



Frågor och svar på rapporten "Vad uppnås med rättvisemärkning?"

Helena Johanssons rapport "Vad uppnås med rättvisemärkning"¹ är en intressant injektion i debatten om hur vi tillsammans kan minska fattigdomen i världen. Rapporten baseras på en litteraturstudie utifrån ett antal olika frågeställningar som rör effekterna av Rättvisemärkts arbete i Sverige och internationellt.

Flera exempel i rapporten visar på den faktiska skillnad Rättvisemärkt gör för de certifierade odlarna och rapportförfattaren menar att det finns positiva effekter. Men då dessa positiva effekter sedan ställs i relation till ekonomiska teorier och andra exempel som istället försöker påvisa att effekten är försumbar eller till och med negativ, då vinner den sistnämnda argumentationen i rapporten. Rapportförfattaren drar utifrån detta följande slutsats: "Rättvisemärkt är inte lösningen för fattiga bönder".

Helena Johanssons rapport är ett viktigt underlag för fortsatta diskussioner om hur Rättvisemärkt hela tiden kan utvecklas för att bidra till största möjliga skillnad för så många människor som möjligt. Detta utvecklings- och förbättringsarbete pågår kontinuerligt inom Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).

Nedan ger Rättvisemärkt svar på de huvudsakliga frågeställningarna i rapporten.

"Rättvisemärkt är inte lösningen för fattiga bönder"

Det är viktigt att komma ihåg att Rättvisemärkt inte är lösningen på världens alla problem. Att välja Rättvisemärkt som konsument är ett av flera sätt att påverka för en bättre värld, att göra skillnad och bidra till förbättrade arbets- och levnadsvillkor för de som producerar våra varor.

I dagsläget gynnar Rättvisemärkt och Fairtrade internationellt drygt fem miljoner människor i världens utvecklingsländer. I det stora perspektivet, sett till det stora antal människor som lever i fattigdom, är detta en låg siffra. Just därför jobbar vi kontinuerligt och oförtrutet med att öka utbudet av och efterfrågan på Rättvisemärkt, både i Sverige och internationellt. Samtidigt pågår det ett omfattande arbete inom Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) för att kraftigt stärka resultatet av vår verksamhet. Några exempel:

- Verksamheten och kriterierna breddas till att omfatta allt fler produktgrupper
- Verksamheten fördjupas genom att FLO i ännu högre grad verkar som en brygga mellan odlarna och olika företag och ideella organisationer i respektive land, så att utvecklingen understöds från flera håll samtidigt
- Verksamheten stärks genom att tillhandahålla odlarna än mer resurser, stöd och kunskap i frågor som rör bland annat internationell handel och produktionsteknik.

¹ Agrifood Economics Centre, 2009

Genomgripande för Rättvisemärkts vision är att vi vill skapa förutsättningar för utvecklingsländer att handla på schysstare villkor på en internationell marknad och att i denna vision gynna så många människor som möjligt. En av målsättningarna för vår verksamhet internationellt under de kommande åren är att 25 miljoner människor ska gynnas av Fairtrade 2015. Och arbetet slutar förstås inte här.

"Rättvisemärkt är en nischmarknad"

De produkter som säljs som Rättvisemärkt utgör idag en mindre andel av all handel inom respektive produktgrupp. Men försäljningsökningen, liksom resultatet av olika attitydundersökningar, visar tydligt på en utveckling där allt fler och större konsumentgrupper vill göra skillnad genom sina dagliga köpval.

Några exempel: Hela 85 procent av de svenska konsumenterna anser att företag bör ta ett ansvar i handeln med utvecklingsländer, där många råvaruproducenter arbetar och lever under svåra förhållanden.² I samma undersökning säger också 72 procent av konsumenterna, både i Sverige och internationellt, att just en oberoende certifiering är det bästa sättet att säkerställa en produkts sociala och miljömässiga garantier. I en annan undersökning säger sig 77 procent av de svenska konsumenterna vara villiga att betala några kronor extra för en vara som ger odlaren en högre inkomst för sin råvara.³

Samtidigt växer hela tiden antalet Rättvisemärkt-certifierade produkter på den svenska marknaden – från 550 st vid årsskiftet 2008/2009 till drygt 800 i november 2009 – i takt med att allt fler leverantörer och dagligvarukedjor ökar sitt utbud och sin försäljning. Utvecklingen i Sverige följer många andra länder där marknadsandelarna för Fairtrade idag ligger över tio procent för flera produktgrupper.⁴ Att marknadsandelen för kaffe i Sverige idag uppgår till 3,4 procent innebär inte att siffran är densamma i morgon, än mindre om fem eller tio år.

"Det finns inte resurser att i stor skala finansiera ett minimipris som ligger över världsmarknadspriset"

Rapportförfattaren argumenterar implicit för att det inte finns "resurser" för alla människor att kunna leva på sitt arbete, att "konkurrenskraft" är liktydigt med en prispress och en världshandel som bygger på att vissa människor tvingas fara illa för att andra ska kunna konsumera så billigt som möjligt. Rättvisemärkts utgångspunkt är att all handel ska kunna ske inom ramen för befintliga internationella konventioner, såsom att skadligt barnarbete är förbjudet och kan förhindras genom att föräldrarna får en betalning som går att leva på.

Syftet med Rättvisemärkts minimipris är att odlaren som lägst ska få sina produktionskostnader täckta. Minimiprisets storlek och funktion är kontinuerligt under utvärdering och revidering för att så många odlare som möjligt ska gynnas så mycket som möjligt av sin certifiering.

² Globescan, hösten 2008. Undersökningen omfattar totalt 14 500 respondenter i 15 länder. Se hela undersökningsresultatet på <http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/138.htm>

³ ECI, dec 2008. Se hela undersökningen på <http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/138.htm>

⁴ Exempel på marknadsandelar: 53 % för bananer i Schweiz, 25 % för bananer i Storbritannien, 20 % för ananas i Finland.

”Överföringen av pengar från konsument till producent är ineffektiv – Bättre att ge bistånd än att köpa Rättvisemärkt”

Rättvisemärkt är en del av marknadsekonomin, vilket innebär att priset i butik styrs av utbud och efterfrågan. Ju mer vi konsumenter väljer Rättvisemärkt när vi handlar, i takt med ökat utbud, desto större sannolikhet att styckpriset sjunker på sikt. Och därmed skulle också transfereringseffektiviteten – enligt rapportens definition – öka.

Kriterierna och certifieringen handlar om att förbättra de ekonomiska villkoren för odlarna i produktionsledet, inte om att begränsa de vinster som tas ut i handelskedjans efterföljande led (även om det förstås blir problematiskt om varan blir så dyr att konsumenten väljer att inte köpa den). När jag som konsument köper en Rättvisemärkt vara har odlaren redan fått betalt. Det är alltså *inte* fråga om att en viss andel av det pris jag betalar för varan strömmar tillbaka in i handelskedjan och först i ett senare skede ”når fram” till odlaren. Därmed blir det också något missvisande att, som rapportförfattaren, prata om begrepp såsom ”transfereringskostnader” och ”risk för läckage”.

Det bör också poängteras att Rättvisemärkt inte står i kontrast till bistånd. Det är helt enkelt två olika verktyg för att påverka och bidra till förändring. Rättvisemärkt handlar om handel och skiljer sig alltså från bistånd i just detta hänseende. Att skapa bättre handelsvillkor för odlare i utvecklingsländer bidrar till att stärka deras handlingskraft och möjligheter att skapa en bättre vardag för sig själva och sin familj. Att handla Rättvisemärkt är ett sätt för konsumenter att i sina dagliga köpval göra skillnad för de människor som producerat råvaran.

”Rättvisemärkts krav på småskalighet gör att jordbrukarna inte kan dra nytta av stordriftfördelar”

Rapporten är till stor del inriktad på kaffeproduktion. Det internationella Fairtrade-kriterierna för kaffe avser just småskalig produktion, då de flesta av världens kaffeodlare de facto odlar kaffe på sina egna gårdar. Och det är just dessa kaffeodlare som historiskt sett har drabbats hårdast av fallande världsmarknadspriser och hård prispress från lokala uppköpare.

Rättvisemärkt har dock inget principiellt krav på ”småskalighet” tvärs över alla produktgrupper. Det är viktigt att kriterierna anpassas efter verkligheten och efter hur världshandeln ser ut för varje specifik produktgrupp. Just därför finns det speciellt utformade kriterier även för anställd arbetskraft på större plantager, för produktgrupper såsom bananer, te och blommor.

För de produktgrupper där just småskalig odling förekommer i stor utsträckning – som i fallet med kaffe – bidrar de facto certifieringen till att enskilda kaffeodlare organiserar sig i större producentorganisationer och därmed utgör en starkare kraft i den internationella handeln.⁵ Genom de ökade intäkterna och den Fairtrade-premie som odlarna får vid försäljningen möjliggörs investeringar i produktionen. Detta skapar också förutsättningar för odlarna att ta större kontroll över förädlingen av råvaran, att göra sig mer oberoende av mellanhänder och på sikt öka vinsten ytterligare.

⁵ Ett sådant exempel är kaffeorganisationen Sidama Union i Etiopien, bestående av cirka 90 000 kaffeodlare som genom denna organisering bland annat vinner stordriftsfördelar.