

NL



COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN

Brussel, 29.11.1999
COM(1999)619 definitief

MEDEDELING VAN DE COMMISSIE AAN DE RAAD

over “*fair trade*”

MEDEDELING VAN DE COMMISSIE AAN DE RAAD

over “*fair trade*”

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding.....	3
2. Wat is “ <i>fair trade</i> ”?.....	3
3. Hoe functioneert “ <i>fair trade</i> ” in de praktijk?	5
3.1. De traditionele “ <i>fair trade</i> ”-beweging.....	5
3.2. Etiketteringsinitiatieven.....	5
3.3. Belangrijkste bij “ <i>fair trade</i> ” betrokken organisaties.....	7
4. “ <i>Fair trade</i> ” in de Europese Unie	8
4.1. Handelsactiviteit.....	8
4.2. Politieke activiteit.....	8
4.3. Belang voor de consument.....	9
5. EU-activiteiten ten behoeve van “ <i>fair trade</i> ”	9
5.1. Financiële steun voor bij “ <i>fair trade</i> ” betrokken organisaties	9
5.2. Andere financiële steun	10
5.3. Wetgeving	11
5.4. Verwante activiteiten – ethische handel / gedragscodes	12
6. “ <i>Fair trade</i> ”, WTO en groei van de wereldhandel	13
7. Overwegingen inzake EU-steun voor “ <i>fair trade</i> ”-activiteiten.....	14

1. INLEIDING

In artikel 177 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap is bepaald dat het beleid van de Gemeenschap op het gebied van ontwikkelingssamenwerking gericht is op de bevordering van :

- "de duurzame economische en sociale ontwikkeling van de ontwikkelingslanden en meer in het bijzonder van de armste ontwikkelingslanden,
- de harmonische en geleidelijke integratie van de ontwikkelingslanden in de wereldeconomie,
- de strijd tegen de armoede in de ontwikkelingslanden."

Bij "*fair trade*" wordt via handelsbetrekkingen en betere afzetmogelijkheden ontwikkeling op gang gebracht om de kloof tussen ontwikkelde en ontwikkelingslanden te overbruggen en derdewereldlanden beter in de wereldeconomie te integreren. "*Fair trade*"-initiatieven bieden de consument de mogelijkheid om via zijn koopgedrag bij te dragen tot een duurzame economische en sociale ontwikkeling in derdewereldlanden.

De Commissie heeft dit document opgesteld omdat ze op de zitting van de Raad van juni 1998 had toegezegd een Mededeling over "*fair trade*" op te stellen, en omdat ook het Parlement om een dergelijke tekst (Fassa-rapport) had gevraagd.

Deze Mededeling omvat een beschrijving van het begrip "*fair trade*" en een schets van de stand van zaken en kan daardoor worden gebruikt bij de bespreking van de eventueel door de EU te nemen initiatieven om de ontwikkeling van "*fair trade*" in de Unie te ondersteunen, en zo de basisdoelstellingen van het Europees ontwikkelingsbeleid, als bepaald in artikel 177 van het Verdrag, te helpen realiseren.

Deze Mededeling bevat dan ook de eerste uitgangspunten voor het door de Commissie te bepalen standpunt ten aanzien van "*fair trade*" en geeft een idee van de manier waarop dit thema kan worden geïntegreerd in het bestaande communautaire beleid.

2. WAT IS "FAIR TRADE"?

Het begrip "*fair trade*" heeft in de voorbije 40 jaar in de westerse landen steeds meer terrein gewonnen, omdat het besef groeide dat de winsten uit de toenemende handelsactiviteiten niet noodzakelijk alle landen en, in eenzelfde land, alle bevolkingslagen op gelijke manier ten goede komen.

"*Fair trade*" heeft tot doel voor de producenten een prijs te garanderen waarbij de opbrengst in een correcte verhouding staat tot de geïnvesteerde vakkennis, middelen en arbeid, en hen in de winst te laten delen in evenredigheid met hun inbreng. Dit doel wordt gewoonlijk gerealiseerd via een onderlinge overeenkomst tussen de deelnemers aan het *fair-trade*-initiatief om een eerlijke prijs te betalen, die geval per geval wordt afgesproken. Wanneer de prijs op internationaal niveau wordt vastgesteld (b.v. voor koffie of cacao), wordt een minimumprijs afgesproken die de producenten voor hun productie een extra opbrengst boven de wereldmarktprijs garandeert. Daardoor kunnen de producenten de productiemethoden en

de arbeidsomstandigheden verbeteren, wat de landbouwers, de arbeiders en het milieu ten goede komt.

Door “*fair trade*” verwerven de producenten in ontwikkelingslanden betere inkomsten uit de verkoop van hun producten en krijgen zij meer kansen om nieuwe afzetmarkten te vinden. Op die manier helpt “*fair trade*” in de ontwikkelingslanden de voorwaarden te creëren voor een hoger beschermingspeil op sociaal gebied en een betere milieubescherming. De EU-burgers worden op gebieden zoals gezondheid, arbeidsveiligheid, milieubescherming, en wettelijke rechten en verplichtingen van werknemers en werkgevers beschermd door de communautaire en de nationale wetgeving. Aan vergelijkbare wettelijke rechten (b.v. de fundamentele arbeidsnormen als bepaald in de IAO-verklaring van 18 juni 1998 betreffende de basisarbeitsnormen) wordt in de meeste ontwikkelingslanden nog gewerkt, en in landen waar ze al bestaan, kunnen economische en andere factoren de handhaving van de wet bemoeilijken. Via “*fair trade*” wordt geprobeerd deze omstandigheden te verbeteren door gezonde economische ontwikkeling en duurzame groei te bevorderen vanaf de basis. Sommige ongelijkheden die in de afgelopen decennia tussen geïndustrialiseerde en ontwikkelingslanden zijn gegroeid als gevolg van de relatieve daling van de prijzen voor basis- en met name landbouwproducten, hoopt men eveneens via “*fair trade*” te kunnen verminderen.

“*Fair trade*” is bijvoorbeeld bijzonder nuttig voor kleinschalige producenten, met name in de landbouw- en de handwerksector, omdat kleine producenten in ontwikkelingslanden vaak in afgelegen plattelandgebieden werken en te weinig produceren om rechtstreeks te kunnen uitvoeren. Zij worden afhankelijk van tussenpersonen zowel voor de verkoop van hun producten als voor kredieten. Een aantal landbouwers heeft deze afhankelijkheid kunnen verkleinen door zelf coöperatieve handelondernemingen op te richten, waardoor zij samen gebruik kunnen maken van verschillende hulpmiddelen, technische kennis, uitrusting, en in sommige gevallen zelfs van sociale diensten, zoals ziekenhuizen en scholen. Alternatieve handelsorganisaties (verder in dit document toegelicht) kunnen voor de ontwikkeling van een coöperatie de cruciale hulp bieden door een “*fair trade*”-prijs te betalen, en via allerlei vormen van bijstand, van aanloopsteun voor de coöperatie die als exporteur wil optreden, tot de aankoop van een faxtoestel.

“*Fair trade*”-initiatieven kunnen betrekking hebben op de uitkering van voorschotten aan de producenten en het aangaan van contracten om lange-termijngaranties te bieden. Dit verschaft een grotere inkomenszekerheid, waardoor planning en investeringen worden vergemakkelijkt en producenten meer controle krijgen op de beslissingen over de verwerking en de afzet van hun producten. “*Fair trade*” kan eventueel ook tot gevolg hebben dat een deel van de verworven inkomsten besteed worden aan kennisvergroting voor bijvoorbeeld de oprichting van producentenverenigingen (zoals hiervoor beschreven), en installaties voor vergroting van de toegevoegde waarde, b.v. voor de verwerking van koffiebonen. Er zij op gewezen dat de opbrengst van “*fair trade*” ten goede komt aan een hele gemeenschap en niet tot individuele verrijking leidt.

Het begrip “*fair trade*” heeft voornamelijk betrekking op de handel tussen ontwikkelingslanden en meer ontwikkelde landen. Het is niet meteen relevant voor goederen die in de EU worden geproduceerd, waar sociale en ecologische normen reeds in de wetgeving zijn verankerd. Voor alle producten, producenten en werknemers van de EU gelden op sociaal en milieugebied reeds beschermende regels die minstens van het niveau zijn van die voor “*fair trade*”-producten.

“Fair trade”-initiatieven gaan uit van particuliere niet-gouvernementele organisaties. De aanzet daartoe wordt gevormd door stimuli die verband houden met de keuze van de consument en dus de handel niet dirigeren of op een andere manier in verschillende landen de toegang tot de markt bemoeilijken. De consument krijgt de kans om de levensstandaard en de levenskwaliteit van producenten in ontwikkelingslanden te verhogen via een duurzame marktgerichte aanpak.

Hoewel “fair trade” kan worden beschouwd als een vorm van “ethische handel”, wordt de term gewoonlijk gebruikt om eerlijke handelspraktijken aan te duiden waarmee de economische positie wordt versterkt van kleine producenten die in de grote handelsstromen gemarginaliseerd zouden raken. De term “ethische handel” wordt meer gehanteerd voor activiteiten (b.v. gedragscodes) waarmee multinationale ondernemingen in ontwikkelingslanden blijk geven van ethisch en sociaal verantwoordelijkheidsbesef tegenover werknemers of andere partners.

3. HOE FUNCTIONEERT “FAIR TRADE” IN DE PRAKTIJK?

“Fair trade”-goederen bereiken de consument via verschillende kanalen. Die kanalen zijn privé-initiatieven, en meestal worden de goederen op de markt gebracht door de traditionele “fair trade”-beweging (inclusief alternatieve handelsorganisaties) en etiketteringsinitiatieven, hoewel een aantal individuele bedrijven of groothandelaars die niet bij een organisatie zijn aangesloten, ook aanspraak kunnen maken op het “fair trade”-label voor al hun producten of een aantal daarvan.

3.1. De traditionele “fair trade”-beweging

Het begrip “fair trade” is aanvankelijk bedacht door niet-gouvernementele organisaties (NGO’s) die zich met handel en ontwikkeling bezighielden. De eerste “fair trade”-initiatieven omvatten de oprichting van alternatieve handelsorganisaties of “fair trade”-handelszaken. Vaak zijn deze opgericht door kerken of liefdadigheidsorganisaties. Verschillende ervan zijn nu echter uitgegroeid tot onafhankelijke ondernemingen.

Het beleid van de traditionele “fair trade”-beweging stoelt volledig op de idee dat de beginselen van “fair trade” de grondslag moeten zijn voor alle handelsbetrekkingen met producenten en leveranciers in de derde wereld. De invoerorganisaties hanteren uiteenlopende methoden om producten aan te wijzen, in te voeren en aan de consument te verschaffen, bijvoorbeeld via rechtstreekse verkoop in “Wereldwinkels”, via andere NGO’s, kerkelijke groeperingen, postorder, enz.

Alle aspecten van hun handelsactiviteiten zijn gebaseerd op een “fair trade”-ethos, en van de uiteindelijk voor het product betaalde prijs gaat een zo groot mogelijk deel terug naar de producent. In veel gevallen worden eventuele winsten besteed voor ontwikkelingsprojecten, hoewel sommige activiteiten daarvan gewone handelsactiviteiten betreffen. De meeste producten die via wereldwinkels worden verkocht, hebben geen specifiek etiket; er wordt gekocht in vertrouwen. De naam van dergelijke organisaties is op zichzelf een teken voor de consument dat de producten en de handelstransacties beantwoorden aan de principes van “fair trade”. Er zijn echter bepaalde criteria en er wordt enige controle verricht door de organisaties zelf of door hun partners in het ontwikkelingsland.

3.2. Etikettersinitiatieven

De tweede afzetmethode voor de betrokken producten, die sinds haar ontstaan in Nederland in 1988 een gestage ontwikkeling kent, is gebaseerd op *“fair trade”*-certificering. Om de beschikbaarheid van de *“fair trade”*-producten voor de consument te vergroten, worden ze via de normale distributiekanaalen op de markt gebracht. Dan bestaat niet langer het vertrouwen dat er rechtstreeks van de producent wordt gekocht, zoals bij de traditionele *“fair trade”*-beweging. De importeurs en handelaars zijn in dit geval gewone handelsondernemingen, en de producten worden in gewone handelszaken verkocht, maar een *“fair trade”*-label, dat wordt toegekend door een *“fair trade”*-certificeringsbureau, wijst de consument erop dat voor deze producten *“fair trade”*-principes in acht zijn genomen. Vier *“fair trade”*-labels worden in de EU gebruikt, namelijk “Max Havelaar”, “Transfair”, “Fairtrade Mark” en “Rättvisemärkt”. De certificeringsorganisaties (met dezelfde naam als het label) die deze labels toekennen, zijn allen leden van FLO (*“fair trade”* Labelling Organisations International) die de certificering op communautair en op internationaal niveau coördineert.

De certificeringsbureaus bepalen de criteria waaraan een product moet beantwoorden om het *“fair trade”*-label te mogen dragen. Die criteria zijn op internationaal niveau geharmoniseerd, en gaan terug op internationale overeenkomsten zoals de IAO-conventies (Internationale Arbeidsorganisatie) en de aanbevelingen van Agenda 21 van de Verenigde Naties. Ze hebben onder andere betrekking op arbeidsvoorwaarden, controles om te voorkomen dat rivieren en drinkwater door bestrijdingsmiddelen worden besmet, en bescherming van natuurlijke ecosystemen. Momenteel worden de criteria per product vastgesteld om rekening te kunnen houden met de specifieke kenmerken van productiesystemen en van handelspatronen.

Producenten en handelaars kunnen bij de certificeringsbureaus een aanvraag indienen om het *“fair trade”*-label voor hun producten te mogen gebruiken. Het label wordt gebruikt voor ingevoerde producten van producenten in ontwikkelingslanden zodra ten genoegen van het certificeringsbureau is aangetoond dat de voor productie en afzet geldende *“fair trade”*-criteria in acht zijn genomen. Producenten en importeurs voor wie is bevestigd dat zij aan de *“fair trade”*-criteria voldoen, worden opgenomen in internationale *“fair trade”*-registers. Handelaars die *“fair trade”*-producten wensen te verkopen, moeten deze bij erkende distributeurs aankopen, en de betrokken controle-eisen voor hun eigen transacties ook in acht nemen.

De certificeringsbureaus moeten toezicht blijven houden op de producenten, de importeurs en de handelaars die *“fair trade”*-labels gebruiken, om te garanderen dat de criteria strikt worden nageleefd.

Programma's voor de toekenning van *“fair trade”*-labels worden gefinancierd via bijdragen voor vergunningen, betaald door de importeurs en de handelaars die *“fair trade”*-producten op de markt brengen. Deze bijdragen hangen af van de omzet en de verkochte hoeveelheden. Bedoeling is dat de certificeringsbureaus dankzij deze bijdragen financieel autonoom worden, maar dat kan pas worden bereikt wanneer voldoende omzet wordt gerealiseerd, omdat de bijdragen voor registratie en vergunning zo worden vastgesteld dat de certificering voor de importeurs en de handelaars haalbaar is, en dat deelname aan *“fair trade”*-programma's voor de producenten extra voordelen oplevert. In een eerste fase kunnen voor de certificeringsbureaus de kosten dan ook groter zijn dan de opbrengsten, en een groot aantal ervan ontvangt financiële steun uit andere bronnen, zoals de overheid of NGO's voor ontwikkelingshulp.

Een “*fair trade*”-symbool op de verpakking is het bewijs dat bij de productie en de afzet aan de “*fair trade*”-criteria is voldaan. Het label is een aanvulling op de overige op een etiket te vermelden gegevens, zoals kwaliteit en oorsprong, die aan de gangbare regelgeving moeten voldoen.

3.3. Belangrijkste bij “*fair trade*” betrokken organisaties

NEWS (Network of European World Shops) – NEWS, opgericht in 1994, is het overkoepelende orgaan voor de verenigingen van wereldwinkels van 13 Europese landen (alle lidstaten zijn lid, behalve Luxemburg, Portugal en Griekenland, en ook Zwitserland is lid). Niet alle winkels zijn lid van een vereniging, de situatie is in elk land verschillend. In bepaalde gevallen behoren alle winkels tot een vereniging, in andere gevallen zijn slechts enkele bij een vereniging aangesloten, terwijl in nog andere landen verschillende verenigingen of aparte groepen naast elkaar bestaan. Wereldwinkels zijn niet alleen verkooppunten maar ze dragen eveneens bij tot de bewustwording door middel van uiteenlopende activiteiten zoals “*fair trade*”-dagen. NEWS treedt voor dergelijke activiteiten als coördinator op.

De EFTA (European Fair Trade Association) is informeel opgericht in 1987 en officieel geregistreerd als Europese stichting in 1990. EFTA vertegenwoordigt 12 importeurs uit 9 Europese landen (8 lidstaten – Oostenrijk, België, Frankrijk, Duitsland, Italië, Nederland, Spanje, VK – en Zwitserland). Over het algemeen nemen de Wereldwinkels hun producten af van nationale importeurs die aan de winkels verbonden kunnen zijn. EFTA heeft in de sector een marktaandeel van 60%.

De IFAT (International Federation for Alternative Trade) is in 1989 opgericht door alternatieve handelsorganisaties in Afrika, Azië, Australië, Japan, Europa, Noord-Amerika en Zuid-Amerika. Het is een samenwerkingsverband ter bevordering van “*fair trade*” en een forum voor de uitwisseling van informatie. De organisatie brengt producenten van landbouwproducten en handwerk in het Zuiden in contact met organisaties in Noord en Zuid.

De FLO (Fair Trade Labelling Organisations International) – FLO International, opgericht in 1997, is belast met de coördinatie van de certificeringsinitiatieven voor “*fair trade*”, de ontwikkeling van algemene internationale “*fair trade*”-criteria voor elk product, en de controle met het oog op de naleving van deze criteria door de producenten en de handelaars. Het is een overkoepelend orgaan waarvan de leden de onafhankelijke “*fair trade*”-certificeringsbureaus zijn die in de verschillende landen op nationaal niveau werken. Momenteel zijn er 4 (hiervoor vermeld) die in 12 lidstaten werkzaam zijn. De bureaus houden een gemeenschappelijk productregister van producentenverenigingen bij – 300 producenten in 29 landen.

NEWS, EFTA, en IFAT behoren tot de traditionele “*fair trade*”-beweging, terwijl FLO zich uitsluitend met het label bezig houdt. De traditionele “*fair trade*”-beweging en de etiketteringsorganisaties zijn onderling afhankelijk omdat ongeveer 50% van de waarde van de producten met een label via alternatieve afzetkanalen zoals de Wereldwinkels of per postorder worden verkocht. Bovendien bieden de Wereldwinkels op lokaal vlak door hun activiteiten steun en promotie voor de producten met een label, die zelf voor verkoopbevordering niet over de passende structuren beschikken.

In 1998 hebben deze organisaties samen FINE gevormd, een informele structuur met als doelstelling informatie uit te wisselen, activiteiten te coördineren en tot gemeenschappelijke criteria te komen.

4. “FAIR TRADE” IN DE EUROPESE UNIE

4.1. Handelsactiviteit

Aanvankelijk werden de meeste in Europa beschikbare “*fair trade*”-goederen ingevoerd door alternatieve handelsorganisaties en verkocht via gespecialiseerde winkels zoals de “Wereldwinkels”. Dergelijke organisaties zijn nog altijd een belangrijk distributiekanaal voor “*fair trade*”-producten, en nemen een groot deel van de totale verkoop voor hun rekening. De meeste winkels worden op plaatselijk vlak door vrijwilligers beheerd. In Europa zijn er meer dan 3 000 Wereldwinkels en 70 000 verkooppunten met ongeveer 100 000 vrijwilligers. Ze spelen alle ook een belangrijke rol bij de bewustmaking van het publiek van ontwikkelingsthema’s en van het “*fair trade*”-concept. In alle lidstaten van de EU waar “*fair trade*”-labels bestaan (ze bestaan in alle lidstaten behalve Spanje, Portugal en Griekenland), wordt dit concept geleidelijk overgenomen door de traditionele handelsketens en “*fair trade*”-producten zijn er ook beschikbaar in supermarkten. In een aantal gevallen zijn zelfs producten van het merk van de supermarkt zelf in aanmerking genomen voor een “*fair trade*”-label.

De belangrijkste producten die momenteel in de EU via “*fair trade*”-initiatieven, met inbegrip van alternatieve handelsorganisaties en etiketteringsprogramma’s, worden verkocht, zijn koffie, handwerk (inclusief textiel en kleren), thee, chocolade, gedroogd fruit, honing, suiker en bananen. Vooralsnog hebben alleen koffie, cacao, thee, bananen, suiker en honing een label. In 1994 werd de totale omzet van “*fair trade*”-producten in de EU geraamd op ongeveer 175 mln EUR. In 1997 werd dit cijfer geschat op 200 à 250 mln EUR.

60% van de omzet van “*fair trade*”-producten bestaat uit voedingsproducten en bijna de helft van dit cijfer betreft de verkoop van koffie. “*Fair trade*”-koffie neemt echter niet meer dan 2% in van de totale koffiemarkt in de EU. “*Fair trade*”-bananen, een recenter “*fair trade*”-product, vertegenwoordigen ongeveer 0,2% van de totale bananenmarkt in de EU.

4.2. Politieke activiteit

Behalve deze commerciële activiteiten is in de EU de laatste jaren ook op politiek gebied aandacht besteed aan “*fair trade*”. In januari 1994 heeft het Europees Parlement een resolutie aangenomen over de “ontwikkeling van rechtvaardige en solidaire Noord-Zuid-betrekkingen”¹ waarin wordt gevraagd op communautair niveau initiatieven te nemen ter ondersteuning van “*fair trade*”, specifieke kredieten uit te trekken en “*fair trade*” op te nemen in het beleid van de Gemeenschap inzake ontwikkelingssamenwerking. In 1994 heeft de Commissie een document over Alternatieve handel bekendgemaakt, waarin zij ermee instemt “*fair trade*” zowel in het Zuiden als in het Noorden te ondersteunen. In 1996 heeft het Economisch en Sociaal Comité een advies uitgebracht over de “Europese beweging voor het aanbrengen van “*fair trade*”-keurmerken”², en in de conclusie juicht het de ontwikkeling van initiatieven voor “*fair trade*”-keurmerken toe en verzoekt het de Commissie een aparte begrotingspost te creëren voor “*fair trade*”-activiteiten. Dit verzoek werd herhaald in het rapport over “*fair trade*” (Fassa Report)³ dat het Europees Parlement in 1998 heeft goedgekeurd en waarin ook andere maatregelen worden voorgesteld die de Commissie zou kunnen nemen om “*fair trade*” te ondersteunen.

¹ EP document A3-0373/93, PE 206.396

² ESC 538/96 E/as

³ EP document A4-0198/98 PE 225.945

Behalve de belangstelling voor “*fair trade*” in het algemeen, hebben politici, NGO’s en drukingsgroepen het thema “*fair trade*” specifiek met betrekking tot bananen aangekaart. De Commissie heeft over haar plannen ten aanzien van steun voor “*fair trade*”-bananen vragen gekregen van zowel het Europees Parlement als de Raad van Ministers, en zij heeft zich ertoe verbonden na te gaan welke maatregelen kunnen worden genomen. In oktober 1997 heeft ook de Paritaire Vergadering ACS-EG een resolutie goedgekeurd waarin de Commissie gevraagd wordt maatregelen te nemen om bijstand te verlenen aan marktdeelnemers die “*fair trade*” bananen in de EU op de markt willen brengen.

4.3. Belang voor de consument

Een enquête van EUROBAROMETER, die namens de Commissie in 1997 is uitgevoerd, geeft een idee van de belangstelling van het publiek voor “*fair trade*”-producten. Globaal gesproken heeft 11% van de EU-bevolking reeds “*fair trade*”-producten gekocht, maar de cijfers voor de verschillende lidstaten zijn zeer verschillend, van slechts 3% in Portugal en Griekenland tot 49% in Nederland.

Uit de enquête is ook gebleken dat bijna drie kwart (74%) van de EU-bevolking zegt bereid te zijn “*fair trade*”-bananen te kopen als ze in de winkel naast de “gewone” bananen beschikbaar zijn. In totaal 37% van de EU-consumenten zou bereid zijn een premie van 10% boven de normale prijs te betalen voor bananen van gelijkwaardige kwaliteit maar geproduceerd volgens “*fair trade*”-criteria.

Nader onderzoek van de antwoordformulieren op de enquête heeft aangetoond dat personen die reeds vertrouwd zijn met “*fair trade*”-producten, gemakkelijker “*fair trade*”-bananen zullen kopen, zelfs tegen een hogere prijs. Meer dan 9 van de 10 (93%) consumenten die reeds eerder “*fair trade*”-producten hebben gekocht, zouden bereid zijn “*fair trade*”-bananen te kopen, en 7 op 10 (70%) zouden een premie betalen van ten minste 10% boven de prijs van gewone bananen.

Er zijn ook aanwijzingen dat handelaars zich bewust beginnen te worden van en beginnen rekening te houden met de vraag van de consument om een aantal garanties dat de producten die ze kopen in correcte omstandigheden zijn geproduceerd.

5. EU-ACTIVITEITEN TEN BEHOEVE VAN “FAIR TRADE”

5.1. Financiële steun voor bij “*fair trade*” betrokken organisaties

De Commissie heeft voor activiteiten in verband met “*fair trade*” reeds beperkte financiële steun verleend aan NGO’s in de EU en aan producentenverenigingen in ontwikkelingslanden. Deze middelen zijn voornamelijk afkomstig van begrotingspost B7-6000, met een klein bedrag van B7-6200. Initiatieven op het gebied van “*fair trade*” en ethische handel worden thans opgevoerd onder dezelfde titel “alternatieve handel”.

De tot nog toe verleende bijstand ten laste van die begrotingsposten omvat financiële steun aan:

- “*fair trade*”-etiketteringsorganisaties voor hun promotieactiviteiten voor nieuwe soorten producten; het gaat met name om koffie, cacao, bananen en sinaasappelsap. De activiteiten hadden hoofdzakelijk betrekking op bewustmakingscampagnes voor de consument en educatieve activiteiten. Momenteel draagt de Commissie bij in de financiering van alle “*fair trade*”-etiketteringsorganisaties in de lidstaten,

- de Wereldwinkels – de soorten activiteiten die worden ondersteund, verschillen naargelang van de behoeften van de verschillende organisaties. De meeste organisaties houden zich voornamelijk bezig met de verkoop van producten en de steun van de Commissie wordt gebruikt voor vorming en opleiding en voor promotiecampagnes,
- de EFTA voor voorlichtingsacties, onderzoek, bewustmaking en campagnevoering.

Andere NGO's, die niet rechtstreeks aan de "fair trade"-organisaties verbonden zijn maar wel steun ontvangen, kunnen ook een aantal "fair trade"-activiteiten uitvoeren.

Behalve deze activiteiten in de lidstaten heeft de Commissie ook projecten in de ontwikkelingslanden gefinancierd.

Het aantal steunaanvragen in verband met "fair trade" en ethische handel en het aandeel in de totale uitgaven van projecten in ontwikkelingslanden is de voorbije jaren voortdurend gestegen. De laatste 5 jaar is 9 mln EUR besteed aan steun voor educatieve ontwikkeling. In 1997 heeft de Commissie 2 911 511 EUR van begrotingspost B7-6000 uitgetrokken voor 15 "fair trade"-bewustmakingsprojecten. Voor 1998 is ongeveer 3 700 000 EUR voorgesteld voor projecten betreffende "fair trade" en "ethische handel".

De criteria waaraan de uitgaven op de genoemde begrotingsposten moeten voldoen, dekken niet alle acties om het aanbod van "fair trade"-producten aan de EU-consumenten bekend te maken. Zo zijn promotiemaatregelen volgens die criteria toegestaan, wanneer ze de consument beter bewust maken van het "fair trade"-concept in het algemeen, maar niet wanneer sprake is van promotie voor een specifiek "fair trade"-product. Hierdoor kunnen NGO's die "fair trade"-producten op de EU-markt willen brengen, slechts in beperkte mate gebruik maken van deze begrotingsposten, terwijl promotie een groot deel van de totale begroting absorbeert.

5.2. Andere financiële steun

In de voorbije vier jaar is ook bijstand verleend voor drie projecten betreffende sociaal verantwoorde consumptie, waaronder een aantal "fair trade"-initiatieven. Twee van deze projecten, gericht op de bewustmaking van de consument, zijn inmiddels afgerond. Het derde project zal in de loop van 1999 worden beëindigd. Het betreft het opstellen van een handleiding voor de consument over "duurzaam" kopen. Met deze projecten is in totaal een bedrag gemoeid van bijna 140 000 EUR, dat is opgevoerd op de begrotingsposten B5-1000 en B5-1050.

De Commissie heeft voor rekening van begrotingspost B7-3000 een bedrag van 990 000 EUR besteed aan een programma om kinderen die in Pakistan in de tapijtindustrie werken, te voorzien van voedsel en medische bijstand en deeltijds onderwijs te verstrekken of vaardigheden te leren. Voor de toekomst is 3 000 000 EUR vastgelegd.

Bovendien is voor projecten in India en Nepal ten laste van begrotingspost B7-7070 4 miljoen EUR uitgetrokken.

Wat bananen betreft, heeft de Raad in april 1999 een verordening goedgekeurd tot instelling van een bijzondere kaderregeling voor bijstand ten behoeve van de traditionele

ACS-leveranciers van bananen. Deze verordening omvat de mogelijkheid “*fair trade*”-initiatieven te financieren⁴.

5.3. Wetgeving

Overeenkomstig de algemene basisdoelstelling, duurzame ontwikkeling, moet de Gemeenschap milieu-overwegingen verdisconteren in het beleid op andere gebieden en legt zij ook meer de nadruk op de sociale aspecten van de mondialisering van de handel. In navolging van wat op de top van Kopenhagen is besloten, heeft de EU zich bereid verklaard meer aandacht te besteden aan de sociale aspecten van de groei van de wereldhandel. De EU streeft ernaar effectief vooruitgang te boeken om over heel de wereld sociale ongelijkheden te verhelpen.

De EU is met de realisatie van deze idealen begonnen door in haar wetgeving inzake buitenlandse handel het principe op te nemen dat handel die op sociaal en milieugebied aan minimumcriteria beantwoordt, aangemoedigd wordt.

De EU-regeling inzake algemene tariefpreferenties (SAP), vastgesteld bij Verordening (EG) nr. 3281/94 (industriesector) en Verordening (EG) nr. 1256/96 (landbouwsector) ten aanzien van producten van oorsprong uit ontwikkelingslanden, voorziet in speciale aanmoedigingsmaatregelen in de vorm van aanvullende preferenties die worden toegekend aan landen die in hun nationale wetgeving een aantal minimumcriteria op sociaal en milieugebied in acht nemen.

De Commissie heeft, zoals in deze verordeningen is vereist, in juni 1997 een verslag bij de Raad ingediend over de resultaten van het op internationale fora gevoerde onderzoek naar het verband tussen internationale handel, sociale normen en milieu (COM (97) 260 def). In het licht van de besprekingen van de Raad naar aanleiding van het verslag, heeft de Commissie in oktober 1997 een voorstel ingediend voor extra preferentiële verlagingen, en voor bepalingen voor de tenuitvoerlegging van de speciale stimuleringsregelingen betreffende de werknemersrechten en milieubescherming. Op 25 mei 1998 heeft de Raad zijn goedkeuring gehecht aan Verordening (EG) nr. 1154/98 waarbij die speciale stimuleringsregelingen ten uitvoer worden gelegd.

Om van de sociale stimuleringsregeling te kunnen profiteren, moet het land de normen van de Overeenkomsten van de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) nr. 87 en nr. 98 betreffende de toepassing van de beginselen van het recht van vereniging en van collectieve onderhandelingen, en van Overeenkomst nr. 138 betreffende de minimumleeftijd voor toelating tot het arbeidsproces in acht nemen.

In december 1998 heeft de Raad de SAP-regeling, met inbegrip van algemene en bijzondere stimuleringsmaatregelen, met nog eens drie jaar verlengd, namelijk tot en met 31 december 2001⁵.

De milieuregeling heeft betrekking op landen die voldoen aan de criteria van de Internationale Organisatie voor Tropisch Hout (ITTO). Zij kan dus alleen van toepassing zijn voor industrieproducten op basis van tropisch hout of voor landbouwproducten die worden beheerd volgens de ITTO-normen, vooralsnog de enige internationaal erkende milieunormen op dit gebied.

⁴ Verordening (EG) nr. 856/1999 van 22.4.1999, PB L 108 van 27.4.1999, blz. 2.

⁵ Verordening (EG) nr. 2820/98 van 21.12.1998, PB nr. L 357 van 30.12.1998, blz. 1.

5.4. Verwante activiteiten – ethische handel / gedragscodes

De stichting “New Economics Foundation” heeft in opdracht van de Commissie een studie verricht over het gebruik van sociale labels als een middel om ethische handel te bevorderen⁶. Haar conclusies zijn in november 1998 gepubliceerd. In de studie wordt een overzicht gegeven van de verschillende soorten sociale labels die momenteel worden gebruikt, van eigen labels van individuele producenten tot onafhankelijk erkende labels zoals “*fair trade*” en door de overheid erkende of officiële labels zoals het Eco-label van de EU, hoewel dit geen sociaal label is. In de studie worden ook de essentiële voorwaarden aangegeven voor de doeltreffendheid van het label, zoals duidelijkheid, betrouwbaarheid en impact. In de conclusie van dit onderzoek wordt gesteld dat sociale labels een instrument kunnen zijn om via marktmechanismen positieve sociale veranderingen teweeg te brengen en dat een globale aanpak van de steun voor ethische handel de voorkeur verdient boven een overheidsbeleid die uitsluitend of helemaal niet gericht is op de ontwikkeling van een sociaal label. Voorts wordt beklemtoond dat sociale labels EG-steun verdienen, vooral omdat de samenleving daardoor wordt gebracht tot een beter begrip van de vraagstukken waarnaar de labels verwijzen.

Bij de bedrijven, met name in de sectoren van handel, textiel en kleding, schoeisel, sportartikelen en speelgoed, maar ook bij de producenten van grondstoffen is een groeiend bewustzijn van deze vraagstukken merkbaar, en vele bedrijven hebben reeds eigen gedragscodes ingevoerd.

De overige initiatieven die sinds 1995 op Europees niveau worden uitgevoerd, omvatten gezamenlijke verklaringen en gedragscodes inzake fundamentele arbeidsnormen (de sectoren handel, textiel en kleding, schoenen)⁷ die zijn uitgebracht door de sociale partners in het kader van een dialoog tussen de sociale partners van elke sector. Bovendien heeft de EU op 20 februari 1998 in samenwerking met de ministerie van arbeid van de VS in Brussel een gezamenlijk seminar gehouden over gedragscodes en arbeidsnormen. Het ministerie van arbeid heeft een vervolg georganiseerd in Washington D.C. op 10 en 11 december 1998.

In een door de Commissie op 25 november 1998 georganiseerde workshop zijn de volgende onderwerpen besproken : de behoefte aan controle op de gedragscodes, de inschakeling van alle betrokkenen, en de basisvoorwaarden voor een gedragscode. De Ontwikkelingscommissie van het EP heeft in het ontwerpverslag inzake "EU-normen voor Europese ondernemingen die in ontwikkelingslanden actief zijn : op weg naar een Europese gedragscode en controleorgaan" (Howitt Rapport), de Commissie ook verzocht te overwegen een Europees controleorgaan in te stellen. In dat rapport wordt eveneens voorgesteld dat het EP als bemiddelingsinstantie zou optreden. Ook de Commissie Externe Betrekkingen heeft de Commissie gevraagd een gedragscode op Europees niveau te ontwerpen (Rapport Sainjon). Het Europees Parlement heeft op 13 januari 1999 het Rapport Sainjon goedgekeurd en op 15 januari 1999 het enigszins gewijzigde Rapport Howitt.

⁶ ‘Social Labels -Tools for Ethical Trade’ - final report 1998, New Economics Foundation, Cinnamon House, 6-8 Cole Street, London, SE1 4HY, UK

⁷ 1995 : charter over kinderarbeid tussen de sociale partners van de Europese schoenenindustrie, de Europese Commissie en het CSE:TCH. Het charter is in 1997 bijgewerkt en in 1998 met de sector van de schoenverkopers uitgebreid met instemming van de Europese vereniging van schoenverkopers (CEDDEC) en EuroFiet;

1996 : Gezamenlijke verklaring van de sociale partners van de verkoopsector, Eurocommerce en EuroFiet inzake kinderarbeid;

1997 : gedragscode van de sociale partners van de textiel- en kledingsector, Euratex en ETUC-TCL, die de zes belangrijkste arbeidsakkoorden van de IAO omvatten.

6. “FAIR TRADE”, WTO EN GROEI VAN DE WERELDHANDEL

Handel is lange tijd beschouwd als noodzakelijk voor het creëren van welvaart. De toenemende wereldhandel levert grotere algemene welvaart op, en in de loop van de jaren hebben de handelsnaties van de wereld zich voortdurend ingezet om de wereldhandel te bevorderen en barrières weg te nemen. Dit onder meer heeft een aantal lage-loonlanden in staat gesteld hun economie op relatief korte termijn zeer snel te ontwikkelen. Als doelstelling van het multilaterale handelssysteem is expliciet gesteld dat de voordelen van de liberalisering ook ten goede moeten komen aan landen die zich in een vroeg ontwikkelingsstadium bevinden.

De handelsbarrières zijn verminderd als gevolg van de opeenvolgende GATT-rondes en dit proces is ten slotte, in 1995, uitgemond in de oprichting van de Wereldhandelsorganisatie (WTO), waarvan de doelstellingen onder meer zijn:

“de levensstandaard verhogen, zorgen voor volledige werkgelegenheid ... waarbij de hulpbronnen in de wereld optimaal worden gebruikt met het oog op duurzame ontwikkeling en zowel behoud als bescherming van het milieu worden nagestreefd, met inachtneming van de respectieve noden van landen met een verschillend ontwikkelingsniveau;

erkennen dat er nood is aan positieve acties opdat de ontwikkelingslanden en met name de minst ontwikkelde, aandeel hebben in de groei van de internationale handel naargelang voor de behoeften van hun economische ontwikkeling.”

De Commissie onderschrijft de doelstellingen van de WTO volledig. Alleen een beter toegankelijk multilateraal handelsverkeer kan het kader zijn waarin landen en hun burgers hun voorspoed en welvaart kunnen verhogen.

Bij de invoering van een meer geliberaliseerd handelssysteem is de vraag gesteld of bepaalde ontwikkelingslanden wel in staat zouden zijn volop te profiteren van de meer open handelsomgeving. In de verklaring van Marrakech tot oprichting van de WTO hebben de ondertekenaars dan ook het voornemen kenbaar gemaakt te zullen blijven bijdragen tot de uitbreiding van de handels- en investeringsmogelijkheden van de minst ontwikkelde landen, en de consequenties van de Uruguay-ronde voor kwetsbare economieën te zullen volgen.

Producenten in ontwikkelingslanden in staat te stellen te profiteren van de kansen die de globalisering van de handel biedt, is juist het fundamentele doel van “*fair trade*”-initiatieven.

“*Fair trade*”-initiatieven zijn gebaseerd op vrijwilligheid. Consumenten kunnen een vraag naar “*fair trade*”-producten scheppen door hun koopgedrag, en producenten en handelaars die wensen deel te nemen, bieden producten aan die aan deze vraag tegemoet komen nadat is aangetoond dat ze voldoen aan de “*fair trade*”-voorwaarden, waarbij een passende opbrengst naar de eerste producent teruggaat.

Voor zover “*fair trade*”-initiatieven particuliere initiatieven blijven en gebaseerd zijn op vrijwilligheid, is “*fair trade*” consistent met een niet-discriminerend multilateraal handelssysteem, omdat “*fair trade*” geen invoerbepalingen of andere vormen van protectionisme oplegt. “*Fair trade*”-initiatieven kunnen functioneren als een marktmechanisme dat producenten en consumenten meer keuzemogelijkheden biedt, aangezien het succes ervan, en vooral van “*fair trade*”-producten met een label in gewone winkels, afhangt van de marktvrage.

Als regeringen op “fair trade” gebaseerde regulerende mechanismen zouden invoeren, dan moeten die ook rekening houden met hun WTO-verplichtingen, zodat ervoor kan worden gezorgd dat dergelijke regelingen op een transparante en niet-discriminerende wijze worden toegepast.

Binnenkort begint in de WTO een nieuwe ronde handelsbesprekingen. De Gemeenschap pleit voor een ruime en evenwichtige agenda voor deze onderhandelingsronde die de belangstelling van alle leden wegdraagt. De Europese Unie wil vooral blijven streven naar liberalisering van de handel op een manier die volledig strookt met de doelstelling van duurzame ontwikkeling en die bijdraagt tot een hogere levensstandaard en betere milieubescherming in de hele wereld.

7. OVERWEGINGEN INZAKE EU-STEUN VOOR “FAIR TRADE”-ACTIVITEITEN

• Toename van “fair trade”

Terwijl de “fair trade”-beweging zichzelf nu groepeerd in de FINE, worden de “fair trade”-initiatieven nog steeds op verschillende niveaus ontwikkeld. Er zijn echter steeds meer afzonderlijke ondernemingen die geen band met die organisaties hebben en die “fair trade”-aanvragen indienen op basis van eigen verklaringen of op basis van gedragscodes van een afzonderlijke onderneming of van een groep ondernemingen. Zowel de ontwikkeling van “fair trade” als van ethische handel moeten op coherente wijze worden behandeld.

• Definitie

Eén van de problemen van “fair trade” is dat er op dit ogenblik geen juridische definitie voor bestaat, waardoor misbruik mogelijk blijft. Alleen FINE heeft, pas halfweg 1999, haar goedkeuring gehecht aan het gebruik van één enkele definitie. Bovendien bestaat er ook niet één enkel label of symbool om “fair trade”-producten te identificeren.

Criteria

De criteria voor “fair trade”-producten lijken te verschillen naargelang van het product, de organisatie en het bedrijf. De “fair trade”-beweging zelf, en met name FINE is begonnen aan de formulering van gemeenschappelijke criteria. In het Fassa-rapport is een aantal minimumcriteria voor “fair trade” voorgesteld. Naarmate het aantal “fair trade”-claims en labels toeneemt, groeit ook de nood aan richtsnoeren voor de toepassing van “fair trade”-criteria, waarover de verschillende organisaties het onderling eens moeten worden. Enerzijds moeten deze criteria voorkomen dat misleidende labels en onterechte claims worden gehanteerd, anderzijds moeten zij ervoor zorgen dat ook kleine producenten kunnen deelnemen.

Als eerste stap dient te worden overwogen de NGO's bij te staan in hun streven “fair trade”-etiketteringsorganisaties te helpen criteria te ontwikkelen voor de toekenning van labels en voor certificering, opdat deze criteria op een zo transparant mogelijke wijze worden vastgesteld en als gevolg daarvan de naleving gemakkelijk kan worden gecontroleerd.

- **Keuze van de consument : criteria en controle**

De doelstellingen van “*fair trade*”-labels en claims moeten worden gerealiseerd ten aanzien van de producenten van ontwikkelingslanden, en de consument moet via deze labels en claims in staat worden gesteld gefundeerde keuzes te maken. Er is dan ook duidelijk nood aan onderzoek naar de manier waarop die claims en labels momenteel tot stand komen, en de manier waarop ze worden geverifieerd en gecontroleerd door de “*fair trade*”-organisaties zelf, door onafhankelijke organen of door andere instanties. Er moet bijgevolg aan worden gedacht toezicht, verificatie en controle van zowel de aanvragen als de labels verder te verbeteren, waarbij rekening moet worden gehouden met de kosten en baten en vooral met het concurrentievermogen van “*fair trade*”-producten. Voor verificatie achteraf en voor controle kan bijvoorbeeld met de Richtlijn betreffende misleidende reclame⁸ worden gewerkt om de consument op adequate wijze te beschermen. Er zou ook moeten worden nagedacht over een onafhankelijk systeem voor externe controle of erkenning.

- **Informatie voor de consument**

Opdat “*fair trade*”-initiatieven verder kunnen worden ontwikkeld, moet de consument beter worden geïnformeerd over de beschikbaarheid van “*fair trade*”-producten en de betekenis van “*fair trade*”-labels.

- **Vrijwillige deelname**

Aan een “*fair trade*”-regeling moet steeds vrijwillig worden deelgenomen.

- **Verenigbaarheid met de WTO**

Bij de besprekingen inzake de voortzetting van de steun en de acties voor “*fair trade*” moet de Gemeenschap rekening houden met haar WTO-verplichtingen. “*Fair trade*”-regelingen moeten positieve en vrijwillige stimulansen voor het handelsverkeer zijn en de voor duurzame ontwikkeling gunstige omstandigheden op sociaal en milieugebied verbeteren.

- **Dialoog met de “*fair trade*”-beweging**

Er moet worden overwogen een orgaan in te stellen om met de “*fair trade*”-beweging een dialoog te kunnen aangaan, zodat over de in deze mededeling vermelde onderwerpen en over bijstand van de EU voor de ontwikkeling van “*fair trade*” overleg kan worden gevoerd.

⁸ Richtlijn van de Raad 84/450/EEG van 10 september 1984 betreffende het nader tot elkaar brengen van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen der lidstaten inzake misleidende reclame, PB L 250 van 19.9.1984.