när det gäller tillverkningen av de varor de köper.

5. PÅGÅENDE EU-VERKSAMHET FÖR ATT STÖDJA RÄTTVIS HANDEL

5.1. Ekonomiskt stöd till organisationer som är engagerade i rättvis handel

Kommissionen har redan i begränsad omfattning gett ekonomiskt stöd för verksamhet i samband med *rättvis handel* till icke-statliga organisationer inom EU och till producentgrupper i utvecklingsländer. Finansieringen har till största delen skett genom budgetpost B7-6000 och ett mindre belopp har finansierats via budgetpost B7-6200. För närvarande ingår *rättvis handel* och etisk handel i samma budgetrubrik för alternativ handel.

Inom dessa budgetposter har det stöd som hittills givits omfattat finansiering till följande:

- organisationer som arbetar med *rättvisemärkning* för deras insatser när det gäller att främja nya produkter, t.ex. kaffe, kakao, bananer och apelsinjuice. Insatserna har främst bestått i kampanjer för konsumentinformation och utbildningsverksamhet. Kommissionen bidrar nu också till finansieringen av alla organisationer för *rättvisemärkning* i medlemsstaterna,
- världsbutiker - den typ av verksamhet som stöds varierar beroende på behovet i de olika organisationerna. De flesta av dessa organisationer sysslar främst med varuförsäljning och kommissionens stöd är avsett för kapacitetsförstärkning och säljfrämjande verksamhet,
- EFTA för dess advokatverksamhet, forskning, kunskapsökning och kampanjer.

Andra icke-statliga organisationer som inte direkt är knutna till organisationer för *rättvis handel* men som får stöd kan också genomföra viss verksamhet i samband med *rättvis handel*.

Utöver denna verksamhet i medlemsstaterna har kommissionen också stött projekt i utvecklingsländerna.

Andelen inlämnade ansökningar om finansiering i samband med frågor om *rättvis handel* och etisk handel och andelen sådana projekt i de totala omkostnaderna har stadigt ökat de senaste åren. Under de senaste fem åren har 9 miljoner ecu använts för att stödja kompetensutveckling. År 1997 avsattes 2 911 511 EUR under budgetpost B7-6000 för att stödja 15 projekt för att öka kunskapen om *rättvis handel*. För år 1998 föreslogs ungefär 3 700 000 EUR för projekt om både rättvis och etisk handel.

De kriterier som styr utgifterna under dessa budgetposter täcker inte alla de olika insatser som krävs för att göra *rättvisemärkta* produkter tillgängliga för EU-konsumenterna. Det är till exempel tillåtet med reklamåtgärder för att öka konsumenternas medvetenhet om begreppet *rättvis handel* i allmänhet, men det är inte möjligt att främja någon särskild *rättvisemärkt* produkt. Detta begränsar nyttan med dessa budgetposter för icke-statliga organisationer som vill lansera *rättvisemärkta* produkter på EU-marknaden och vars totala budget till stor del går till reklam.

5.2. Annat ekonomiskt stöd

Under de senaste fyra åren har det även givits stöd till projekt om socialt ansvarsfull konsumtion, vilka inbegriper vissa initiativ för *rättvis handel*. Två av dessa projekt har avslutats och de deltagande konsumenternas medvetenhet har ökat. Det tredje projektet kommer att avslutas under 1999 och gäller utarbetande av en handledning för konsumenter om "hållbara" inköp. Dessa projekt omfattas av budgetposterna B5-1000 och B5-1050 och omfattar totalt cirka 140 000 EUR.

Kommissionen har avsatt 990 000 EUR under budgetpost B7-3000 för ett program avsett att ge barn som arbetar inom mattindustrin i Pakistan mat, medicin, deltidsstudier eller annan utbildning. Ytterligare 3 miljoner EUR har avsatts för framtida bruk.

Därutöver har 4 miljoner EUR avsatts under budgetpost B7-7070 för projekt i Nepal och Indien.

När det gäller bananer antog rådet i april 1999 en radsförordning om att inrätta en särskild ram för bistånd till traditionella AVS-bananleverantörer. I denna förordning refereras det till möjligheten att finansiera initiativ för rättvis handel⁴.

5.3. Lagstiftning

I enlighet med det övergripande målet att uppnå en hållbar utveckling förbinder sig kommissionen att förena miljöhänsyn med andra politikområden och fäster större vikt vid de sociala aspekterna av en mer globaliserad handel. Enligt den handlingslinje som utvecklades vid toppmötet i Köpenhamn, har EU förklarat sin avsikt att lägga större vikt vid sociala aspekter av globaliseringen av handeln. EU strävar efter att göra verkliga framsteg mot målet att reparera bristfälligheter i centrala sociala normer i hela världen.

EU har börjat omsätta dessa ideal i praktiken genom att i sin lagstiftning om extern handel införliva principen om att belöna handelsincitament som uppfyller vissa sociala och miljömässiga miniminormer.

EU:s ordning med allmänna tullförmåner, som infördes genom rådets förordning (EG) nr 3281/94 (industriprodukter) och förordning (EG) nr 1256/96 (jordbruksprodukter) för produkter med ursprung i utvecklingsländerna, innehåller bestämmelser om en särskild stimulansordning i form av ytterligare förmåner som beviljas de länder som i sin nationella lagstiftning tillämpar vissa sociala eller miljömässiga minimivillkor.

I enlighet med kraven i dessa förordningar lade kommissionen i juni 1997 fram en rapport för rådet med en översikt över det arbete som utförts rörande sambandet mellan internationell handel, sociala normer och miljö (KOM(97)260 slutlig). Mot bakgrund av den genomgång som rådet gjort baserad på rapporten lämnade kommissionen i oktober 1997 in ett förslag på ytterligare nedsättningarna av tullförmånen och reglerna för tillämpning av de särskilda stimulansordningarna till skydd för arbetstagares rättigheter och till skydd för miljön. Den 25 maj 1998 antog rådet förordning (EG) nr 1154/98 om tillämpning av dessa särskilda stimulansordningar.

Den sociala stimulansordningen är förbehållen de länder som följer de normer som fastställts i Internationella arbetsorganisationens (ILO) konventioner nr 87 och nr 98 om tillämpningen av

⁴ Förordning (EG) Nr 856/1999 av den 22 april 1999 (EGT L 108, 27.4.1999, s. 2).

principerna om föreningsfriheten och den kollektiva förhandlingsrätten samt i ILO: s konvention nr 138 om minimiålder för anställning.

I december 1998 förnyade rådet ordningen med allmänna tullförmåner, inbegripet allmänna och särskilda stimulansordningar, för ytterligare en treårsperiod som löper ut den 31 december år 2001.⁵

Miljöskyddsordningen är förbehållen de länder som följer de normer som fastställts av Internationella organisationen för tropiskt timmer (ITTO). Därför kan den endast tillämpas på produkter från bearbetning av tropiska träslag eller jordbruksprodukter som vuxit i tropiska skogar som förvaltas enligt ITTO: s normer, vilka för närvarande är de enda internationellt erkända miljönormerna på detta område.

5.4. Annan tillhörande verksamhet för etisk handel och etiska regler

New Economics Foundation har gjort en undersökning på uppdrag av kommissionen om användningen av social märkning som ett verktyg för etisk handel⁶. Resultaten offentliggjordes i november 1998. I undersökningen ges en översikt av olika typer av social märkning som används alltifrån enskilda tillverkares anspråk på att få använda sina egna varumärken till fristående erkända märken som *rättvisemärkt* och märken som stöds av regeringar eller andra offentliga organ som gemenskapens miljömärke, även om detta inte är ett socialt märke. I undersökningen anges också huvuddragen i förutsättningarna för att sådan märkning skall vara effektiv, t.ex. tydlighet, förtroende eller effekt. Resultaten av denna undersökning antyder att – 'social märkning är ett möjligt knep för att åstadkomma positiv social förändring på marknaden' och att "en portföljstrategi för att stödja etisk handel är att föredra framför offentliga åtgärder som är helt inriktade på att utveckla en social märkning." I undersökningen betonas att 'Social märkning förtjänar stöd från EU, särskilt när det gäller att främja det civila samhällets förståelse för de frågor som behandlas.'

Butikerna, huvudsakligen på områdena handel, textil och beklädnad, skor, sportartiklar samt leksaker, men också råvaruproducenter, blir alltmer medvetna om dessa frågor och många har redan infört sina egna etiska regler.

Andra insatser som gjorts på europeisk nivå sedan 1995 är gemensamma förklaringar och etiska regler om centrala arbetsnormer (handel, textil och beklädnad, skor)⁷ som fastställts av arbetsmarknadens parter inom ramen för en social dialog mellan olika sektorer. Den 20 februari 1998 arrangerade dessutom gemenskapen tillsammans med det amerikanska arbetsmarknadsdepartementet ett gemensamt seminarium om etiska regler och arbetsnormer i Bryssel. Arbetsmarknadsdepartementet i Washington D.C arrangerade därefter en uppföljning den 10-11 december 1998.

⁵ Förordning (EG) nr 2820/98 av den 21.12.1998, EGT L 357, 30.12.1998, s. 1.

⁶ 'Social märkning - Verktyg för etisk handel' - Slutrapport 1998, New Economics Foundation, Cinnamon House, 6-8 Cole Street, London, SE1 4HY, UK

⁷ 1995: Deklaration om barnarbete av arbetsmarknadens parter inom den europeiska skobranschen, CEC och FSE: THC. Deklarationen uppdaterades 1997 och utvidgades 1998 med samtycke från det europeiska förbundet för skoåterförsäljare (CEDDEC) och EuroFiet till att även omfatta skoåterförsäljare

1996: Gemensam deklaration om barnarbete av arbetsmarknadens parter inom handeln, EuroCommerce och EuroFiet

1997: Etiska regler för arbetsmarknadens parter inom textil- och beklädnadsindustrin, Euratex och ETUF: THC som innehåller de sex grundläggande ILO-konventionerna om arbete.

Behovet av att övervaka de etiska reglerna, alla berörda parter deltagande och centrala krav för etiska regler betonades vid ett seminarium som kommissionen arrangerade den 25 november 1998. Europaparlamentets utskott för utveckling och samarbete uppmanade också kommissionen att överväga att inrätta en europeisk plattform för övervakning i sitt utkast till betänkande om 'EU-normer för europeiska företag som är verksamma i utvecklingsländer: mot en europeisk uppförandekod' (Howitt-betänkandet). I betänkandet föreslås också att Europaparlamentet skall fungera som tillfällig plattform för övervakning. Utskottet för externa ekonomiska förbindelser uppmanade också kommissionen att utveckla riktlinjer för arbetsnormer på europeisk nivå (Sainjon-betänkandet). Den 13 januari 1999 antog Europaparlamentet Sainjon-betänkandet och, efter några ändringar, även Howitt-betänkandet den 15 januari 1999.

6. RÄTTVIS HANDEL, VÄRLDSHANDELSORGANISATIONEN OCH ÖKAD GLOBAL HANDEL

Handel har sedan länge erkänts som grunden för att skapa rikedom. Ett ökat globalt handelsflöde leder till ett bättre samlat västånd, och genom årens lopp har världens handelsnationer förbundet sig att främja global handel och minska handelshindren. Detta har bland annat gjort det möjligt för ett antal låginkomstländer att mycket snabbt utveckla sina egna ekonomier under en relativt kort tidsrymd. Ett särskilt mål med den multilaterala handelsordningen är att se till att liberaliseringsfördelarna även tillfaller länder som är i ett tidigt utvecklingskede.

Denna process att minska handelshindren genom successiva GATT-rundor, ledde till att Världshandelsorganisationen (WTO) bildades 1995, vars syfte bland annat är att:

... «höja levnadsstandarden, säkerställa full sysselsättning...som medger ett optimalt utnyttjande av världens resurser i enlighet med målsättningen om en hållbar utveckling, i syfte att både skydda och bevara miljön och ge ökade möjligheter för detta på sätt som är förenligt med medlemmarnas respektive behov på skilda nivåer av ekonomisk utveckling;

som vidare erkänner behovet av medvetna ansträngningar för att tillförsäkra utvecklingsländerna, särskilt de minst utvecklade bland dessa, en andel av tillväxten i internationell handel som står i proportion till deras ekonomiska utvecklingsbehov.»

Kommissionen är helt bunden till Världshandelsorganisationens syften och mål. En mer öppen multilateral handelsmiljö är grunden för att länder och deras medborgare skall kunna öka sin rikedom och sitt västånd.

I samband med införandet av ett mer liberalt handelssystem uppstod farhågor om vissa utvecklingsländers kapacitet att till fullo dra nytta av det öppnare handelsklimatet. I Marrakesh-förklaringen, genom vilken Världshandelsorganisationen upprättades, förklarade de parter som undertecknat förklaringen att de hade för avsikt att fortsätta att stödja och underlätta expansionen av de minst utvecklade ländernas handel och investeringsmöjligheterna, och att övervaka Uruguayrundans effekter på ömtåliga ekonomier.

Den grundläggande förutsättningen för insatser för *rättvis handel* är att göra det möjligt för producenter i utvecklingsländer att utnyttja och dra nytta av de möjligheter som global handel ger.

Initiativ när det gäller *rättvis handel* genomförs med hjälp av personer som deltar frivilligt. Konsumenterna skapar en efterfrågan på *rättvisemärkta* produkter genom att köpa de produkter de helst vill ha, och producenter och återförsäljare som vill delta erbjuder produkter

som tillmötesgår efterfrågan efter att ha visat att de uppfyller kraven för *rättvis handel*, vilket primärproducenterna slutligen drar nytta av.

I den mån initiativ för rättvis handeln förblir privata initiativ och genomförs genom frivilligt deltagande, är *rättvis handel* förenligt med ett icke-diskriminerande multilateralt handelssystem, eftersom de inte medför importrestriktioner eller andra former av protektionism. Rättvis handel kan fungera som en marknadsmekanism som erbjuder fler valmöjligheter för både producenterna och konsumenterna, eftersom dess framgång särskilt när det gäller rättvisemärkta produkter i ledande butiker, beror på efterfrågan på marknaden.

Om regeringarna skulle införa reglerande mekanismer baserade på rättvis handel skulle de behöva ta hänsyn till sina WTO-åtaganden och garantera i synnerhet öppenhet och insyn och att en sådan ordning inte leder till olika behandling.

En ny omgång diskussioner kommer snart att inledas inom Världshandelsorganisationen. Gemenskapen talar för en mångsidig runda med en vittomfattande och balanserad dagordning som tilltalar alla WTO-medlemmar. EU: s främsta mål i detta sammanhang är att fortsätta handelsliberaliseringen på ett sådant sätt att den fullständigt överensstämmer med hållbar utveckling och leder till att den sociala standarden och miljöskyddet ökar i hela världen.

7. SKÅL FÖR YTTERLIGARE EU-STÖD TILL VERKSAMHET FÖR RÅTTVIS HANDEL

• Mer rättvis handel

Medan folkrörelsen för rättvis handel nu håller på att ansluta sig till en och samma grupp i FINE, håller initiativ för rättvis handel fortfarande på att utvecklas på olika nivåer. Det finns ett stigande antal enskilda företag som inte är knutna till dessa organisationer men som hävdar att deras produkter kommer från rättvis handel eller påstår sig följa etiska regler som utfärdats av ett enskilt företag eller en grupp av företag. Både utvecklingen av rättvis handel och etisk handel måste hanteras på ett konsekvent sätt.

• Definition

Några av svårigheterna i samband med rättvis handel beror på att det för närvarande inte finns någon juridisk definition, vilket lämnar dörrarna öppna för missbruk. Gruppen FINE kom så sent som i mitten av 1999 överens om en enhetlig definition. Det finns inte heller ett enskilt märke eller symbol för att identifiera produkter från rättvis handel.

• Kriterier

Kriterierna för produkter från *rättvis handel* har en tendens att variera beroende på produkt, organisation och företag. Folkrörelsen själv, särskilt FINE, har påbörjat arbetet med att ange huvuddragen i gemensamma kriterier. I Fassa-betänkandet föreslogs också minimikriterier för *rättvis handel*. Ökningen i anspråken på rättvisemärkt och rättvisemärkningen skapar ett växande behov av att berörda parter kommer överens om riktlinjer för kriterierna för rättvisemärkning. Kriterierna bör dels medverka till att förebygga vilseledande och ogrundade anspråk och märkningar, dels göra det lättare för småproducenter att delta.

Som ett första steg bör det övervägas att stödja icke-statliga organisationers insatser för att stärka kapaciteten vid organisationerna för rättvisemärkt när det gäller utarbetning av kriterier för märkning och certifiering så att dessa fastställs på ett så öppet sätt som möjligt och att det går att kontrollera att de efterlevs.

- **Konsumenternas val: kriterier och övervakning**

Rättvisemärkning och anspråk på rättvisemärkt måste uppnå de uppsatta målen när det gäller producenter i utvecklingsländer och göra det möjligt för konsumenterna att göra välgrundade val. Det finns därför ett klart behov av att titta närmare på hur sådana anspråk och sådan märkning för närvarande underbyggs, verifieras och kontrolleras av antingen organisationerna själva, oberoende organ eller andra. De olika alternativen för att ytterligare förbättra övervakningen, verifikationen och kontrollen av både anspråk och märkning bör därför övervägas med avseende på kostnaderna och fördelarna och i synnerhet de rättvisemärkta produkternas konkurrenskraft. Direktivet om vilseledande marknadsföring⁸ skulle till exempel eventuellt kunna användas för verifiering och kontroll i efterhand för att tillförsäkra ett fullgott konsumentskydd. Ett oberoende externt övervaknings- eller ackrediteringssystem bör också övervägas.

- **Konsumentupplysning**

För att initiativen för rättvis handel skall kunna utvecklas ytterligare krävs det att konsumenterna är bättre informerade om att det finns rättvisemärkta produkter och vad rättvisemärkningen innebär.

- **Frivilligt deltagande**

Deltagande i all verksamhet när det gäller rättvis handel måste förbli frivilligt.

- **Överensstämmelse med WTO**

Gemenskapen kommer att ta hänsyn till sina WTO-åtaganden när den överväger ytterligare stöd eller insatser för rättvis handel. Insatser för rättvis handel bör fungera som positiva och frivilliga handelsincitament och handelsmekanismer för att förbättra både sociala och miljömässiga villkor till förmån för en hållbar utveckling.

- **Dialog med aktörer inom rättvis handel**

Man bör överväga att inrätta ett formellt organ för dialog med aktörer inom *rättvis handel*, i syfte att diskutera de frågor som tas upp i detta meddelande och EU-stöd till utvecklingen av *rättvis handel*.

⁸ Rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam (EGT L 250, 19.9.1984).