

DA



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 29.11.1999
KOM(1999) 619 endelig

MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL RÅDET

om "*fair trade*"

MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL RÅDET

om "*fair trade*"

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. Indledning.....	3
2. <i>Fair trade</i> -konceptet	3
3. Hvordan fungerer <i>fair trade</i> i praksis?.....	5
3.1. Den traditionelle <i>fair trade</i> -bevægelse	5
3.2. Mærkningsinitiativer	5
3.3. Vigtige organisationer inden for <i>fair trade</i>	6
4. <i>Fair trade</i> i Den Europæiske Union	7
4.1. Kommerciel aktivitet	7
4.2. Politisk aktivitet	8
4.3. Forbrugernes interesser.....	8
5. Nuværende EU-aktiviteter til støtte for <i>fair trade</i>	9
5.1. Finansiell støtte til organisationer inden for <i>fair trade</i>	9
5.2. Anden finansiell støtte	10
5.3. Lovgivning	10
5.4. Andre beslægtede aktiviteter - etisk handel/adfærdskodekser.....	11
6. <i>Fair trade</i> , WTO og væksten i verdenshandelen.....	12
7. Spørgsmål i relation til yderligere EU-støtte til <i>fair trade</i> -aktiviteter	13

1. INDLEDNING

I artikel 177 i traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab hedder det, at Fællesskabets politik med hensyn til udviklingssamarbejde skal fremme:

- "en bæredygtig økonomisk og social udvikling i udviklingslandene og særlig i de mest ugunstigt stillede blandt disse,
- en harmonisk og gradvis integration af udviklingslandene i verdensøkonomien,
- bekæmpelse af fattigdommen i udviklingslandene."

"*Fair trade*" er et eksempel på, at der sker udvikling på grundlag af handelsforbindelser og forbedrede kommercielle muligheder for at mindske kløften mellem industrilandene og udviklingslandene og fremme en bedre integration af udviklingslandene i verdensøkonomien. "*Fair trade*"-initiativer giver forbrugerne mulighed for at bidrage til en bæredygtig økonomisk og social udvikling i udviklingslandene via deres købsadfærd.

Dette dokument er blevet udarbejdet i forlængelse af Kommissionens tilsagn på rådssamlingen i juni 1998 om at forelægge en meddelelse om *fair trade* og Parlamentets anmodning om en meddelelse (Fassa-betænkning).

Det beskriver *fair trade*-konceptet og giver en kort oversigt over den aktuelle situation med henblik på at bidrage til debatten om de tiltag, som EU kunne gøre for at fremme udviklingen af *fair trade* inden for EU og således bidrage til de væsentlige målsætninger i forbindelse med EU's udviklingspolitik som fastsat i traktatens artikel 177.

Denne meddelelse udgør derfor det første indledende skridt, som Kommissionen vil lægge til grund for det videre arbejde i forbindelse med *fair trade* og med hensyn til, hvordan dette kan integreres i de eksisterende fællesskabspolitikker.

2. FAIR TRADE-KONCEPTET

Fair trade-konceptet har udviklet sig i de vestlige lande igennem de seneste ca. 40 år som reaktion på en stigende erkendelse af, at alle lande og alle befolkningsgrupper i de enkelte lande ikke nødvendigvis opnår de samme fordele ved samhandel og handelsmæssig vækst.

Målet med *fair trade* er at sikre, at producenterne får en pris, som afspejler et tilstrækkeligt udbytte af deres input af ekspertise, arbejdskraft og ressourcer samt en andel af den samlede fortjeneste, der står i et rimeligt forhold til deres input. Dette sker sædvanligvis på grundlag af en aftale mellem deltagerne i *fair trade*-initiativet om at betale en fair pris, som man forhandler sig frem til i de enkelte tilfælde. I de situationer, hvor prisen på varer aftales internationalt (f.eks. kaffe og kakao), fastsættes der en mindstepris, således at producenterne får et udbytte over verdensmarkedsprisen for deres produkter. Dette gør det muligt for producenterne at indføre bedre produktionsmetoder og arbejdsvilkår til gavn for landbrugere og arbejdstagere samt miljøet.

Fair trade giver producenterne i udviklingslandene højere indtægter for deres varer samt øgede muligheder for at finde nye markeder. Hermed sigter *fair trade* mod at bidrage til at skabe de betingelser, der kan fremme et højere socialt og miljømæssigt beskyttelsesniveau i udviklingslandene. I Europa beskyttes borgerne af fællesskabsbestemmelser og nationale

bestemmelser på områder som f.eks. sundhed og sikkerhed på arbejdspladsen, miljøbeskyttelse og arbejdsgiveres og arbejdstageres lovbestemte rettigheder og forpligtelser. Lignende lovbestemte rettigheder (for eksempel de grundlæggende arbejdsnormer, der er nedlagt i ILO-erklæringen om grundlæggende rettigheder på arbejdspladsen af 18. juni 1998) er fortsat under udvikling i mange udviklingslande, og selv de steder, hvor de findes, gør økonomiske eller andre forhold det vanskeligt at sikre, at lovgivningen overholdes. *Fair trade* tager sigte på at rette op på disse forhold ved at fremme en sund økonomisk udvikling og bæredygtig vækst efter bottom-up-princippet. Med *fair trade* er det endvidere håbet at mindske nogle af de skævheder, der gennem årtier har udviklet sig mellem de industrialiserede lande og udviklingslandene som følge af det relative fald i priserne på råvarer og navnlig landbrugsprodukter.

Eksempelvis er *fair trade* en særlig hjælp for småproducenter, navnlig i landbrugs- og håndværkssektoren, da småproducenterne i udviklingslandene ofte bor i isolerede landdistrikter og ikke producerer tilstrækkeligt store mængder, der kan eksporteres direkte. De bliver afhængige af mellemlid, både med hensyn til salget af deres produkter og tilvejebringelse af kreditmuligheder. Nogle landbrugere har mindsket denne afhængighed ved at etablere deres egne afsætningskooperativer, som gør det muligt for dem at samle ressourcerne og udnytte den fælles tekniske ekspertise samt faciliteter, herunder i nogle tilfælde samfundstjenester såsom sundhedsklinikker og skoler. Alternative handelsorganisationer (som der redegøres nærmere for senere i dette dokument) kan på afgørende vis medvirke til at udvikle et succesrigt kooperativ ved at betale en *fair trade*-merpris og yde forskellige former for bistand, lige fra at bistå kooperativet med at etablere sig som eksportør til at købe en faxmaskine.

Fair trade-initiativer kan omfatte forskud til producenterne og etablering af kontraktmæssige forbindelser for at skabe sikkerhed på længere sigt. Indtægterne bliver således mere stabile, hvilket letter planlægningen og fremmer investeringerne, og producenterne har mere kontrol med beslutningerne vedrørende forarbejdningen og afsætningen af deres produktion. *Fair trade* gør det endvidere muligt, at nogle af indtægterne kan anvendes til kapacitetsopbygning i forbindelse med eksempelvis etablering af producentsammenslutninger (som beskrevet ovenfor) og forarbejdningsfaciliteter, f.eks. i forbindelse med forarbejdning af kaffebønner. Det bør understreges, at overskud i forbindelse med *fair trade* skal være til gavn for hele lokalsamfundet og ikke til fordel for enkeltpersoner.

Fair trade-konceptet anvendes navnlig i forbindelse med samhandlen mellem udviklingslande og mere udviklede lande. Det er ikke direkte relevant i forbindelse med varer, der er produceret inden for EU, hvor sociale og miljømæssige normer allerede er lovfæstet. Al national produktion, alle producenter og arbejdstagere er allerede omfattet af en social og miljømæssig beskyttelse, der er mindst lige så høj som den beskyttelse, der er fastsat for *fair trade*-produkter.

Fair trade-initiativer udgår fra private ikke-statslige organisationer. De har ansprende karakter, for så vidt som de er afhængige af forbrugernes valg og ikke styrer handelen eller på anden måde skaber hindringer for markedsadgang i forskellige lande. Forbrugerne får derfor mulighed for at højne levestandarden og livskvaliteten blandt producenterne i udviklingslandene gennem en bæredygtig markedsorienteret strategi.

Det bør bemærkes, at selv om betegnelsen *fair trade* kan betragtes som en form for etisk handel, anvendes den sædvanligvis om fair handelsaktiviteter, som styrker den økonomiske situation for småproducenter og mindre jordejere, der i modsat fald kunne blive marginaliseret i de almindelige handelsmønstre. Betegnelsen 'etisk handel' anvendes sædvanligvis om aktiviteter (f.eks. adfærdskodekser) fra multinationale selskabers side, som driver virksomhed i

udviklingslandene, og som viser et etisk og socialt ansvar over for arbejdstagere eller andre partnere.

3. HVORDAN FUNGERER FAIR TRADE I PRAKSIS?

Fair trade-varer når frem til forbrugerne via en række kanaler. Alle kanaler er via private initiativer, og de mest almindelige er via den traditionelle *fair trade*-bevægelse (herunder alternative handelsorganisationer) og mærkningsinitiativer. Visse individuelle virksomheder eller detailhandlere, som ikke er tilknyttet en bestemt organisation, kan imidlertid i givet fald gøre gældende, at nogle af eller alle deres produkter er *fair trade*-produkter.

3.1. Den traditionelle *fair trade*-bevægelse

Fair trade-konceptet blev oprindeligt udviklet af ikke-statslige organisationer (NGO'er), som interesserede sig for handel og udvikling. De første *fair trade*-initiativer bestod i, at der blev oprettet alternative handelsorganisationer eller "*fair trade*-virksomheder". Disse blev ofte etableret af kirker eller velgørende organisationer, selv om mange nu er blevet uafhængige virksomheder.

Hele filosofien bag denne traditionelle *fair trade*-kanal er baseret på, at *fair trade*-principper anvendes som grundlaget for de kommercielle forbindelser med producenter og leverandører i udviklingslandene. Importorganisationerne finder frem til og indkøber produkter, importerer dem og afsætter dem til forbrugerne på en lang række forskellige måder, f.eks. gennem direkte detailsalg via "verdensbutikker", andre NGO'er, kirkelige grupper, pr. postordre osv.

Alle aspekter af deres kommercielle aktiviteter er baseret på en *fair trade*-etos, og mest muligt af den endelige pris tilbagegives til producenterne. I mange tilfælde anvendes eventuelle overskud til udviklingsformål, selv om nogle er traditionelle kommercielle aktiviteter. Hovedparten af de produkter, der afsættes gennem verdensbutikkerne, er ikke mærket som sådanne, og købet er baseret på grundlag af tillid. Disse organisationers "varemærker" eller identiteter er i sig selv en indikation over for forbrugerne af, at produkterne og forretningsmetoderne er i overensstemmelse med *fair trade*-principperne. Der er imidlertid fastlagte kriterier, og organisationerne selv eller deres partnere i udviklingslandene gennemfører en vis overvågning.

3.2. Mærkningsinitiativer

Den anden afsætningskanal, som har udviklet sig støt siden starten i Nederlandene i 1988, er i form af *fair trade*-mærkning. Målet er her at følge de almindelige distributionsmønstre, for at flere kan få adgang til *fair trade*-produkter. Der er således ikke længere tale om samme tillid, som findes i forbindelse med den traditionelle *fair trade*-bevægelse i form af den tætte forbindelse mellem producent og salgssted. Importørerne og mellemhandlerne er her almindelige kommercielle virksomheder, og varerne sælges gennem almindelige detailforretninger, men et *fair trade*-mærke, som er tildelt af et *fair trade*-mærkningskontor, tilkendegiver over for forbrugeren, at varerne og afsætningskæden overholder *fair trade*-principperne. De fire *fair trade*-mærkninger, der anvendes i EU, er "Max Havelaar", "Transfair", "Fairtrade Mark" og "Rättvisemärkt". De mærkningsorganisationer (samme navn som mærkningen), der står for tildelingen, er alle medlem af FLO (*Fair trade* Labelling Organisations International), som står for koordineringen på EU-plan og internationalt plan.

Mærkningskontorerne fastsætter de kriterier, som skal overholdes, for at et produkt kan tildeles en *fair trade*-mærkning. Disse kriterier er samordnet på internationalt plan og er udviklet på

grundlag af internationale instrumenter som f.eks. konventionerne som led i ILO (Den Internationale Arbejdsorganisation) og De Forenede Nationers henstillinger i forbindelse med Agenda 21. De omfatter f.eks. aspekter som ansættelsesforhold, kontrolforanstaltninger til forhindring af, at pesticider forurener floder og drikkevand, og beskyttelse af naturlige økosystemer. På nuværende tidspunkt udarbejdes kriterierne produkt for produkt, for at der kan tages højde for produktionsmetodernes og handelsmønstrenes specifikke karakteristika.

Producenter og mellemhandlere kan rette henvendelse til mærkningskontorerne om at få lov til at anvende et *fair trade*-mærke på deres produkter. Dette tildeles varer, der er importeret fra producenter i udviklingslande, når mærkningskontoret har forvisset sig om, at *fair trade*-kriterierne for produktion og afsætning overholdes. Producenter og importører, som efter en vurdering menes at opfylde *fair trade*-kriterierne, optages i internationale *fair trade*-registre. Mellemhandlere, som ønsker at afsætte *fair trade*-produkter, skal foretage deres indkøb hos certificerede producenter og overholde de relevante inspektionskrav for deres egne forretningsaktiviteter.

Mærkningskontorerne er ansvarlige for løbende at overvåge, at producenterne, importørerne og mellemhandlerne opfylder betingelserne for at anvende *fair trade*-mærkninger, således at det sikres, at kriterierne overholdes nøje.

Fair trade-mærkningsordningerne finansieres på grundlag af licensafgifterne fra de importører og mellemhandlere, som markedsfører *fair trade*-produkter. Disse gebyrer og afgifter beregnes på grundlag af omsætningens og salgets størrelse. Det er mærkningskontorerens mål at blive selvfinansierende ved hjælp af licensafgifterne, men dette sker først, når omsætningen har nået et tilstrækkeligt omfang, da registreringsgebyrerne og licensafgifterne skal fastsættes på et niveau, som gør mærkningen levedygtig for importørerne og mellemhandlerne og sikrer, at deltagelsen i *fair trade*-ordninger giver producenterne yderligere fordele. I begyndelsen kan omkostningerne derfor overstige indtægterne for mærkningskontorerne, og mange modtager en vis finansiel støtte fra andre kilder, f.eks. staten eller NGO'er på udviklingsområdet.

Et *fair trade*-symbol vises på emballagen og er en bekræftelse af, at produktions- og afsætningsprocesserne overholder *fair trade*-kriterierne. Mærkningen er et supplement til andre varedeklarationskrav, f.eks. kvalitetsklassifikation og oprindelse, som er underlagt de almindelige lovbestemmelser.

3.3. Vigtige organisationer inden for fair trade

NEWS! (Network of European World Shops) - oprettet i 1994.

NEWS! indgår sammenslutningerne af verdensbutikkerne i 13 europæiske lande (alle medlemsstater er medlem undtagen Luxembourg, Portugal og Grækenland. Schweiz er også medlem). Ikke alle butikker er medlem af en sammenslutning, situationen er forskellig fra land til land. I visse tilfælde er alle butikkerne medlem af en sammenslutning, i andre er ikke alle butikkerne medlem, mens der i andre lande findes mange sammenslutninger eller isolerede grupper. Ud over at være salgssteder gennemfører butikkerne også oplysningsarbejde i form af forskellige aktiviteter som f.eks. '*fair trade*-dage'. NEWS! fungerer som koordinator af sådanne aktiviteter.

EFTA (European *Fair trade* Association) - blev oprettet uformelt i 1987 og blev officielt registreret som en europæisk sammenslutning i 1990. Den repræsenterer 12 importører fra 9 europæiske lande (8 medlemsstater - Østrig, Belgien, Frankrig, Tyskland, Italien, Nederlandene, Spanien, Det Forenede Kongerige - og Schweiz). Verdensbutikkerne får

generelt deres produkter fra nationale importører, som kan være tilknyttet butikkerne. EFTA tegner sig for 60% af salget i sektoren.

IFAT (International Federation for Alternative Trade) - oprettet i 1989 af alternative handelsorganisationer i Afrika, Asien, Australien, Japan, Europa, Nordamerika og Sydamerika. IFAT er en sammenslutning, som tager sigte på at fremme *fair trade*, og et forum for udveksling af information. Sammenslutningen forbinder landbrugs- og håndværksproducenter i Syd med organisationer i både Nord og Syd.

FLO (*Fair trade* Labelling Organisations International) - oprettet i 1997. FLO International står for koordineringen af *fair trade*-mærkningsinitiativer, udviklingen af internationale *fair trade*-standardkriterier for hvert enkelt produkt samt koordineringen af overvågningen til sikring af, at mellemhandlerne og producenterne overholder kriterierne. Det er en paraplyorganisation, hvis medlemmer er de forskellige uafhængige *fair trade*-mærkningskontorer, som findes på nationalt plan i de enkelte lande. For øjeblikket findes der 4 af disse (nævnt tidligere) i 12 medlemsstater. Disse kontorer fører et fælles produktregister over producentorganisationer - 300 producenter i 29 lande.

NEWS!, EFTA og IFAT indgår i den traditionelle *fair trade*-bevægelse, og FLO arbejder udelukkende på mærkningsområdet. Den traditionelle *fair trade*-bevægelse og mærkningsorganisationerne er indbyrdes afhængige, da ca. 50% af de mærkede produkter værdimæssigt sælges gennem de alternative afsætningskanaler som f.eks. verdensbutiknettet eller pr. postordre. Endvidere indebærer den koordinering, som verdensbutiknettet gennemfører på lokalt plan, støtte til og fremme af mærkede produkter, som ikke har strukturerne eller midlerne til alene at stå for tilstrækkelige salgsfremmende foranstaltninger.

I 1998 gik disse organisationer sammen og oprettede FINE, som er en uformel struktur, der tager sigte på at udveksle information, koordinere aktiviteter og fastsætte fælles kriterier.

4. FAIR TRADE I DEN EUROPÆISKE UNION

4.1. Kommerciel aktivitet

I begyndelsen blev hovedparten af de *fair trade*-varer, der kunne købes i Europa, importeret af de alternative handelsorganisationer og solgt gennem særlige salgssteder som f.eks. "verdensbutikkerne". Disse organisationer er fortsat en vigtig afsætningskanal for *fair trade*-produkter og tegner sig for en stor del af det samlede salg. De fleste butikker drives på lokalt plan af frivillige. Der findes mere end 3 000 verdensbutikker og 70 000 salgssteder i Europa med ca. 100 000 frivillige. Alle spiller en vigtig rolle med hensyn at skabe bevidsthed om udviklingsspørgsmål og *fair trade*-konceptet. I alle EU-medlemsstater, hvor der findes *fair trade*-mærkninger (findes i alle medlemsstater undtagen Spanien, Portugal og Grækenland), er konceptet nu ved at vinde almindelig indpas, og *fair trade*-produkter kan også købes i supermarkeder. I nogle tilfælde har supermarkedernes produkter af eget mærke opfyldt betingelserne for at kunne opnå *fair trade*-mærkning.

De væsentligste produkter, som for øjeblikket sælges i EU gennem *fair trade*-initiativer, herunder både alternative handelsorganisationer og mærkningsordninger, er kaffe, kunsthåndværk (bl.a. tekstilvarer og tøj), te, chokolade, tørret frugt, honning, sukker og bananer. På nuværende tidspunkt er det kun kaffe, kakao, te, bananer, sukker og honning, der er mærket. I 1994 skønnedes det, at den samlede omsætning af *fair trade*-produkter i EU var ca. 175 mio. EUR, mens tallet i 1997 skønnedes at ligge på omkring 200-250 mio. EUR.

Levnedsmidler udgør ca. 60% af detailomsætningen af *fair trade*-produkter, og af dette tal tegner kaffesalget sig for næsten halvdelen. *Fair trade*-kaffe udgør imidlertid kun ca. 2% af det samlede kaffemarked i EU. *Fair trade*-bananer, som er et nyere *fair trade*-'produkt' end kaffe, tegner sig for ca. 0,2% af det samlede bananmarked i EU.

4.2. Politisk aktivitet

Ud over denne kommercielle aktivitet har der i de senere år været en stigende politisk aktivitet i EU i forbindelse med *fair trade*. I januar 1994 vedtog Europa-Parlamentet en beslutning om "en retfærdig og solidarisk Nord-Syd-handel"¹, hvori der blev krævet EF-initiativer til støtte for *fair trade*, særlig finansiering og medtagelse af *fair trade* i Fællesskabets udviklings- og samarbejdspolitik. I 1994 offentliggjorde Kommissionen et dokument om alternativ handel, hvori den gav udtryk for sin støtte til at styrke *fair trade* både i Syd og i Nord. I 1996 afgav Det Økonomiske og Sociale Udvalg en udtalelse om "Den europæiske *fair trade*-bevægelse"², hvori det i konklusionen bifaldte ideen med *fair trade*-mærkningsinitiativer og opfordrede Kommissionen til at oprette en særlig post i budgettet som støtte til *fair trade*-aktiviteter. Denne anbefaling blev gentaget i den betænkning om *fair trade* (Fassa-betænkning)³, som Europa-Parlamentet vedtog i 1998, og som også indeholdt en række forslag til yderligere foranstaltninger fra Kommissionens side til støtte for *fair trade*.

Ud over interessen for *fair trade* generelt har politikere, NGO'er og lobbygrupper rejst spørgsmålet om *fair trade* specifikt i forbindelse med bananer. Kommissionen er af både Europa-Parlamentet og Rådet blevet spurgt om, hvilke hensigter den havde med hensyn til støtte til *fair trade*-bananer, og gav tilsagn om at undersøge de foranstaltninger, der kunne træffes. I oktober 1997 vedtog Den Paritetiske Forsamling AVS/EU endvidere en beslutning, hvori Kommissionen blev anmodet om at træffe foranstaltninger til støtte for dem, der ønsker at afsætte *fair trade*-bananer i EU.

4.3. Forbrugernes interesser

En Eurobarometer-undersøgelse, som Kommissionen lod gennemføre i 1997, gav en indikation af offentlighedens interesse for *fair trade*-produkter. I alt havde 11% af befolkningen i EU allerede købt *fair trade*-varer, idet andelen varierede meget i de forskellige medlemsstater, fra kun 3% i Portugal og Grækenland og op til 49% i Nederlandene.

Det fremgik endvidere af undersøgelsen, at næsten tre fjerdedele (74%) af EU-befolkningen ville købe *fair trade*-bananer, hvis de kunne købes i butikkerne ved siden af "almindelige" bananer. I alt 37% af forbrugerne i EU sagde, at de ville være rede til at betale en merpris på 10% i forhold til prisen på almindelige bananer for bananer, der var af en tilsvarende kvalitet, og som var produceret i overensstemmelse med *fair trade*-normer.

Af en nærmere analyse af svarene fra undersøgelsen fremgik det, at personer, som tidligere havde gjort erfaringer med *fair trade*-produkter, var meget mere tilbøjelige til at købe *fair trade*-bananer og ville være rede til at betale mere for dem. Flere end 9 ud af 10 (93%) af de forbrugere, der allerede havde købt *fair trade*-varer, ville være rede til at købe *fair trade*-bananer, og 7 ud af 10 (70%) ville betale en merpris på mindst 10% i forhold til prisen på almindelige bananer.

¹ EP-dokument A3-0373/93, PE 206.396

² CES 538/96 E/as

³ EP-dokument A4-0198/98, PE 225.945

Der er desuden tegn på, at detailhandlerne er ved at blive bevidste om og begynder at imødekomme forbrugernes krav om visse garantier med hensyn til produktionsforholdene i forbindelse med de varer, de køber.

5. NUVÆRENDE EU-AKTIVITETER TIL STØTTE FOR *FAIR TRADE*

5.1. Finansiell støtte til organisationer inden for *fair trade*

Kommissionen har allerede ydet en vis begrænset finansiell støtte til *fair trade*-aktiviteter, som gennemføres af NGO'er i EU og producentgrupper i udviklingslandene. Hovedparten af denne finansiering er blevet ydet over budgetpost B7-6000, og et mindre beløb er blevet ydet fra B7-6200. På nuværende tidspunkt er initiativer i forbindelse med *fair trade* og etisk handel omfattet af samme post, dvs. alternativ handel.

Over disse budgetposter er der hidtil ydet bistand til finansiering af:

- *Fair trade*-mærkningsorganisationer til deres aktiviteter med henblik på at fremme nye varegrupper: disse har omfattet kaffe, kakao, bananer og orangejuice. Aktiviteterne har hovedsagelig været i form af forbrugeroplysningskampagner og uddannelsesaktiviteter. For øjeblikket bidrager Kommissionen til finansieringen af alle *fair trade*-mærkningsorganisationerne i medlemsstaterne,
- Verdensbutikker - de former for aktiviteter, der er støttet, varierer i forhold til behovene hos de forskellige organisationer. De fleste af disse organisationer er hovedsagelig beskæftiget med varesalget, og Kommissionens støtte er til kapacitetsopbygning og promotion,
- EFTA til sammenslutningens bevidstgørelsesaktiviteter, forskning, oplysningsarbejde og kampagner.

Andre NGO'er, som ikke direkte er tilknyttet *fair trade*-organisationerne, men som modtager midler, gennemfører i givet fald også visse *fair trade*-aktiviteter.

Foruden disse aktiviteter i medlemsstaterne har Kommissionen også støttet projekter i udviklingslandene.

Antallet af indgivne finansieringsansøgninger, som vedrører *fair trade* og etisk handel, og sådanne projekters andel af de samlede udgifter er steget støt i de seneste år. I de seneste 5 år er der blevet anvendt 9 mio. EUR til støtte for udvikling på uddannelsesområdet. I 1997 afsatte Kommissionen 2 911 511 EUR på budgetpost B7-6000 til støtte for 15 bevidstgørelsesprojekter i forbindelse med *fair trade*. For 1998 blev der foreslået ca. 3 700 000 EUR til projekter vedrørende både *fair trade* og etisk handel.

De kriterier, der er fastsat for udgifterne under disse budgetposter, omfatter ikke hele spektret af foranstaltninger med henblik på at gøre *fair trade*-produkter tilgængelige for forbrugerne i EU. Mens det f.eks. er tilladt at gennemføre pr-aktiviteter med henblik på at øge forbrugernes bevidsthed om *fair trade*-konceptet generelt, er det ikke muligt at fremme salget af et specifikt *fair trade*-produkt. Dette begrænser nytten af disse budgetposter for NGO'er, som ønsker at lancere *fair trade*-produkter på EU-markedet, hvor de salgsfremmende foranstaltninger tegner sig for en stor del af det samlede budget.

5.2. Anden finansiel støtte

I de seneste fire år er der endvidere ydet bistand til tre projekter vedrørende socialt ansvarligt forbrug, som omfatter visse *fair trade*-initiativer. To af disse projekter er blevet gennemført og vedrørte forbrugeroplysning. Det tredje vil blive gennemført i løbet af 1999 og vedrører udarbejdelsen af en forbrugerguide om 'bæredygtige' indkøb. Disse projekter er omfattet af budgetpost B5-1000 og B5-1050 og vedrører et samlet beløb på næsten 140 000 EUR.

Under budgetpost B7-3000 har Kommissionen bevilget 990 000 EUR til et program, som tager sigte på at give børn, som arbejder i tæppeindustrien i Pakistan, adgang til mad, lægebistand, uddannelse eller oplæring på deltidsbasis. Der er blevet bevilget yderligere 3 mio. EUR til fremtiden.

Endvidere er der blevet bevilget 4 mio. EUR til projekter i Nepal og Indien over budgetpost B7-7070.

Hvad angår specielt bananer, vedtog Rådet i april 1999 en rådsforordning om fastlæggelse af en ramme for bistand til traditionelle AVS-bananleverandører. I denne forordning henvises der til muligheden af at finansiere *fair trade*-initiativer⁴.

5.3. Lovgivning

På grundlag af den overordnede målsætning om bæredygtig udvikling er Fællesskabet forpligtet til at integrere miljøhensyn i alle andre politikker og lægger også øget vægt på de sociale aspekter ved samhandelens globalisering. I overensstemmelse med retningslinjerne fra topmødet i København har EU erklæret, at den agter at lægge større vægt på de sociale aspekter ved globaliseringen af samhandelen. EU arbejder for at gøre konkrete fremskridt i forbindelse med målsætningen om at afhjælpe mangler med hensyn til de grundlæggende sociale normer på verdensplan.

EU er begyndt at føre disse idealer ud i livet ved i sin lovgivning for udenrigshandlen at indarbejde princippet om, at der indrømmes handelsmæssige incitamenter for overholdelse af sociale og miljømæssige minimumsnormer.

EU-arrangementet med generelle toldpræferencer (GSP), der er fastsat i Rådets forordning (EF) nr. 3281/94 (industri sektor) og (EF) nr. 1256/96 (landbrugssektor) for produkter med oprindelse i udviklingslande, indeholder særlige ansporende ordninger i form af yderligere præferencer, der kan indrømmes lande, hvis interne retsfor skrifter opfylder visse sociale eller miljømæssige minimumsbetingelser.

I overensstemmelse med kravene i disse forordninger forelagde Kommissionen i juni 1997 en beretning for Rådet om arbejdet i internationale fora vedrørende forbindelserne mellem international handel, sociale normer og miljø (dok. KOM(97) 260 endelig udg.). I lyset af Rådets gennemgang på grundlag af beretningen forelagde Kommissionen i oktober 1997 et forslag om yderligere toldpræferencenedsættelser og betingelserne for at kunne drage fordel af de særlige ansporende ordninger til beskyttelse af arbejdstagernes rettigheder og til beskyttelse af miljøet. Den 25. maj 1998 vedtog Rådet forordning (EF) nr. 1154/98 om anvendelse af disse særlige ansporende ordninger.

⁴ Forordning (EF) nr. 856/1999 af 22.4.1999, EFT L 108 af 27.4.1999, s. 2

For at blive omfattet af den ansporende ordning på det sociale område skal landet overholde de normer, der er fastlagt i ILO's konventioner nr. 87 og 98 vedrørende anvendelse af principperne om ret til at organisere sig og føre kollektive forhandlinger og nr. 138 vedrørende mindstealderen for adgang til beskæftigelse.

I december 1998 videreførte Rådet arrangementet med generelle toldpræferencer, herunder en generel ordning og særlige ansporende ordninger, i endnu en periode på tre år indtil den 31. december 2001⁵.

Ordnningen på miljøområdet omfatter lande, som opfylder de af Den Internationale Organisation for Tropisk Træ (ITTO) fastlagte kriterier. Den kan derfor kun gælde for industriprodukter, der fremkommer ved forarbejdning af tropisk træ, eller landbrugsprodukter, der dyrkes i tropiske skove, som forvaltes i overensstemmelse med ITTO-standarderne, der for øjeblikket er de eneste internationalt anerkendte miljøstandarder på dette område.

5.4. Andre beslægtede aktiviteter - etisk handel/adfærdskodekser

New Economics Foundation har gennemført en undersøgelse for Kommissionen om brugen af sociale mærkninger som et kommunikationsmiddel i forbindelse med etisk handel⁶. Resultaterne heraf blev offentliggjort i november 1998. Undersøgelsen så nærmere på de forskellige former for sociale mærkninger, der er i brug, lige fra ensidige mærkninger fra individuelle producenter, der markedsfører produkter af eget mærke, til uafhængigt anerkendte mærkninger som f.eks. *fair trade*-mærkninger og statsligt eller offentligt anerkendte mærkninger som f.eks. EU's miljømærke, selv om dette ikke er en social mærkning. Den skitserede endvidere betingelserne for, at en mærkning kan være effektiv, f.eks. klarhed, tillid eller gennemslagskraft. Ifølge resultaterne af denne undersøgelse er sociale mærkninger ét muligt instrument til at tilvejebringe positive sociale ændringer via markedet, og det bør foretrækkes at gennemføre en samlet strategi til støtte for etisk handel frem for en offentlig politik, som udelukkende er koncentreret om at udvikle en social mærkning. Undersøgelsen understreger, at sociale mærkninger fortjener EF-støtte, som navnlig fremmer offentlighedens forståelse af de spørgsmål, som de vedrører.

Virksomhederne - hovedsagelig inden for handel, tekstil og beklædning, sko, sportsudstyr og legetøj, men også producenter af råmaterialer - er i stigende grad ved at blive bevidst om disse spørgsmål, og mange har allerede indført deres egne adfærdskodekser.

Andre initiativer, der er gennemført på europæisk plan siden 1995, omfatter fælles erklæringer og adfærdskodekser om grundlæggende arbejdsnormer (handels-, tekstil- og beklædningssektoren samt skobranchen⁷), som blev udarbejdet af arbejdsmarkedets parter inden for rammerne af den sociale dialog på sektorniveau. Endvidere afholdt EU den 20. februar 1998 i Bruxelles et fælles seminar om adfærdskodekser og arbejdsnormer sammen

⁵ Forordning (EF) nr. 2820/98 af 21.12.1998, EFT L 357 af 30.12.1998, s. 1

⁶ 'Social Labels -Tools for Ethical Trade' - endelig rapport 1998, New Economics Foundation, Cinnamon House, 6-8 Cole Street, London, SE1 4HY, UK

⁷ 1995: charter om børnearbejde indgået af arbejdsmarkedets parter inden for den europæiske skobranche, CEC og FSE:THC. Charteret blev ajourført i 1997 og blev med godkendelse af den europæiske skohandlersammenslutning (CEDDEC) og EuroFiet udvidet til at omfatte skohandlerne i 1998; 1996: Fælles erklæring om børnearbejde fra arbejdsmarkedets parter i den kommercielle sektor, EuroCommerce og EuroFiet; 1997: Adfærdskodeks for arbejdsmarkedets parter i tekstil- og beklædningsindustrien, Euratex og ETUF:THC, som indeholder de seks grundlæggende ILO-arbejdskonventioner.

med det amerikanske arbejdsministerium. Arbejdsministeriet arrangerede et opfølgingsmøde i Washington D.C. den 10.-11. december 1998.

Behovet for at overvåge adfærdskodekser, inddragelsen af alle berørte parter og de grundlæggende betingelser i en adfærdskodeks blev understreget på en workshop, som Kommissionen havde arrangeret i den 25. november 1998. Europa-Parlamentets Udvalg om Udvikling og Samarbejde opfordrede i sit forslag til betænkning om 'en adfærdskodeks for europæiske virksomheder i udviklingslandene' (Howitt-betænkningen) desuden Kommissionen til at overveje at etablere en europæisk overvågningsplatform. Betænkningen indeholdt endvidere forslag om, at Europa-Parlamentet skulle fungere som en foreløbig platform. Udvalget om Eksterne Økonomiske Forbindelser har også opfordret til, at Kommissionen udvikler en model for en adfærdskodeks på europæisk plan (Sainjon-betænkningen). Den 13. januar 1999 vedtog Europa-Parlamentet Sainjon-betænkningen og - med visse ændringer - Howitt-betænkningen den 15. januar 1999.

6. FAIR TRADE, WTO OG VÆKSTEN I VERDENSHANDELEN

Handel har i lang tid været erkendt som værende af grundlæggende betydning for vækstskabelse. Stigende globale handelsstrømme resulterer i en større samlet velstand, og gennem årene har verdens handelsnationer forpligtet sig til at gennemføre en proces med fremme af verdenshandelen og nedsættelse af handelshindringer. Dette har bl.a. gjort en række lande med lavere indkomster i stand til at udvikle deres økonomier meget hurtigt inden for en relativ kort tidsperiode. Det multilaterale handelssystem har udtrykkeligt til formål at sikre, at lande, der befinder sig i de tidlige udviklingsfaser, også får gavn af liberaliseringen.

Via på hinanden følgende GATT-runder kulminerede processen med at nedsætte handelshindringerne i oprettelsen af Verdenshandelsorganisationen (WTO) i 1995, som bl.a. har følgende målsætninger:

"at hæve levestandarden, sikre fuldt beskæftigelse ... gøre plads for en optimal udnyttelse af verdens ressourcer i overensstemmelse med målet bæredygtig udvikling, søge at beskytte og bevare miljøet ... på en måde, der er forenelig med landenes respektive behov på forskellige niveauer af økonomisk udvikling;

Der erkender, at der er behov for en positiv indsats til at sikre, at udviklingslandene, særlig de mindst udviklede blandt dem, får en del i væksten i verdenshandelen, der står i forhold til deres økonomiske udviklingsbehov."

Der erkender, at der er behov for en positiv indsats til at sikre, at udviklingslandene, særlig de mindst udviklede blandt dem, får en del i væksten i verdenshandelen, der står i forhold til deres økonomiske udviklingsbehov."

Ved etableringen af et mere liberaliseret handelssystem var der bekymringer med hensyn til, om visse udviklingslande var i stand til fuldt ud at drage nytte af de mere åbne samhandelsvilkår. Som led i Marrakesh-erklæringen om oprettelse af WTO erklærede underskriverne, at de havde til hensigt fortsat at støtte og fremme udvidelsen af de mindst udviklede landes handels- og investeringsmuligheder og at overvåge Uruguay-rundens virkning på sårbare økonomier.

Det grundlæggende formål med *fair trade*-initiativer er at sætte producenterne i udviklingslandene i stand til at udnytte og drage fordel af de muligheder, som verdenshandelen giver.

Fair trade-initiativer gennemføres på grundlag af frivillig deltagelse. Forbrugerne kan skabe efterspørgsel efter *fair trade*-produkter gennem deres købsadfærd, og producenter og mellemhandlere, som ønsker at deltage, tilbyder produkter til at kunne imødekomme denne efterspørgsel efter at have vist, at de opfylder *fair trade*-betingelserne, med heraf følgende fordele for primærproducenterne.

I det omfang, *fair trade*-initiativer forbliver private initiativer og gennemføres på grundlag af frivillig deltagelse, er *fair trade* forenelig med et ikke-diskriminerende multilateralt handelssystem, da den ikke indebærer importbegrænsninger eller andre former for protektionisme. *Fair trade*-initiativer kan fungere som en markedsmekanisme, som giver både producenter og forbrugere flere valgmuligheder, da deres succes navnlig med hensyn til mærkede *fair trade*-produkter i almindelige forretninger er afhængig af efterspørgslen på markedet.

Hvis regeringer indførte reguleringsmekanismer på grundlag af *fair trade*-koncepter, ville de skulle tage højde for deres forpligtelser i henhold til WTO for navnlig at sikre, at sådanne ordninger er gennemsigtige og ikke-diskriminerende.

Inden for WTO vil der i en nær fremtid blive påbegyndt nye handelsforhandlinger. Fællesskabet slår til lyd for en omfattende runde med en bred og afbalanceret dagsorden, som appellerer til alle WTO-medlemmer. Det er i denne henseende EU's primære målsætning at få handelsliberaliseringen gennemført på en sådan måde, at den fuldt ud er i overensstemmelse med en bæredygtig udvikling samt bidrager til at højne de sociale standarder og miljøbeskyttelsen på verdensplan.

7. SPØRGSMÅL I RELATION TIL YDERLIGERE EU-STØTTE TIL *FAIR TRADE*-AKTIVITETER

• **Vækst i forbindelse med *fair trade***

Selv om *fair trade*-bevægelsen nu er ved at blive samlet under FINE's banner, udvikles der stadig *fair trade*-initiativer på forskellige niveauer. Der er dog et stigende antal individuelle virksomheder, som ikke er tilknyttet *fair trade*-organisationerne, der hævder, at deres produkter er *fair trade*-produkter, eller baserer deres udsagn på adfærdskodekser, som er udviklet af en enkelt virksomhed eller virksomhedsgruppe. Udviklingen af såvel *fair trade* som etisk handel må behandles i sammenhæng.

• **Definition**

Nogle af problemerne i tilknytning til *fair trade* skyldes den omstændighed, at der for øjeblikket ikke findes nogen juridisk definition. Dette åbner mulighed for misbrug. Desuden blev der først så sent som medio 1999 skabt enighed om en fælles definition inden for FINE, og der findes heller ikke et enkelt mærke eller symbol til identificering af *fair trade*-produkter.

• **Kriterier**

Kriterierne for *fair trade*-produkter er normalt forskellige afhængig af produkternes art og de relevante organisationer og virksomheder. *Fair trade*-bevægelsen, navnlig FINE, er selv begyndt at skitsere fælles kriterier. I Fassa-betænkningen blev der foreslået en række minimumskriterier for *fair trade*. Udviklingen i betegnelsen og mærkningen af produkter som *fair trade*-produkter skaber et stigende behov for retningslinjer for *fair trade*-kriterier,

der er aftalt mellem de forskellige interesserede parter. Kriterierne bør dels medvirke til at forebygge vildledende og ubekræftede angivelser og mærker, dels gøre det lettere for mindre producenter at deltage.

Som et første skridt bør det overvejes at støtte NGO'ernes indsats for at styrke *fair trade*-mærkningsorganisationernes kapacitet, når det gælder udvikling af kriterier for mærkning og attestering, således at de fastlægges så gennemsigtigt som muligt, og det efterfølgende kan kontrolleres, at de overholdes.

- **Forbrugernes valgmuligheder: kriterier og overvågning**

Det er nødvendigt, at *fair trade*-angivelser og -mærker opfylder den tilsigtede målsætning, når det gælder producenter i udviklingslande, og gør det muligt for forbrugerne at træffe et kvalificeret valg. Der er derfor et klart behov for at se nærmere på, hvordan sådanne angivelser og mærker for øjeblikket underbygges, efterprøves og kontrolleres, enten af *fair trade*-organisationerne selv eller af uafhængige organer eller andre. Derefter må det overvejes, hvilke muligheder der er for yderligere at forbedre overvågningen, efterprøvningen og kontrollen af både angivelser og mærker under hensyntagen til omkostninger og fordele og navnlig *fair trade*-produkternes konkurrenceevne. For eksempel kan det overvejes at anvende direktivet om vildledende reklame⁸ som et middel til efterfølgende verificering og kontrol for at sikre tilfredsstillende beskyttelse af forbrugerne. Det bør også overvejes at oprette et uafhængigt eksternt overvågnings- eller godkendelsessystem.

- **Forbrugeroplysning**

For at *fair trade*-initiativerne kan udvikles yderligere, skal forbrugerne have bedre information om, at der findes *fair trade*-produkter, og betydningen af *fair trade*-mærkninger.

- **Frivillig deltagelse**

Deltagelse i enhver *fair trade*-ordning skal fortsat være frivillig.

- **WTO-forenelighed**

Når Fællesskabet overvejer yderligere støtte/foranstaltninger i forbindelse med *fair trade*, vil der blive taget hensyn til dets forpligtelser som led i WTO. *Fair trade*-ordninger bør fungere som positive og frivillige handelsmæssige incitament og mekanismer til at forbedre såvel de sociale som de miljømæssige betingelser til fordel for en bæredygtig udvikling.

- **Dialog med *fair trade*-bevægelsen**

Det bør overvejes at etablere en formel platform til dialog med *fair trade*-bevægelsen med henblik på at drøfte de spørgsmål, der er skitseret i denne meddelelse og EU-bistand til udviklingen af *fair trade*.

⁸ Rådets direktiv 84/450/EØF af 10. september 1984 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om vildledende reklame, EFT L 250 af 19.9.1984