



Valerio Chinchay Niño,
sockerodlare i Peru.

FATTIGDOMSBEKÄMPNING GENOM EMPOWERMENT

Fairtrade-rapporten 2012



FAIRTRADE
SVERIGE

Innehållsförteckning

Förord	3
Fattigdomsbekämpning genom empowerment	4
Framsteg och utmaningar med fattigdomsbekämpning	4
Vad är fattigdom?	5
Empowerment som verktyg för effektiv fattigdomsbekämpning.....	6
Vad är empowerment?	6
Grundläggande faktorer för att nå empowerment.....	8
Fairtrade och empowerment	10
Fairtrades strategi för ökad empowerment.....	10
Fairtrade bidrar till utveckling genom utbildning	12
Fairtrade-producenter blir stärkta genom inkludering.....	14
Fairtrade-producenters möjlighet att utkräva ansvar stärks.....	17
Odlare och anställda får kapacitet att organisera sig lokalt.....	18
Fairtrades kriterier anpassas till odlarnas egen verklighet.....	20
Fairtrade-producenter lyfter sig själva ur fattigdom	20
Vägen framåt – goda exempel	22
Fairtrade 2012 i siffror	26
Noter	30

Fairtrade-rapporten 2012 är indelad i fyra delar. Den första delen ger en överblick över begreppet empowerment. Vad innebär det och hur kan ökad empowerment leda till effektiv fattigdomsbekämpning? Den andra delen beskriver hur Fairtrade arbetar för att stärka odlare och anställda att kunna ta makt över sina egna liv. Fairtrade arbetar på bred front för att öka odlares empowerment, bland annat genom inkludering på alla nivåer i organisationen. Del tre lyfter fem goda exempel på aktörer som tagit stora steg för att motverka fattigdom genom Fairtrade och som sätter nya höga målsättningar för att fortsätta stärka producenter i utvecklingsländer framöver. Rapporten avslutas med en årligen återkommande sammanställning av statistik kring hur arbetet med Fairtrade går i Sverige och i andra delar av världen.

Fairtrade-rapporten 2012

© Fairtrade Sverige

Text: Sara Hugosson

Redaktör: Helena Markstedt

Formgivning: Ann-Katrin Persson

Foto: Ann-Katrin Persson: s. 3. Didier Gentilhomme: vänster bild framsida. Fairtrade Sverige: s. 13, 17.

Kennet Havgaard: s. 9. Linus Hallgren: höger bild framsida, s. 7, 11, 14, 15, 19, 21, 25.

Tryck: Wikströms 2012. PUB-2-150-9

Framtiden vi vill skapa



S lutedokumentet från Rio+20-mötet i juni 2012 "Framtiden vi vill ha" är tydlig på en punkt. Att utrota fattigdom är den största globala utmaning världen står inför idag och en absolut nödvändighet för hållbar utveckling. En värld utan fattigdom är framtiden vi vill ha. Men hur skapar vi den?

Att vara hungrig, att inte ha en toalett, att inte ha tillgång till vatten, att inte kunna få medicin när man är sjuk, att inte ha råd att låta barnen gå i skolan; fattigdom tar sig oftast väldigt enkla uttryck i materiella brister som får näst intill oöverstigliga konsekvenser i människors liv. Det är lockande att reducera fattigdomsbekämpning till arbetet med att adressera de materiella bristerna; skicka mat, bygga brunnar, skeppa mediciner, starta skolor, samla in pengar. Men det enkla blir komplext när det handlar om miljontals människor, alla med en unik historia. Alla fattigdomsuttryck har dock en gemensam nämnare – de berövar människors handlingsfrihet och makt att styra över sina egna liv. Därför är det där kärnan i arbetet med att bekämpa fattigdom finns.

Fairtrade är den enda produktmärkningen som har som uttalat mål att motverka fattigdom och stärka graden av medbestämmande och inflytande för människor i utvecklingsländer. Vår vision är en världshandel med rättvisa villkor, där producenter i utvecklingsländer har möjlighet att skapa sig en trygg och hållbar tillvaro, i vilken de kan utvecklas och bestämma över sin egen framtid.

Fairtrade-rapporten 2012 handlar om empowerment, om vad begreppet står för och hur avgörande det är i arbetet för att minska fattigdomen i världen. Och inte minst hur du som konsument, varje gång du väljer Fairtrade-märkta produkter, bidrar till fattigdomsbekämpning genom empowerment. Det handlar om hur vi skapar den framtid vi vill ha.

A handwritten signature in dark ink that reads "Helena Markstedt".

Helena Markstedt,
Generalsekreterare Föreningen för Fairtrade Sverige

*Att som odlare kunna organisera sig och göra sin röst hörd,
det är empowerment.*

Michael Nkono, verkställande direktör, Fairtrade Africa.

Fattigdomsbekämpning genom empowerment

Vad innebär det att vara fattig och vad inbegrips i begreppet empowerment? Vilka faktorer behövs för att lägga grunden till empowerment och effektiv fattigdomsbekämpning?

Framsteg och utmaningar med fattigdomsbekämpning

FN:s mål om att halvera den extrema fattigdomen i världen till år 2015 ser ut att kunna uppnås. Andelen av världens befolkning som är extremt fattiga har de senaste åren minskat och nedgången sker i världens alla regioner, inklusive Afrika där problemen är som allra störst.¹ Trots denna framgång finns det stora utmaningar. Att utrota fattigdomen är fortfarande den största globala utmaningen som världen står inför och samtidigt ett absolut krav för att nå hållbar utveckling.² Enligt siffror från Världsbanken lever var fjärde person som bor i ett utvecklingsland under fattigdomsgränsen och försöker överleva på mindre än \$1,25 per dag.³ Drygt 20 000 barn under fem år dör varje dag, hälften av dessa dödsfall kan kopplas till fattigdomsrelaterade orsaker såsom undernäring, dåliga sanitära förhållanden och brist på rent vatten. Nära en miljard människor saknar tillräckligt med mat och går till sängs hungriga varje kväll.⁴ World Food Programme (FN:s livsmedelsprogram) rapporterar att hunger är en av världens största hälsorisker och dödar fler än vad AIDS, malaria och tuberkulos gör tillsammans.⁵

Dessa positiva resultat representerar en enorm reduktion i mänskligt lidande... men de är inte en anledning att slappna av. Prognoser visar att år 2015 kommer fler än 600 miljoner människor världen över fortfarande att använda osäkra vattenkällor, nästan en miljard kommer att leva en på inkomst på mindre än \$1,25 per dag, mammor kommer fortsätta att dö i onödan i barnsäng och barn kommer att lida och dö av sjukdomar som kan förebyggas.

Ban Ki-Moon, FN:s generalsekreterare, The Millennium Development Goals Report 2012.

Antalet och andelen extremt fattiga 1990 och 2008, i miljoner människor och procent.

	1990	2008	1990	2008
Östra asien	926	284	56 %	14 %
Södra asien	617	571	54 %	36 %
Afrika söder om Sahara	290	386	57 %	48 %
Latinamerika	53	37	12 %	6 %
Mellanöstern och Nordafrika	13	9	6 %	2,7 %
Europa och Centralasien	9	2	1,9 %	0,47 %
Världen totalt	1909	1289	43 %	22 %

Källa: Världsbanken (Blir världen bättre).

Vad är fattigdom?

När människor som lever i fattigdom berättar om sina erfarenheter målas en tydlig bild upp; att vara fattig handlar inte bara om att ha brist på pengar och tillgångar. Fattigdom är något som präglar och begränsar hela livet. Det är att sakna makt och inflytande över beslut som påverkar ens liv och att ofrivilligt vara beroende av andra. Fattigdom handlar om att inte kunna äta sig mätt, att inte ha tillgång till rent vatten eller sjukvård, att inte kunna skicka sina barn till skolan, att inte kunna läsa och skriva eller att få sina rättigheter kränkta. Människor i fattigdom upplever att deras åsikter ignoreras, att ingen lyssnar på vad de har att säga och att livet kännetecknas av utanförskap och hopplöshet.⁶ Att bara tala om fattigdom som brist på pengar är därmed att förenklad problemet.

Fattigdom innebär att bli kränkt och förödmjukad. Det är en känsla av att vara beroende och att tvingas acceptera förolämpningar, kränkningar och likgiltighet när vi ber om hjälp.

World Development Report: Attacking Poverty.

Att ha ett arbete leder inte automatiskt till att

människor tar sig ur fattigdom. Många arbetare tvingas söka sig till osäkra anställningar när pengarna inte räcker till och andelen fattiga arbetare i världen växer. En av fem arbetare lever i dag i extrem fattigdom.⁷ Trots hårt och ihärdigt arbete är det även många jordbrukare som

inte tar sig över fattigdomsgränsen. Inom jordbrukssektorn finner vi 70 procent av världens fattiga,⁸ en sektor som ger arbete åt en tredjedel av världens sysselsatta.⁹ Barnarbete är en vanlig följd av fattigdom och medför att drygt 100 miljoner barn inom jordbrukssek-

Fattigdom är 'som att leva i fångelse, i fångenskap, i väntan på att bli fri'.

Kvinna, Jamaica. World Development Report: Attacking Poverty.

torn arbetar i stället för att gå i skolan. Låga löner, farlig arbetsmiljö samt små möjligheter att påverka sin levnadssituation är också vanligt förekommande konsekvenser.¹⁰ Fattigdom är ett mångdimensionellt problem.

FN:s definition av fattigdom

I grunden är fattigdom ett förnekande av val och möjligheter, en kränkning av människors värde. Det innebär att man saknar grundläggande förmågor att delta effektivt i samhället. Det innebär att inte ha tillräckligt med resurser för att försörja en familj, att inte ha en skola eller ett sjukhus att gå till, inte ha mark att odla sin mat på eller ett jobb för att tjäna sitt uppehälle, att sakna tillgång till krediter. Det innebär otrygghet, maktlöshet och utanförskap för både individer, familjer och samhällen. Det innebär en ökad utsatthet för våld, och det innebär ofta att man lever i otrygga miljöer, utan tillgång till rent vatten eller sanitet.

FN:s definition av fattigdom, juni 1998, undertecknat av cheferna för samtliga FN-organ.

Fattigdom i världen

- En av fem arbetare lever i dag i extrem fattigdom.
- En av sex människor i världen saknar tillgång till rent vatten.
- 2,5 miljarder människor saknar toalett.
- Ett av åtta barn, söder om Sahara, dör innan de fyller fem år. En stor andel av dem på grund av orsaker och sjukdomar som är lätta att förhindra eller bota.
- 925 miljoner människor beräknas vara kroniskt undernärda.
- I Afrika söder om Sahara är 43 procent av alla barn under fem år underviktiga.

The Millennium Development Goals Report 2011; WHO; UNICEF och Joint Monitoring Programme on Water Supply and Sanitation.

Empowerment som verktyg för effektiv fattigdomsbekämpning

Det är vedertaget att det inte går att motarbeta fattigdom enbart genom ökad ekonomisk tillväxt. Ekonomisk tillväxt är en viktig komponent för utveckling men inte den enda. En nyckelfaktor är att de som lever i fattigdom själva aktivt ska kunna ta sig ur fattigdomen och bidra till den utveckling de vill se i sina liv och samhällen. När de själva får komma till tals och påverka kommer samhällen utvecklas och ekonomier att växa. Det är grundtanken med empowerment. När empowerment är utgångspunkten kommer utvecklingen inte ske på bekostnad av de fattiga, utan tack vare att de som lever i fattigdom är inkluderade. De måste ses som en värdefull resurs, inte som ett problem.¹¹

Ekonomisk tillväxt kommer inte att minska fattigdomen, förbättra jämlikheten eller skapa jobb, om den inte är inkluderande.

UNDP¹²

När man har empowerment som utgångspunkt i utvecklingsarbetet sätts de som lever i fattigdom i centrum för utvecklingen och ses som den viktigaste resursen, snarare än som problemet.

Världsbanken¹³

Vad är empowerment?

Termen empowerment är svår att översätta och kan ha olika innebörd beroende på vem man pratar med. Empowerment associeras runt om i världen med begrepp såsom: kontroll, egenstyrka, egenmakt, självtillit, egna val, liv i värdighet, frihet, uppvaknande och möjligheter.¹⁴ På svenska brukar det översättas till egenmakt eller självbestämmande.¹⁵ Den samlade bilden av empowerment, i kontexten av att motverka fattigdom, är att de som lever i fattigdom ska kunna ta makt över sina egna liv. Att få kunskap och utbildning som genererar nya möjligheter. Det handlar om att få vara delaktig och inkluderad i att forma sin egen framtid och att inte bli ignorerad av makthavare. Empowerment är ett utvecklingsverktyg som bygger människors självförtroende.¹⁶

Empowerment handlar om valfrihet och självständighet. Det handlar om att inte bli konstant överkörd av landägare och makthavare. Det innebär att vara utbildad och ha förmågor som genererar möjligheter.

Världsbanken¹⁷



Möte, APPBOSA,
bananplantage i Peru.

Grundläggande faktorer för att nå empowerment

Strategierna för hur individer kan stärkas till att kunna ta makt över sina egna liv skiljer sig åt beroende på vilken sociokulturell eller politisk kontext någon befinner sig i. I omfattande studier från Världsbanken har man dock kunnat utröna fyra gemensamma faktorer som har visat sig ligga till grund för empowerment oavsett vilket samhälle de har implementerats i.¹⁸ Dessa faktorer är:

Tillgång till information. Att ha tillgång till relevant, aktuell och begriplig information är grundläggande för att en individ ska kunna ta makt över sitt eget liv och sin framtid. När individer är informerade är de bättre rustade att ta tillvara på möjligheter och utöva sina rättigheter.¹⁹

Inkludering och deltagande. Om de som ofta exkluderas från beslutsfattande positioner i samhället, till exempel minoritetsgrupper, kvinnor och människor som lever i fattigdom, ska kunna stärka sitt medbestämmande är det essentiellt att de inkluderas i planerings- och beslutsprocesser av sådant som påverkar deras liv. Inkluderingen är viktig för att resurser ska investeras i sådant som bygger på lokal kunskap och lokala prioriteringar.²⁰

Ansvarsskyldighet. Att kunna utkräva ansvar är en nyckel i arbetet för ökad empowerment. När de som lever i fattigdom kan hålla makthavare till svars skiftar kontrollen och makten över till dem.²¹

Kapacitet för lokal organisering. Att ha kapacitet att organisera sig kallas ibland för "de fattigas tillgång". Det är mer troligt att människor som organiserar sig och samlar sina resurser får sina röster hörda och krav tillgodosedda, jämfört med dem som inte är det. När det finns möjlighet att organisera sig kan människor vara med och påverka beslut, även när det saknas ekonomiska tillgångar.²²

Butiksägare lurar oss eftersom vi inte vet hur man räknar. De köper till priser som de vill ha, och betalar mindre. De kan lura oss eftersom vi inte är utbildade.

Kvinna, Ecuador. World Development Report: Attacking Poverty.

Att underlätta för ökad empowerment bland de människor som lever i fattigdom – genom att göra statliga och sociala institutioner mer lyhörda för dem – är också en nyckel för att minska fattigdomen.

World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty.

Till slut kommer beslutsfattarna höra oss. Tidigare var det inte ens någon som frågade oss vad vi tänkte och tyckte.

Man, Guatemala. World Development Report: Attacking Poverty.

Om vi inte är organiserade och vi inte samlar oss, kan vi inte be om någonting.

Kvinna, Argentina. World Development Report: Attacking Poverty.

Makten över vågen

Utdrag ur kapitel 3 "Ner i helvetet och upp igen" från Harriet Lambs bok "Schyssta bananer – den krokiga vägen till Fairtrade".

– Vi har precis fått den här, så vi tänkte att vi kunde packa upp den tillsammans med dig. Vi har köpt den för pengarna från vår första Fairtrade-premie, säger Ganga. Hon är klädd i en nylonsari med lysande lila och blå virvlar, och hon står böjd över en brun papplåda. Nu öppnar Ganga paketet, och fram kommer en blank låda i rostfritt stål, ungefär tre kvadratdecimeter stor och 15 centimeter hög. Ur ett annat paket kommer det fram en digital display med knappar.

– Det är en våg, säger Ganga stolt. Jag ler tillbaka och hennes entusiasm smittar av sig. Varför, frågar jag, har de bestämt sig för att lägga premiepengarna på en våg?

– Innan vi blev Fairtrade-certifierade var penningutlåna ett av våra största problem, förklarar hon. Vi var tvungna att låna i början av säsongen för att kunna köpa frön och utrustning och för att kunna betala extraarbetare som kan hjälpa oss att skörda bomullen när den är som bäst. De tog ut enorma räntor. Efter bara några månader skulle vi betala tillbaka en tredjedel av det vi hade lånat. Dessutom var vi tvungna att sälja bomullen till dem. Ofta lurade de oss när bomullen skulle vägas och mixtrade med vågarna för att inte behöva betala fullt pris.

Ganga stryker över den blanka metallytan på den eleganta moderna apparaten framför sig och fortsätter:

– Genom att arbeta tillsammans kan vi få riktiga banklån till en bråkdel av penningutlånarnas ränta. Och vi kan inte bli lurade av någon när vi säljer bomull för vi vet hur mycket den väger.

Det är fullkomligt logiskt. Odlarna har inte bara fått en bra våg. De har dessutom tagit ett kliv mot att ta kontrollen över sina liv. Genom att köpa vågen ger de uttryck för att de inte tänker vara de mäktigas offer längre. De investerar i en ljusare framtid, och förskjuter maktbalansen.



Fairtrade och empowerment

Hur arbetar Fairtrade med att bekämpa fattigdom genom empowerment? Hur är de fyra nyckelfaktorerna; tillgång till information, inkludering och deltagande, ansvarsskyldighet och kapacitet för lokal organisering, representerade i Fairtrade-märkningen?

Fairtrades strategi för ökad empowerment

Fairtrade är den enda produktmärkningen som har som uttalat mål att motverka fattigdom och stärka graden av medbestämmande och inflytande för människor i utvecklingsländer. Andra märkningar med etisk inriktning har till exempel som huvudsyfte att skydda miljön eller att öka transparensen i handelskedjan. Fairtrade vill se ett handelssystem som stärker odlare och anställda och skapar möjligheter för producenter att själva bestämma över sin egen framtid.

Fairtrade arbetar strategiskt med ökad empowerment i producentledet och arbetar på bred front med de fyra faktorer som Världsbanken lyfter som essentiella för att lyckas nå empowerment: odlare ska ha tillgång till information, vara inkluderade och delaktiga, kunna ställa aktörer till svars samt organisera sig lokalt. Fairtrade är övertygade om att odlare och anställda som

Att sammanföra människor, ge dem en röst och stärka producenter så att de kan ta framtiden i sina egna händer, är empowerment.

Michael Nkono, verkställande direktör Fairtrade Africa.

lever i fattigdom kan övervinna hinder och marginalisering om de har möjlighet att ta mer kontroll över sitt arbete och sina liv, om de är bättre organiserade, har större resurser, mer stöd och kan säkra tillgången till marknader baserade på mer rättvisa handelsvillkor. Genom

att organisera sig i kooperativ eller andra organisationsformer skapar de anslutna Fairtrade-certifierade odlarna förutsättningar för att driva företag tillsammans och möjlighet att ta ut vinst som rättmätigt är deras. De får direkt inflytande över sin egen utveckling. Anställda upplever empowerment genom bland annat ökad organisering på arbetsplatsen, möjlighet att förhandla om sina löner samt ökad kunskap om sina rättigheter.



– Kaffeodlarna i vårt kooperativ ser Fairtrade som det bästa sättet att reducera fattigdomen i vårt samhälle.

Anna Mlay, kaffeodlare och HR-ansvarig för kooperativet KCU i Tanzania.

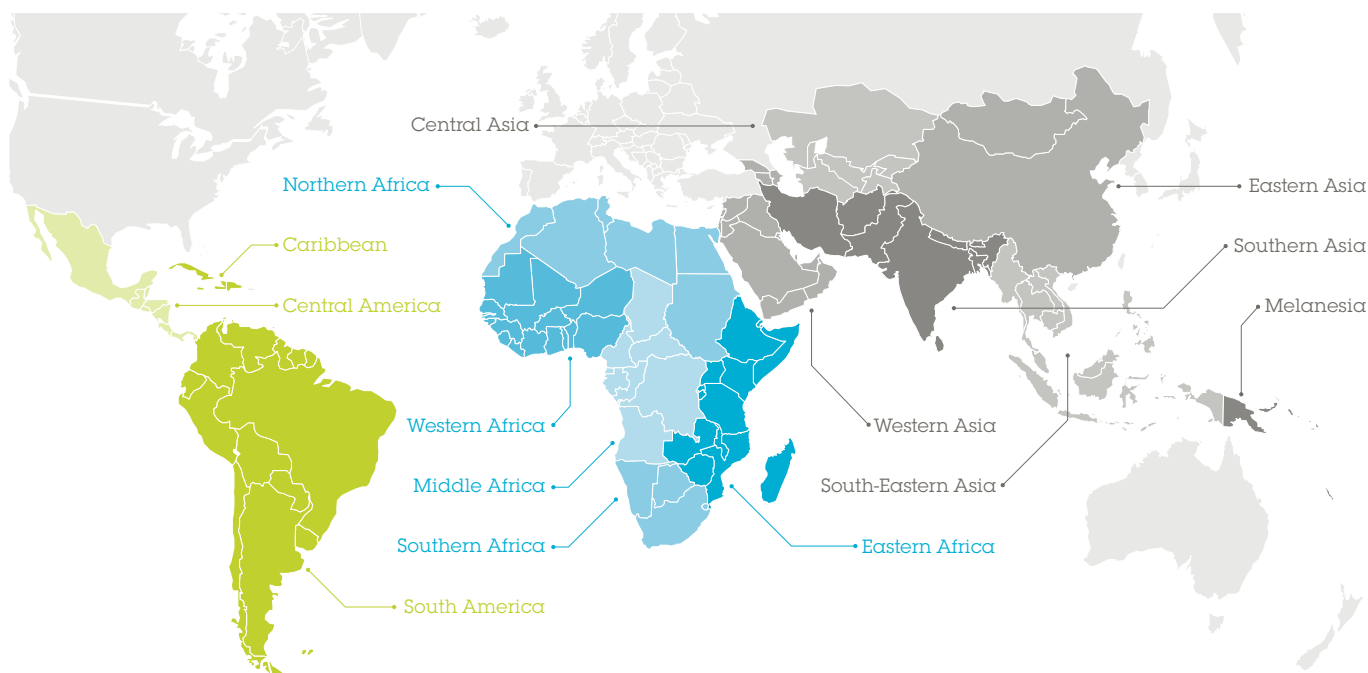
Fairtrade anser att fattigdomsminskning handlar om uppfyllandet av de mänskliga rättigheterna genom delaktighet och utveckling; att bekämpa fattigdom på ett hållbart sätt, genom att producenterna själva stärker sin ställning på världsmarknaden och därigenom kan ta mer kontroll över sina liv. Fairtrades mål är att bekämpa fattigdom på ett effektivt sätt och produktmärkningen är verktyget för att nå det målet.

Fairtrades strategi för att öka självbestämmandet och egenmakten i certifierade producenters liv sammanfattas under följande fem rubriker i det här kapitlet:

- Fairtrade bidrar till utveckling genom utbildning
- Fairtrade-producenter blir stärkta genom inkludering
- Fairtrade-producenters möjlighet att utkräva ansvar stärks
- Odlare och anställda får kapacitet att organisera sig lokalt
- Fairtrades kriterier anpassas till odlarnas egen verklighet

1,2 miljoner Fairtrade-producenter

Fairtrade är en produktmärkning för producenter i utvecklingsländer. Det finns cirka 1,2 miljoner Fairtrade-certifierade odlare och anställda världen över varav 58 procent av dem bor i Afrika, 17 procent i Asien och 25 procent i Latinamerika och Karibien.



Latin America and the Caribbean

Farmers	262,200
% of all farmers	28%
Workers	9,800
% of all workers	6%
Total	272,000
%	25%

Africa

Farmers	568,200
% of all farmers	61%
Workers	72,800
% of all workers	45%
Total	641,000
%	58%

Asia

Farmers	108,200
% of all farmers	12%
Workers	80,200
% of all workers	49%
Total	188,200
%	17%

Fairtrade bidrar till utveckling genom utbildning

Möjligheten att kunna ta till sig, och få tag på, information om sådant som direkt påverkar ens liv är centralt i arbetet för ökad empowerment. När individer har tillgång till relevant, aktuell och förståelig information har de större potential att ta makt över sina egna liv, få tillgång till olika tjänster och utöva sina rättigheter.²³ Om information görs lättillgänglig och utbildningsnivåerna ökar gynnar det såväl individer som hela samhällen. Familjer och hushåll med högre utbildningsnivå har vanligtvis bättre förutsättningar att hantera risker och diversifiera sin inkomst, ta krediter och lån samt är oftast mer kapabla att anpassa sig till förändringar. Analfabetismen är ofta hög i fattiga områden, vilket är ett stort hinder i arbetet med informationsspridning. Samtidigt är det viktigt att understryka att tillgång till information inte stannar vid det skrivna ordet utan kan förmedlas genom andra kanaler såsom radio, TV, sketcher, poesi och berättelser.

Fairtrade arbetar på bred front för att göra tillgången till information stor för certifierade producenter och deras familjer. Bland annat genom Fairtrades kriterier och premie. Fairtrade är den enda produktmärkningen som säkerställer i sina kriterier att betalningen till odlarna som lägst ska täcka produktionskostnaden genom ett så kallat minimipris. Detta ger odlare en säkrare inkomst som i sin tur ger barn bättre förutsättningar att gå i skolan i stället för att arbeta. Barnarbete är ofta en direkt konsekvens av att föräldrarna inte har råd att skicka sina barn till

Kunskap är makt. Information är frigörande. Utbildning är förutsättningen för framsteg, i varje samhälle, i varje familj.

Kofi Annan, FN:s generalsekreterare 1997–2006.

skolan. Fairtrade-premien, som är en extra betalning vid försäljning av certifierade produkter, investeras också ofta i utbildningsrelaterade projekt såsom skolbyggnader, skolavgifter och stipendier. Premieutbetalningen går direkt till producenterna som demokratiskt ansvarar för hur den investeras. Fairtrade-märkningen syftar inte enbart till att öka utbildningsnivån hos barn utan även hos odlare och anställda. Kriterierna fastslår bland annat att producenterna ska få information om sina rättigheter, om förbud kring diskriminering samt hur man hanterar bekämpningsmedel på ett hållbart och säkert sätt. En stor del av Fairtrade-premien investeras också i vuxenutbildning bland annat inom områdena export- och marknadsutveckling. Se mer i diagram på sidan 16.

Utbildning – en viktig faktor för utveckling

Trots att analfabetismen i världen har halverats sedan 1970 saknar fortfarande 776 miljoner vuxna kunskaper i att läsa och skriva, två tredjedelar av dem är kvinnor. En läskunnig befolkning är en nyckelfaktor i ett fattigt lands strävan mot långsiktig utveckling.²⁴

Med utbildning har man större möjlighet att få ett betalt arbete och kunna försörja sig själv, vilket i sin tur bidrar positivt också till de andra millenniemålen. Till exempel har det visat sig att när barn – både flickor och pojkar – får gå i skola så gynnas både familjen och samhället i stort.²⁵

En ytterligare central del i Fairtrades arbete med att öka tillgången till information är att ge producenterna stöd i sin utvecklingsprocess. Fairtrade International ger bland annat stöd genom regionala representanter som kontinuerligt besöker producenterna och informerar om kriterierna. Till exempel gällande de anställdas rättigheter att organisera sig fackligt eller hur diskriminering förhindras på arbetsplatsen. De hjälper till att anordna kurser och utbildningar för såväl ledning som anställda.

År 2009 fick Natural Resource Institute (NRI) i uppdrag av Fairtrade i Storbritannien att göra en litteraturstudie utifrån redan producerade rapporter om Fairtrade. NRI granskade²⁶ fallstudier och sammanställde dem i en rapport och analyserade vilken effekt Fairtrade-certifieringen haft på producenter på lokal nivå. Av de 33 undersökta fallstudierna identifierade 22 av dem en eller flera aspekter av ökad empowerment för individuella producenter.²⁷ Exempel på empowerment på individnivå är enligt rapporten: ökad utbildningsnivå, större kunskap om marknads- och exportfrågor, bättre tillgång till utbildning samt förbättrat självförtroende. När odlare lär sig hur marknaderna fungerar leder det i sin tur till ökade möjligheter att verka på flera nya marknader och ett större självförtroende att förhandla om priset.²⁸

Jag är analfabet. Det är som att vara blind.

Kvinna, Pakistan. World Development Report: Attacking Poverty.



Jacuba är en av många odlare som har sett vad Fairtrade-premien bidrar till i samhället där hon bor. Självt har hon till exempel genom premien fått ett stipendium för att studera vid universitet. Men hon nämner också andra investeringar som har gjorts: – Vi får alltid hjälp av det som premien ger. Kvinnorna ges möjlighet till kurser genom att en betald lärare sköter utbildningen och stärker de kvinnor som arbetar med kakao-odling. Detta har gett oss större kunskap i produktutveckling, till exempel att vi kan producera mer än bara kakao. Vi gör vin, kex och marmelad. Detta är produkter som kommer från kakaon och kakaoplantan. Utan Fairtrade skulle vi ha lägre intäkter och mindre resurser. Livet skulle vara svårare.

Jacuba García Monegro, kakaoodlare i kooperativet CONACADO i Dominikanska Republiken.

Fairtrade-producenter blir stärkta genom inkludering

När människor berättar om sina upplevelser av att leva i fattigdom uttrycker de ofta en känsla av hopplöshet. De känner sig ignorerade av makthavare och att beslut ständigt tas över deras huvud. Om de som är exkluderade i samhället ska kunna stärka sitt medbestämmande är det essentiellt att de inkluderas i både planerings- och beslutsprocesser av sådant som påverkar deras liv. När detta görs blir investeringar mer hållbara eftersom de bygger på lokal kunskap och förståelse. Detta skapar också ett mer aktivt engagemang lokalt. Inkludering och deltagande kan ske på många olika sätt till exempel genom direkt deltagande, genom representanter eller informationsspridning.²⁹

Vi hoppas nå ut med budskapet till konsumenter om hur viktigt det är att producenterna har en röst i alla etiska certifieringssystem, så att detta beslut som Fairtrade tagit kommer att växa stort.

Bharath Mandanna, tillförordnad ordförande i nätverket för Fairtrade-producenter i Asien, Network of Asian Producers.

Fairtrade-märkningen är unik bland produktmärkningar när det kommer till inflytande och demokratiutveckling. Fairtrade arbetar genomgående med odlares och anställdas delaktighet i rörelsen. Producenterna är representerade i Fairtrade Internationals styrelse, kommittéer samt i generalförsamlingen. I generalförsamlingen har de 50 procents representation och röstandel. Genom denna representation är odlare och anställda delaktiga i beslut som

gäller den övergripande verksamheten samt i arbetet med att sätta minimipriser, premier och att utveckla kriterier. Denna typ av organisationsstruktur gör producenterna till en viktig del av Fairtrade, med möjlighet att påverka beslut som är avgörande för deras framtid.



– Jag är den första kvinnan som är medlem i styrelsen. Tack vare detta kan jag påverka andra kvinnor att komma på årsmöten och att själva vilja bli invalda i styrelsen. Fler kvinnor vill nu vara med och bestämma. Tack vare ersättningen för mitt kaffe kan jag låta mina barn gå i skolan. När jag säljer mitt kaffe som Fairtrade-märkt får jag ett bättre pris för kaffebönorna och livet blir lättare. Premien från Fairtrade har förändrat våra liv, med den utvecklar vi vårt samhälle. Vi har byggt två skolor som dessutom fått el.

Belaynesh Mamo, kaffeodlare i kooperativet Sidama Coffee Cooperative Union i Etiopien.

När det kommer till beslut gällande Fairtrade-premien är det odlare och anställda som själva bestämmer över hur de investerar denna extrainkomst. Investeringarna sker därmed utifrån producenternas lokala kunskap och i områden som är relevanta för dem. På Fairtrade-certifierade kooperativ tas dessa beslut vid årsmöten och för anställd arbetskraft fattas besluten i en demokratiskt vald premiekommitté. Fairtrades kriterier följer ILO:s konvention 111 om förbud mot diskriminering på grund av etnicitet, hudfärg, kön, sexuell läggning, ålder, funktionshinder och politisk eller religiös övertygelse. Detta innebär att nämnda variabler inte får ligga till grund för beslut som rör anställning eller arbetsvillkor. Vidare ställer utvecklingskriterierna krav på att extra hänsyn ska tas till minoritetsgruppers möjlighet att utvecklas inom verksamheten.

Kontentan är att varje röst ska höras och att alla ses som likvärdiga partners i dessa processer.

NRI lyfter i sin rapport att en stor fördel med Fairtrade är att det efter certifiering rapporterats ökade nivåer av delaktighet på kooperativen och att beslutsfattandet har blivit mer demokratiskt till fördel för producenterna. Uppskattningsvis var det 19 av 33 fallstudier som visade på ökade demokratiska arbetssätt och större nivåer av delaktighet.³⁰

Att inkludera de som lever i fattigdom, och andra exkluderade grupper, i beslutsfattande positioner är essentiellt för att försäkra sig om att allmänna resurser bygger på lokal kunskap och lokal prioritet, och leder till åtaganden för förändring.

Världsbanken³¹

– Mina barn har fått tillgång till datorer i skolan tack vare den premie vi får när vi säljer bananer som är Fairtrade-märkta. Jag sitter med i den kommitté som beslutar vad vi ska investera premien i. Diskussionerna blir alltid långa och intensiva.

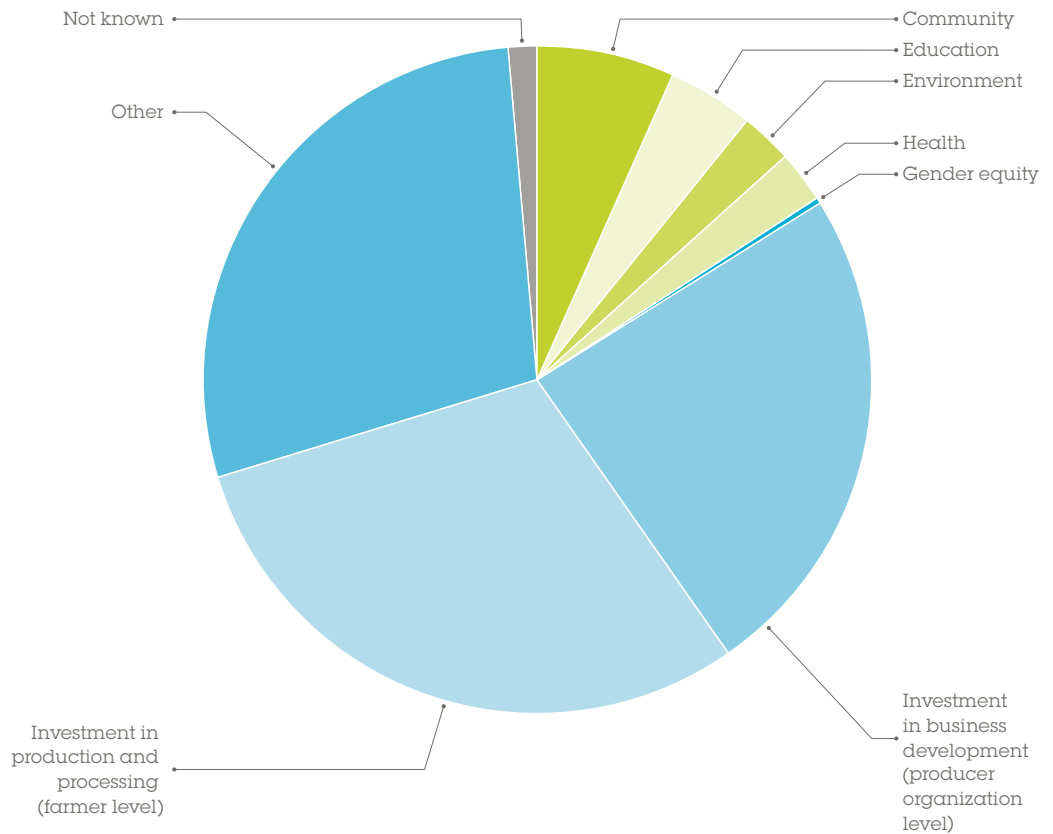
Sourer Rodriguez Churo, bananodlare i kooperativet APBOSA, Peru.



Premieinvesteringar för Fairtrade-producenter 2009–2010

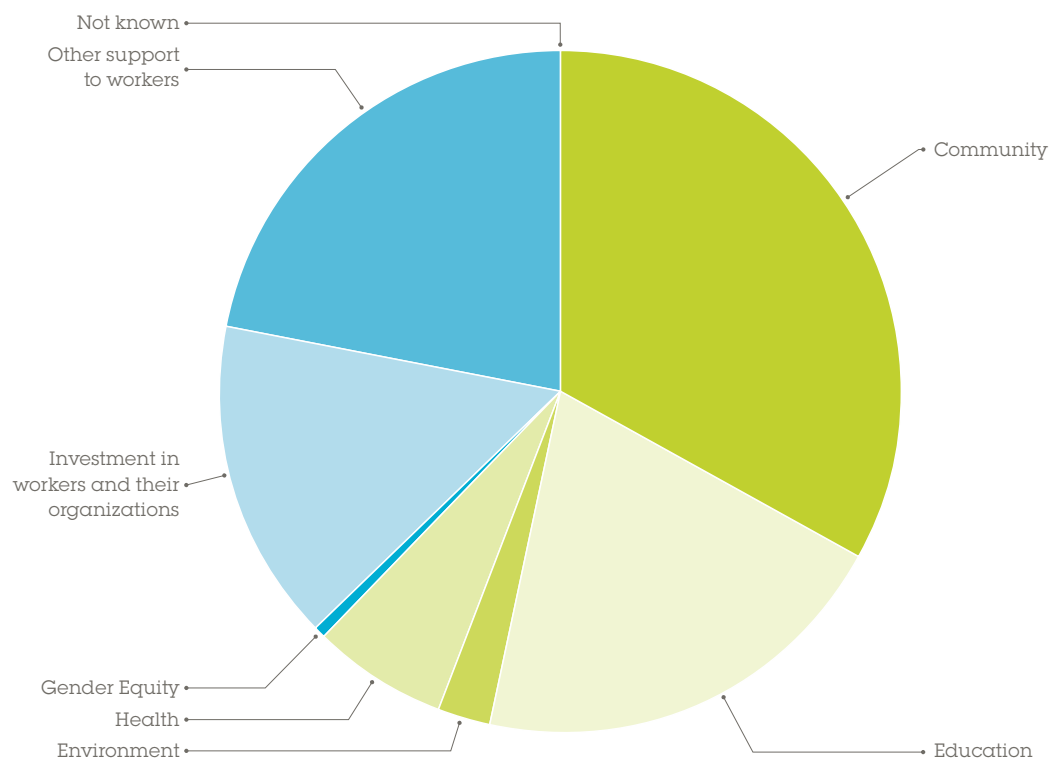
Småskaliga odlare

Category	Total
Community	7%
Education	4%
Environment	3%
Health	3%
Gender equity	0%
Investment in business development (producer organization level)	24%
Investment in production and processing (farmer level)	30%
Other	28%
Not known	1%



Anställd arbetskraft

Category	Total
Community	33%
Education	20%
Environment	2%
Health	7%
Gender equity	1%
Investment in workers and their organizations	15%
Other support to workers	22%
Not known	0%



Fairtrade-producenters möjlighet att utkräva ansvar stärks

En viktig del av empowerment är att allas röster hörs. Det blir tydligt när man till exempel ser på rätten att utkräva ansvar. I stora drag kan ansvarsskyldighet beskrivas som att makthavare, exempelvis arbetsgivare, politiker eller uppköpare, måste kunna granskas och ställas till svars för de beslut som de fattar.³² Ofta känner de som lever i fattigdom en underlägsenhet gentemot dessa aktörer. Om de i stället har möjlighet att jämna ut maktbalansen och ställa makthavare till svars och utkräva ansvar, så skiftar makten över till dem och stärker deras empowerment. Information och transparens är nödvändiga när det kommer till ansvarsskyldighet, utan dessa två komponenter finns det ingen grund för att ställa någon till svars.³³

Fairtrade-kriterierna är utformade med syfte att motverka obalansen i handelsrelationerna inom den konventionella handeln. Kriterierna syftar också till att genom bland annat utbildning, avtal med företag och organisering ge ökad makt åt odlare att själva kunna få större inflytande



Charles Muriuki vänder och vrider på kaffepaketet, och hans leende blir allt bredare. Det är första gången han ser en slutprodukt av sitt och de andra kaffeodlarnas gemensamma arbete med kaffebuskarna. För några år sedan blev kooperativet Fairtrade-certifierat, till stor del tack vare den brittiska kedjan Marks & Spencer's.

– Det var de som berättade för oss om Fairtrade, men det var vårt val. Vi såg att det fanns ljus, och valde ljuset i stället för att bli kvar i mörkret, förklarar Charles.

Transparensen i Fairtrade-systemet är särskilt viktigt för odlarna, som är vana vid dålig förvaltning. Systemet försäkrar att odlarna vet hur mycket deras kaffe har sålts för, och vad de olika parterna, odlaren och den som exporterar kaffet, får för sitt arbete. Charles ler brett över trofén i sin hand och nickar igenkännande mot det exklusiva paketet. Det passar bra ihop med kvaliteten på hans kaffe, och det är ett tydligt bevis på att någon därute tänker på dem.

Charles Muriuki, kaffeodlare, GIKANDA, Kenya.

över sin del av handelskedjan. Detta leder till att producenterna får större möjligheter att kunna utkräva sina rättigheter om dessa skulle kränkas. Att kriterierna följs av alla parter i handelskedjan kontrolleras av certifieringsorganet FLO-Cert, ett oberoende internationellt certifieringsorgan med ISO65-ackreditering.³⁴ Fairtrade är den enda certifiering som har kontroller av handelstransaktionen mellan producenten och det företag som köper deras råvara. Det säkerställer att producenten verkligen gynnas av de fördelar certifieringen ger genom att kontrollera att till exempel premier, minimipris och minimilön har betalats ut enligt kriterierna. Denna kontrollfunktion fungerar som ett vakande öga över att handeln utförs enligt överenskommelse vilket gör att producenterna kan utkräva ansvar om företagen inte håller vad de lovat.

NRI understryker i sin rapport att transparensen och det demokratiska beslutsfattandet, när det gäller Fairtrade-premien, är mycket viktigt del av märkningen. I och med att alla odlare och anställda är delaktiga i vad premien ska användas till leder det till att de ansvariga kan hållas till svars om premien skulle investeras felaktigt.³⁵

Odlare och anställda får kapacitet att organisera sig lokalt

Att ha kapacitet att organisera sig lokalt är en viktig maktfaktor för de grupper i samhället som ofta utesluts ur beslutsprocesser, till exempel människor som lever i fattigdom. Är de del av en organisation ökar möjligheterna att nå till högre beslutsnivåer och därigenom kunna påverka viktiga beslut, trots knappa ekonomiska resurser.³⁶ Starkast blir de lokala organisationerna om de samarbetar mellan samhällen och skapar större regionala eller nationella organisationer.³⁷

Fairtrade är den enda produktmärkningen som aktivt uppmuntrar gemensamma investeringar och organisering lokalt för att utveckla lokalsamhällen. Organiseringen kan ske på olika sätt och på olika nivåer. Genom lokala och regionala möten, på arbetsplatsen, medlemsmöten och genom nätverk i olika länder.

Empowerment är en kollektiv kapacitet. Att kunna förhandla på marknaden innebär en stor fördel för de Fairtrade-certifierade odlarna, vilket leder till en bättre förhandlingsförmåga även utanför Fairtrade-marknaden.

Michael Nkono, verkställande direktör, Fairtrade Africa.

För att småskaliga odlare (enskilda odlare som äger sin egen mark) ska kunna bli Fairtrade-certifierade måste de organisera sig i kooperativ, föreningar eller liknande organisationsformer. Fairtrade främjar därmed en demokratisk organisering av odlare och varje individs möjlighet att vara delaktig i de beslut som fattas inom producentorganisationen. Denna organisationsstruktur bidrar även till skalfördelar och att odlarna får en starkare position på marknaden i förhållande till

större plantage. Kaffe, kakao, bomull och ris är exempel på produkter som främst odlas inom småskaligt jordbruk. I Fairtrade-kriterierna finns det uppställda krav för hur en organisation ska fungera så att de sociala och ekonomiska fördelarna tillfaller medlemmarna. Kriterierna följer International Labour Organizations (ILO) rekommendation R193 vilken baseras på kooperativets principer om hur organisering ska ske.³⁸ Detta innebär bland annat innebär att organisationen ska vara transparent och demokratiskt uppbyggd, att alla ska ha lika rösträtt och att det ska tillhandahållas utbildning för medlemmarna så att de mer aktivt har möjlighet att delta i organisationen.

Te, bananer, vindruvor och blommor tillhör några av de produktgrupper som främst odlas på stora plantager/farmer. I kriterierna finns det krav på bland annat organisationsrätt, ökat inflytande för de anställda och att företaget de jobbar för ger dem del av de fördelar och högre

intäkter det innebär att vara certifierad. Alla odlare och anställda har också rätt att gå med i fackföreningar, att bilda egna fackföreningar och/eller att som grupp förhandla arbetsvillkor direkt med arbetsgivaren. De internationella Fairtrade-kriterierna följer ILO:s konventioner 87 och 98, samt rekommendation R143. I början på 2012 lanserade Fairtrade International en ny strategi för anställd arbetskraft vilken innebär att det ska satsas mer på utbildning och stöd till anställda så att de får ännu större möjlighet att kunna delta i kollektiva förhandlingar. Regionala representanter finns på plats för att sammankoppla lokala fackföreningar eller andra organisationer med anställda.

Kapacitet att organisera sig lokalt är en nyckel för effektiv utveckling.

Världsbanken⁴⁰

av studierna visar att en Fairtrade-certifiering inte bara leder till att stärka producenter på individnivå utan kan stärka hela kooperativ att överleva ekonomiska påfrestningar. Rapporten visar också att Fairtrade-producenter genom ökad organisering har fått större möjlighet att påverka beslut ända upp på nationell nivå.³⁹

Rapporten från NRI lyfter särskilt fram att kapaciteten att organisera sig lokalt har stärkts genom Fairtrade-certifieringen, 19 av 33 studier visar att kooperativen efter certifiering arbetar på ett mer demokratiskt sätt än tidigare. Hälften

Organisationer stärks genom Fairtrade

Fördel	Antal undersökningar av 33 st.
Ökad demokrati och delaktighet i producent-organisationer	19
Starkare organisationer/överlevnad	16
Nya finansieringsmöjligheter (från NGO:s och stat)	7
Ökade möjligheter att påverka samhället	6

Källa: NRI



Cidora Samaniego Yanallaco, Kaffeodlare i Montero, CEPICAFE Peru.

Cidora arbetar som kaffeodlare i byn Montero, Peru. När hon började arbeta med att plocka kaffe ägdes kaffeodlingen av en stor markägare. – På den tiden var vi som slavar. Nu jobbar vi för oss själva. Sedan vi organiserade oss har vi lärt oss mer om hur man kan odla kvalitetskaffe utan några kemikalier och då får vi också bättre betalt. För Cidora och de andra odlarna har medlemskapet i CEPICAFE och Fairtrade-certifieringen inneburit att man har kunnat börja sälja sitt kaffe på den internationella marknaden. Cidora berättar att deras kaffe tidigare inte höll tillräckligt bra kvalitet och de kunde bara sälja det för lägre priser till mellanhänder på den lokala marknaden.

Fairtrades kriterier anpassas till odlarnas egen verklighet

I juli 2011 påbörjades arbetet med Fairtrades reviderade kriterier för odlare i småskaligt jordbruk. Behovet av denna uppdatering uppmärksammades av producenterna själva som ansåg att de tidigare kriterierna var svåra att förstå och leva upp till. Enligt kriterierna sattes höga mål utan att ge tydliga riktlinjer kring hur odlarna skulle göra för att nå dem. Efter många konsultationsrundor, där representanter för Fairtrade-certifierade odlare och anställda deltog i arbetet, formades de nya kriterierna: The New Standard Framework (NSF). Kriterierna är nu mer anpassningsbara till odlarnas lokala situation, enklare att förstå och ger tydliga förslag på hur odlarna ska göra för att nå de uppsatta målen.

Fairtrade-kriterierna består av kärnkriterier och utvecklingskriterier. Kärnkriterierna måste

Det är ett privilegium för kriteriekommittén att vara med och utveckla kriterierna. Att ta in vår samlade expertis, tänka kreativt och sträva mot att finna tekniska lösningar för att nå våra ambitiösa mål. Det är ett svar på en föränderlig värld där producenter blir allt mer marginaliserade och Fairtrade måste visa sin relevans mer än någonsin tidigare.

Andreas Kratz, Director of FLO's Standards Unit.

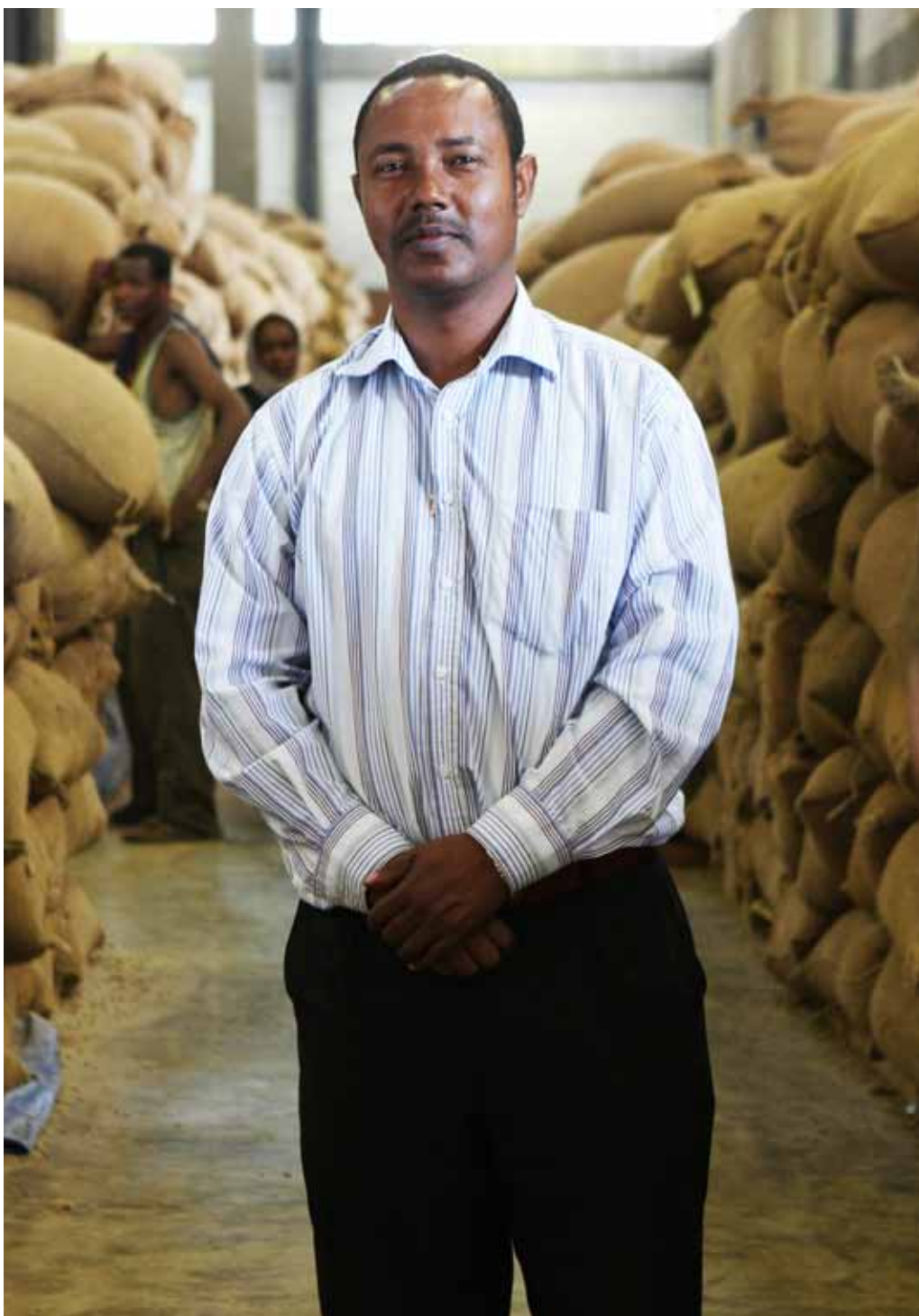
vara uppfyllda för att en producentorganisation ska kunna bli certifierad.⁴¹ Det rör sig bland annat om förbud mot barnarbete, icke-diskriminering och att beslut ska fattas demokratiskt. Utvecklingskriterierna startar efter det att en odling har blivit certifierad. Utvecklingskriterierna handlar om att kontinuerligt skapa förbättringar, till exempel i fråga om arbetsvillkor och löner samt att hela tiden utveckla verksamheten socialt, ekonomiskt och miljömässigt. Efter revideringen av kriterierna ges det större utrymme för producenterna att avgöra inom vilka områden de har störst potential att utveck-

las, vilket medför att det blir lättare för producenterna att anpassa kriterierna till sin verklighet. Tidigare behövde producenterna arbeta i samma takt med alla utvecklingskriterier parallellt, nu kan de välja fokusområden där de själva anser att de har störst möjlighet att göra ett bra arbete. Detta medför att det introduceras större frihet för dem att själva vara med att bestämma över sin egen utveckling och framtid. Samtidigt ställs det tydliga krav på utvecklingstakten hos producenterna och efterlevnaden av utvecklingskriterierna säkerställs genom att FLO-Certs kontrollanter inspekterar odlingarna. Denna utvecklingsplan är unik för Fairtrade.

Läs mer om kriterierna och dess indelning: <http://www.fairtrade.net/standards.html>

Fairtrade-producenter lyfter sig själva ur fattigdom

Att motarbeta fattigdom handlar inte om att adressera människors behov, utan att belysa deras rättigheter genom satsningar på empowerment. Fairtrades omfattande arbete med att stärka producenter i utvecklingsländer, inom alla fyra grundläggande områden för empowerment, gör att Fairtrade-märkningen blir ett effektivt verktyg för odlare och anställda. Ett verktyg som gör att de kan ta makt över sina egna liv, stärka sin position och bekämpa fattigdomen genom handel på rättvisa villkor.



– Vi vill göra affärer med er. Vi ber inte om hjälp, utan vi vill att fler ska köpa Fairtrade-märkt kaffe, och betala det rätta priset. Så att odlarna kan förbättra sin levnadsstandard genom handel, inte genom bistånd.

Tsegaye Anebo, chef för kaffekooperativet Sidama i Etiopien.

Vägen framåt – goda exempel

För att nå FN:s omfattande mål om fattigdomsbekämpning⁴² till 2015 behövs djärva satsningar från många olika aktörer, samtidigt. Vad sätter de för mål framöver och på vilket sätt arbetar de med att motverka fattigdom genom satsningar på Fairtrade-märkt?

Alla kan ta steg för Fairtrade

Fairtrade-märkt är en märkning som förenar odlare och anställda i utvecklingsländer med företag och konsumenter som handlar deras produkter i Sverige. Tillsammans kan vi skapa förutsättningar för fattigdomsbekämpning genom ökad empowerment. Fairtrade har höga mål för att påskynda en positiv utveckling. För att nå målen måste flera parter, såsom beslutsfattare, företag och konsumenter, vara med och ta steg för Fairtrade. Nedan ges exempel på aktörer som alla tagit steg för Fairtrade, men som inte nöjer sig där utan även framöver vill vara med och göra ännu mer för Fairtrade-certifierade odlare och anställda.



– Fairtrade kan hjälpa konsumenterna att göra välgrundade val.

Birgitta Ohlsson, EU-, demokrati- och konsumentminister.

Birgitta Ohlsson, Folkpartiet, är Sveriges enda minister som är utbildad till ambassadör för Fairtrade. Hon sätter konsumentmakten högt och tror på att våra val kan påverka.

Vad sätter du för mål, i din roll som konsumentminister, för att öka konsumenters möjlighet att göra medvetna val?

– Jag vill se ett fungerande stöd till alla konsumenter oavsett var de bor i Sverige. I dag har över 30 kommuner ingen konsumentvägledning.

En fungerande marknadsekonomi behöver starka konsumenter med kapacitet att göra medvetna val på en allt mer komplex marknad. Många konsumentvägledare är också oerhört engagerade i att sprida kunskap om både miljömärkning och Fairtrade.

Vad är ditt budskap till svenska konsumenter gällande Fairtrade?

– Förändring är möjligt, och vi kan börja med oss själva. Val i vardagen påverkar vår värld. Fairtrade kan hjälpa konsumenterna att göra välgrundade val. Vi kan rösta med våra plånböcker.

Vad kan beslutsfattare göra för att öka den etiska konsumtionen?

– Gräv där du står oavsett om det rör Fairtrade eller miljömärkning! Som minister arbetar jag bland annat för att EU:s officiella miljömärkning Ecolabel ska bli mer känd, unionen har nästan en halv miljard medborgare. Jag har även kämpat för att EU:s konsumenter ska få rätt att veta om ett plagg innehåller animaliskt material som päls. Att sträva efter ett hållbart samhälle är egentligen inget val. Det handlar krasst om vår överlevnad.

– Att satsa på Fairtrade leder till stoltare medarbetare och bättre ekonomi.

Lars Edengrén, VD på SSP.

SSP driver caféer och restauranger i resemiljöer runt om i Sverige och har totalt närmare 30 miljoner gäster per år. I början av 2012 beslutade SSP att servera KRAV- och Fairtrade-märkt kaffe på alla sina enheter runt om i landet.



Varför satsar SSP på Fairtrade?

– SSP Sverige har arbetat med miljöfrågor sedan sent 90-tal och blev 2001 miljöcertifierade enligt ISO 14 001. I början av 2012 tog vi också beslutet att endast servera Krav- och Fairtrade-märkt bryggkaffe på alla våra enheter. Att välja Krav- och Fairtrade-märkt kaffe är ett enkelt sätt för oss och våra kunder att göra skillnad.

Vad är SSP:s nästa steg i ert engagemang för Fairtrade?

– Att arbeta med miljöfrågor och socialt ansvar är en viktig fråga för oss och kommer alltid att finnas med som ledord i vår fortsatta utveckling av företaget.

Vad är ert budskap till företag som ännu inte har satsat på att erbjuda Fairtrade-märkta produkter?

– Att satsa på Fairtrade leder till stoltare medarbetare och bättre ekonomi.



– Vi hoppas på att inspirera fler företag att engagera sig i leverantörerna.

Anna Sandgren, Brand Manager på Ben & Jerry's.

Ben & Jerry's har som enda glassföretag valt att gå över till att, i de råvaror som går att certifiera, enbart använda Fairtrade-märkta ingredienser. Till exempel kakao, socker, vanilj och nötter.

Varför satsar Ben & Jerry's på Fairtrade?

– B&J's har sedan det grundades trott på att vi kan ge ett bättre och gladare liv för både människor och djur genom att betala rätt pris för de varor som vi producerar, så jordbrukaren eller producenten kan återinvestera i både produktion och i samhället. Och att våra konsumenter känner sig stolta.

Vad är ert nästa steg i ert engagemang för Fairtrade?

– Vårt nästa steg är att fortsätta hjälpa våra leverantörer att utvecklas, så vi kan hitta på nya smaker med smaskigt innehåll och få fler småjordbrukare att Fairtrade-certifieras.

Vad är ert budskap till företag som ännu inte har satsat på att erbjuda Fairtrade-märkta produkter?

– B&J's hoppas på att inspirera fler företag att engagera sig i leverantörerna och våga betala ett lite högre pris för bra produkter.



– Se möjligheterna, det går att förändra.

Lari Pitkä-Kangas, kommunalråd Malmö.

I år, 2012, blev Malmö utsett till Fairtrade City-huvudstad. Malmö arbetar på flera fronter för att öka medvetenheten om, och konsumtionen av, Fairtrade-märkt i sin kommun.

Varför satsar Malmö kommun på att arbeta med Fairtrade?

– Det är en del i vårt arbete med hållbar utveckling, och vi ser till att Malmö tar ett ansvar för sin konsumtion. Vi vill att det ska vara schysst. Det handlar om att synliggöra vårt lokala ansvar i det globala sammanhanget.

Vad är Malmös nästa steg i sitt engagemang för Fairtrade?

– Vi vill bredda produkturvalet och jobba mer aktivt med att få in tydligare social/etisk hänsyn i fler upphandlingar och inköp.

Vad är ditt budskap till kommuner som ännu inte har blivit Fairtrade City-diplomerade?

– Se Fairtrade City som en ingång till att förbättra och utveckla arbetet med näringsliv, upphandling, inköp, hållbar utveckling. Se möjligheterna. Det går att förändra.

– Gör det enkelt och lätt att handla rätt.

Louise König, hållbarhetschef Coop.

Varför är det viktigt för Coop att satsa på Fairtrade?

– Det är en del av vår värdegrund, som bygger på en drygt 100-årig tradition att ta ansvar för människa, miljö och samhälle såväl i Sverige som internationellt, genom exempelvis våra globala biståndsorganisationer med fokus på hjälp till självhjälp. Vår affärsidé bygger på att skapa medlemsnytta genom att kombinera ekonomisk nytta med hållbar konsumtion. Hållbar konsumtion innefattar många parametrar av hur vi tar ansvar i vår verksamhet, som en del av vårt erbjudande och sortiment. Det innefattar hänsyn till miljö, sociala aspekter, mänskliga rättigheter samt breda etikfrågor. Märkningar som Fairtrade är ett enkelt och tydligt sätt för oss att ta ställning, kommunicera rättvisefrågor i butik och i sortiment samt underlätta för konsumenter att göra egna medvetna val.

Vad har ni på Coop för målsättningar framöver med Fairtrade?

– Vi har haft en målsättning att dubbla vår försäljning/omsättning av Fairtrade-produkter från 2008–2012. Det har varit en bra ambition, men den kommer att bli utmanande att nå. Just nu står Fairtrade-försäljningen för 0,5 % med drygt hundra produkter. Vi kan bättre. Kommunikation i butik och på produkterna/förpackningarna är viktig, men vi ser också att vi kanske måste hitta nya sätt att engagera kunder och medlemmar kring Fairtrade. Deltagande i Fairtrade Fokus, Fairtrade Challenge med mera är bra initiativ. Men vi måste göra det ännu mer tillgängligt för flera.

Vad är ert budskap till företag som ännu inte har satsat på att erbjuda Fairtrade-märkta produkter?

– Nu är det många i vår bransch som gör det. Prova, gör skillnad, kommunicera med era kunder i butik och på förpackningar. Gör det enkelt och lätt att handla rätt.





Tidigare fick vi inte tillräckligt betalt för kakaon för att klara oss. Nu när vår kakao är Fairtrade-märkt kan vi exportera den till bland annat Europa. I och med det har priserna stigit. I dag har vi också genom Fairtrade fått bättre kunskap om odlingsteknik och kan sälja mer kakao med högre kvalitet, då får vi också mer betalt och vi kan börja arbeta mer långsiktigt. Min dröm är att kunna skicka mina söner till universitetet. Jag tycker att det är fantastiskt att ni i Sverige arbetar för att vi ska få bättre betalt för vår kakao, så att våra drömmar kan bli verklighet.

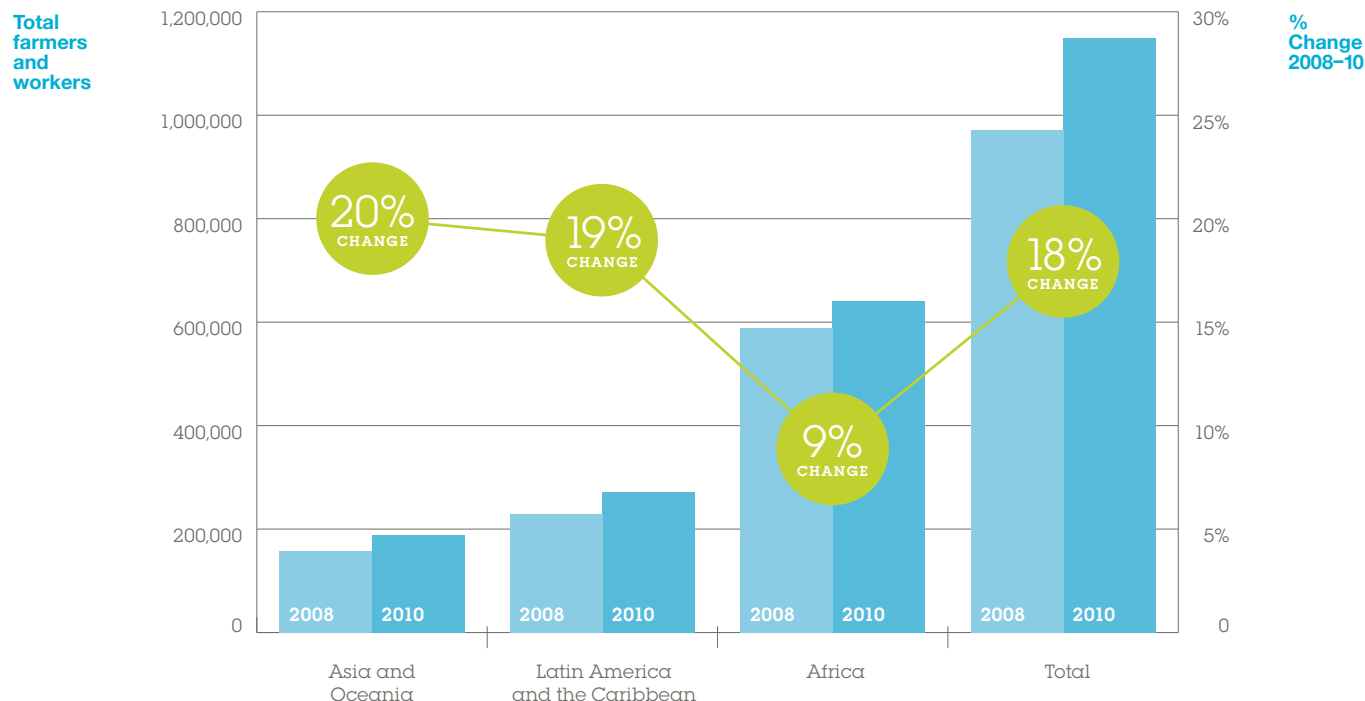
Fernando Calle Orozco, kakaodlare i kooperativet CEPICAFE i Peru.

Fairtrades vision är en världshandel med rättvisa villkor, där producenter i utvecklingsländer har möjlighet att skapa sig en trygg och hållbar tillvaro, i vilken de kan utvecklas och bestämma över sin egen framtid.

Fairtrade 2012 i siffror

Ökning av försäljningsintäkter och antalet Fairtrade-certifierade producenter under 2008–2010

Inkomsterna för Fairtrade-certifierade odlare ökar och antalet producenter blir allt fler. År 2010 fanns det cirka 1,15 miljoner Fairtrade-certifierade odlare och anställda, en ökning med 18 procent sedan 2008. Försäljningsintäkterna för producenterna ökade under samma period med totalt 24 procent. I dagsläget finns cirka 1,2 miljoner certifierade odlare och anställda som tillsammans säljer Fairtrade-certifierade produkter för cirka 550 miljoner Euro.



		2009	2010	Percentage change since 2009
Total Fairtrade producer organizations worldwide		827	905	9%
	2008	Data for 96% of producer organizations 2010	Estimated total end 2010	Percentage change since 2008
Total farmers	845,000	938,000	980,000	16%
Total workers	127,000	163,000	173,000	36%
Total farmers and workers	972,000	1.1 million	1.15 million	18%

Total countries with Fairtrade certified producer organizations

63

'New' countries during 2010:

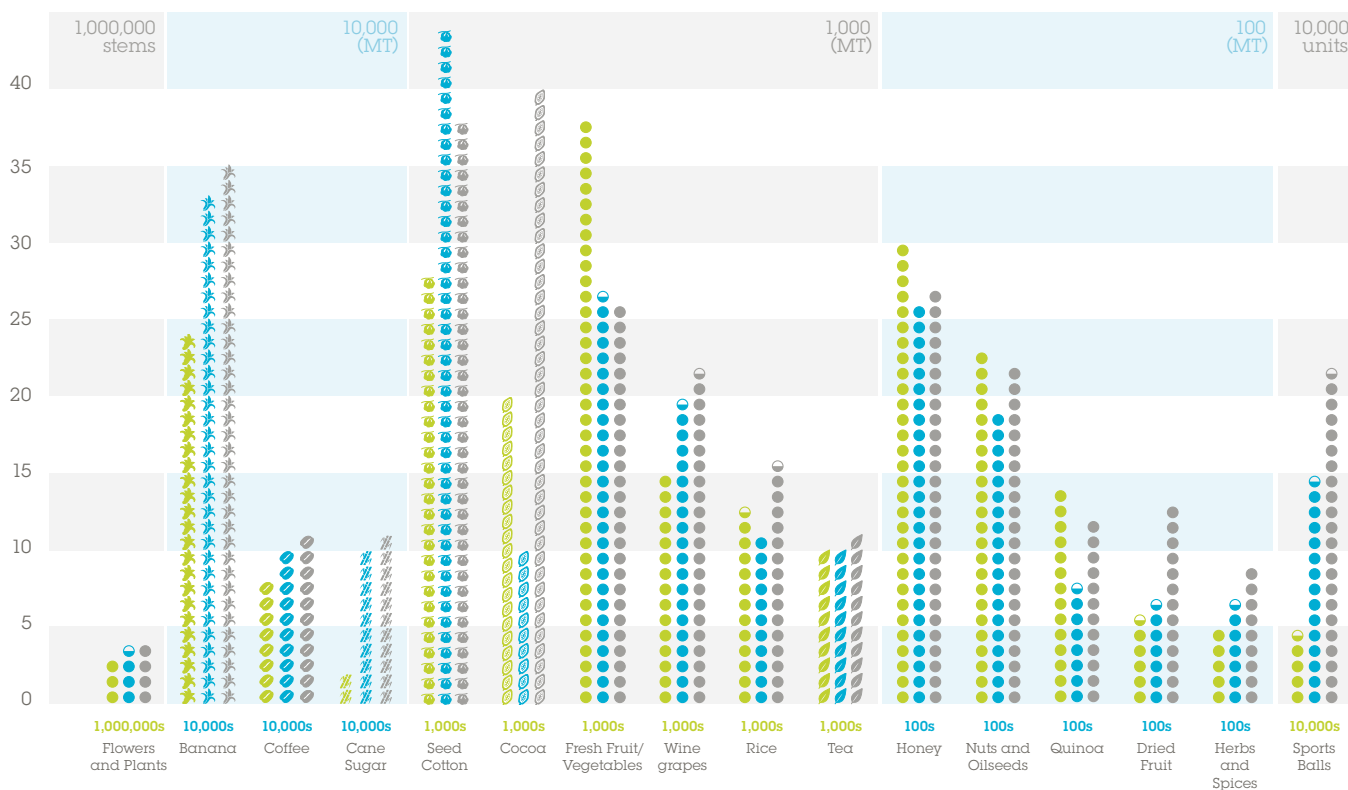
Fiji, São Tomé and Príncipe, Uruguay

	2008	2009–10	Percentage change reported sales income
Fairtrade sales revenues			
Total reported by small farmer organizations	€351 million	€447 million	27%
Total reported by hired labour organizations	€91 million	€103 million	13%
Total reported Fairtrade sales revenues	€443 million	€550 million	24%

Försäljning av Fairtrade i volym, per produktgrupp 2007–2010

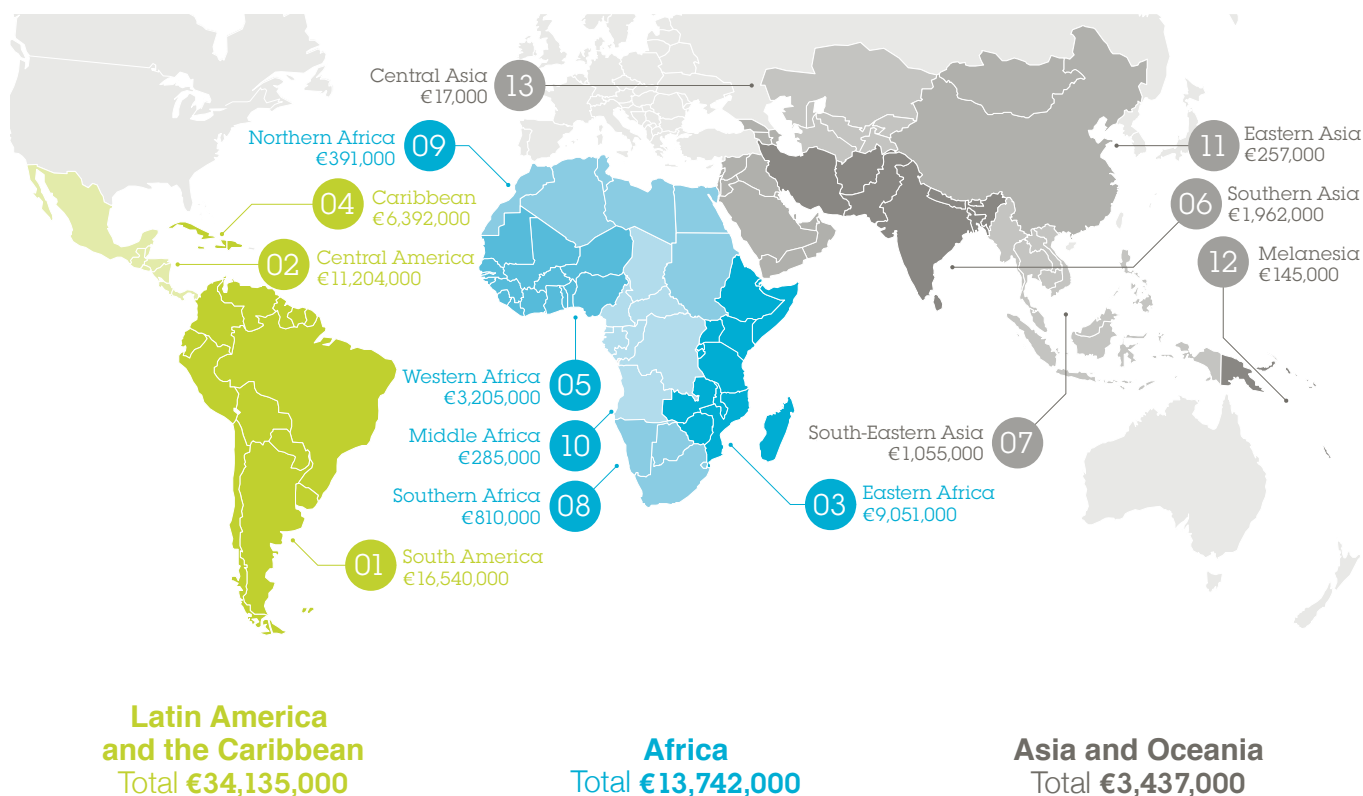
Några av Fairtrades största produktgrupper; bananer, kakao, kaffe, blommor och te, växte alla i volym från 2008 till 2009–10, med en exceptionell ökning av Fairtrade-certifierad kakao. Undantaget bland de stora produktgrupperna var bomull som sjönk i volym under samma tidsperiod.

Product volumes sold as Fairtrade, as reported by Producer Organizations ● 2007 ● 2008 ● 2009–10



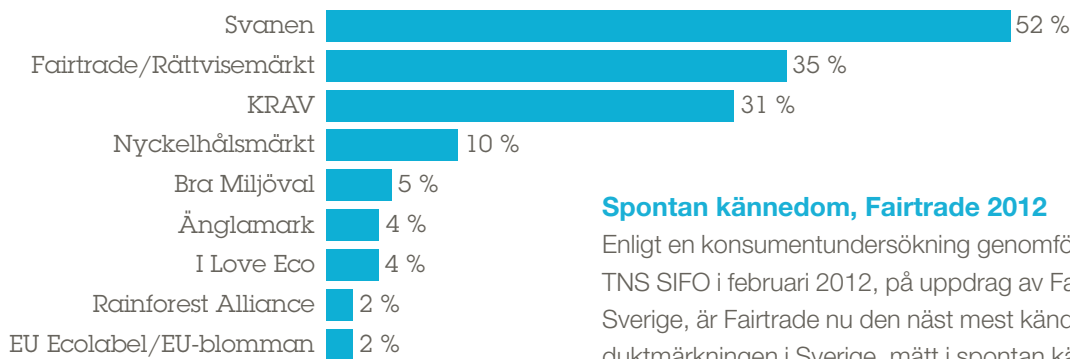
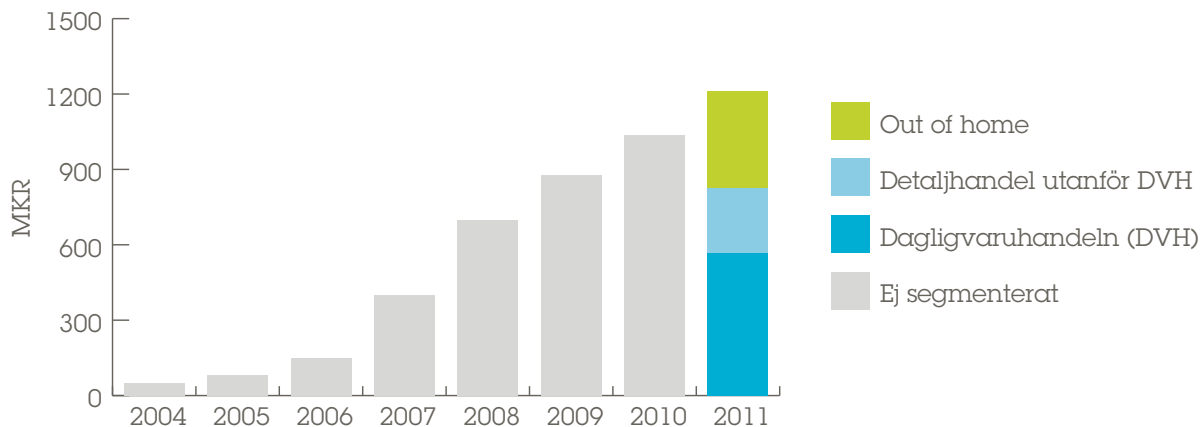
Utbetald Fairtrade-premie, globalt 2009–2010

År 2009–2010 erhöill Fairtrade-certifierade producenter sammanlagt 51,5 miljoner Euro i Fairtrade-premie. En ökning med 22 procent sedan 2008. Siffrorna anger rankningen utifrån erhållen Fairtrade-premie.



Försäljningsökning i Sverige

Försäljningen av Fairtrade-märkta varor ökade med 17 procent i Sverige under 2011, till 1,2 miljarder kronor.

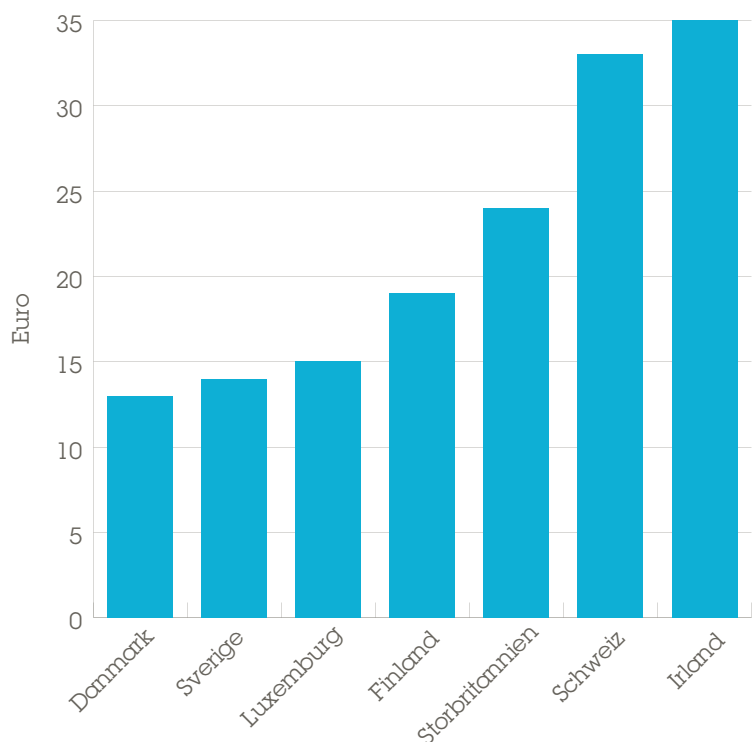


Spontan kännedom, Fairtrade 2012

Enligt en konsumentundersökning genomförd av TNS SIFO i februari 2012, på uppdrag av Fairtrade Sverige, är Fairtrade nu den näst mest kända produktmärkningen i Sverige, mätt i spontan kännedom.

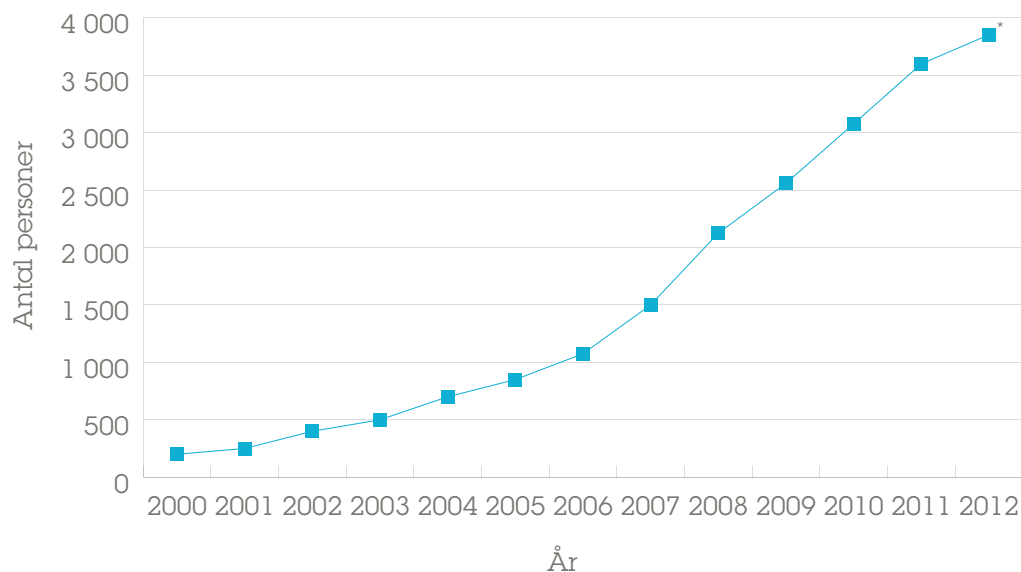
Konsumtion per capita i sju länder

Irland och Schweiz toppar återigen listan på konsumtion per capita av Fairtrade-märkta produkter. De har nästan tredubbelt så hög konsumtion per capita som Sverige. Sverige ökar dock stadigt från år till år.



Ambassadörer för Fairtrade

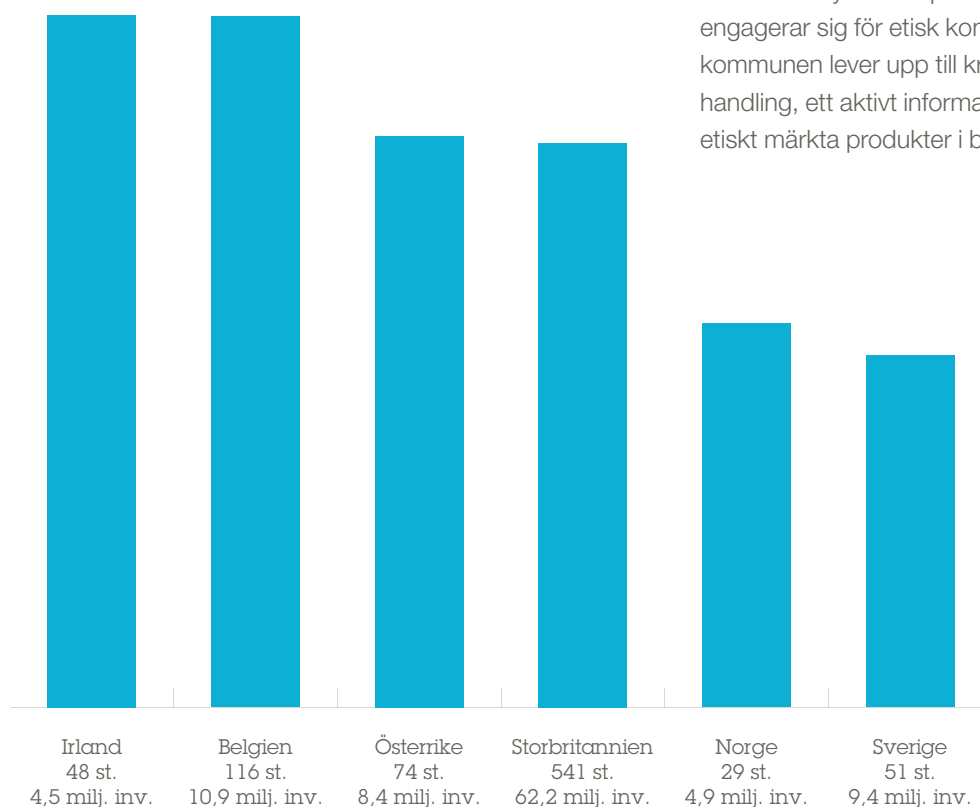
Drygt 3 800 personer har genomgått en tvådagarsutbildning om Fairtrade och under 2011 utbildades 638 ambassadörer. Ambassadörerna är frivilliga som engagerar sig för Fairtrade.



* 2012 års siffra är en beräkning fram till juni 2012.

Antal Fairtrade City-diplomerade kommuner per capita

Fairtrade City är en diplomering till kommuner som engagerar sig för etisk konsumtion. Det innebär att kommunen lever upp till kriterier som rör etisk upphandling, ett aktivt informationsarbete samt utbud av etiskt märkta produkter i butik och på arbetsplatser.



Noter

1. The Millennium Development Goals Report 2011, United Nations.
2. The future we want, Rio +20, United Nations Conference on Sustainable Development.
3. The developing world is poorer than we thought but no less successful in the fight against poverty, The World Bank, 2008, s. 1 (Chen Shaohua, Ravallion Martin).
4. The Millennium Development Goals Report 2011, United Nations.
5. World Food Programme, 2012, <http://sv.wfp.org/stories/vad-du-beh%C3%B6ver-veta-om-hunger-i-2012>. (2012-04-21)
6. Bland annat: UN Statement, June 1998; World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty, The World Bank, 2000-2001; Amnesty: http://www.amnesty.se/upload/files/2011/04/08/Fattigdom_en_rattighetsfraga.pdf.
7. The Millennium Development Goals Report 2011, United Nations.
8. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) 2002. www.fao.org/english/newsroom/news/2002/12280-en.html.
9. Code of practice on safety and health in agriculture. Meeting of Experts to Adopt a Code of Practice on Safety and Health in Agriculture, International Labour Organization, 2010. s. 5.
10. Läs mer om arbetsvillkoren i jordbrukssektorn på ILO:s hemsida: www.ilo.org/global/industries-and-sectors/agriculture-plantations-other-rural-sectors/lang-en/index.htm.
11. Bland annat: World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty The World Bank, Can Anyone Hear Us?: Voices of the Poor 2000-2001 (Deepa Narayan); The World Bank, Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook 2002 (Deepa Narayan); Growth and Empowerment: Making Development Happen. 2005. (Stern, Nicholas m.fl.); Amnesty, http://www.amnesty.se/upload/files/2011/04/08/Fattigdom_en_rattighetsfraga.pdf; UNDP, <http://www.undp.org/content/undp/en/home/ourwork/povertyreduction/overview.html>.
12. www.undp.org/content/undp/en/home/ourwork/povertyreduction/overview.html
13. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, Deepa Narayan
14. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 13 (Deepa Narayan).
15. Språkrådet: www.sprakradet.se/6579.
16. Can Anyone Hear Us?: Voices of the Poor, The World Bank, 2000-2001 (Deepa Narayan); Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002 (Deepa Narayan); Growth and Empowerment: Making Development Happen. 2005. (Stern, Nicholas m.fl.); UNICEF, UNDP, IFAD (se fotnot sid 27 i Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook 2002).
17. Growth and Empowerment: Making Development Happen. 2005. (Stern, Nicholas m.fl.).
18. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 18 (Deepa Narayan).
19. Growth and Empowerment: Making Development Happen. 2005 (Stern, Nicholas m.fl.); Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 18-19 (Deepa Narayan).
20. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 19 (Deepa Narayan).
21. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 20-21 (Deepa Narayan).
22. Can Anyone Hear Us?: Voices of the Poor, The World Bank, 2000-2001, s. 277 (Deepa Narayan), Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook 2002, s. 21-22 (Deepa Narayan).
23. Growth and Empowerment: Making Development Happen. 2005 (Stern, Nicholas m.fl.); Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 18-19 (Deepa Narayan).
24. SIDA: www.sida.se/Svenska/Bistand-utveckling/Globala-utmaningar/Visste-du-detta-om-laskunnighet/.
25. UNDP: <http://www.millenniemaalen.nu/alla-barn-ska-ga-i-skolan/>
26. The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade, Natural Resource Institute, 2009, s. 26-28 (Nelson, Pound).
27. The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade, Natural Resource Institute, 2009, s. 35 (Nelson, Pound).
28. The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade, Natural Resource Institute, 2009, s. 22 (Nelson, Pound).
29. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 19 (Deepa Narayan).
30. The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade, Natural Resource Institute, 2009, s. 27 (Nelson, Pound).
31. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. xx (Deepa Narayan).
32. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 20-21 (Deepa Narayan).
33. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 20 (Deepa Narayan).
34. ISO65 är den ledande internationella kvalitetsnormen för certifieringsorganisationer. www.iso.org.
35. The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade, Natural Resource Institute, 2009, s. 15 (Nelson, Pound).
36. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, The World Bank, 2002, s. 21 (Deepa Narayan).
37. Can Anyone Hear Us?: Voices of the Poor, The World Bank, 2000-2001, s. 277 (Deepa Narayan), Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook 2002, s. 21-22 (Deepa Narayan).
38. International Labour Organization, R193 Promotion of Cooperatives Recommendation, Geneva, 2002. (B) Cooperative principles as developed by the international cooperative movement and as referred to in the Annex hereto. These principles are: voluntary and open membership; democratic member control; member economic participation; autonomy and independence; education, training and information; cooperation among cooperatives; and concern for community.
39. The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade (Nelson, Pound), s. 6-12, s.

25-27.

40. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook, Deepa Narayan.

41. De flesta kriterierna måste vara uppfyllda initialt, vissa efter ett eller tre år, läs mer på fairtrade.net.

42. FN:s mål kallas Milleniummålen och är åtta mätbara mål som handlar om att förbättra livet för världens fattiga. Det innebär att fler människor ska få sina rättigheter tillgodosedda, till exempel att få gå i skolan och ha tillgång till rent vatten.

FAIRTRADE 2011–2012



* Enligt en GlobeScan-undersökning gjord i 24 länder.

Fairtrade Sverige

Åsögatan 115

116 24 Stockholm

Telefon: 08-1220 89 00

Mail: info@fairtrade.se

www.fairtrade.se