



RAPPORT 2009:1

Helena Johansson

Vad uppnås med rättvisemärkning?

AgriFood Economics Centre

Vad uppnås med rättvise- märkning?

Helena Johansson

För mer information kontakta:
Helena Johansson 046- 222 07 96
E-post: helena.johansson@agrifood.lu.se

AgriFood Economics Centre
Box 730
220 07 Lund
<http://www.agrifood.se>
Helena Johansson
Rapport 2009:1
Tryckt av JMS Mediasystem AB Vellinge, 2009

FÖRORD

AgriFood Economics Centre är ett samarbete mellan Sveriges lantbruksuniversitet (SLU) och Lunds universitet. De båda universiteterna har enligt ett regeringsbeslut fått i uppdrag att utföra kvalificerade samhällsekonomiskt inriktade analyser inom Jordbruksdepartementets ansvarsområde samt att förvalta och utveckla analysmodeller. Bakgrunden är att Livsmedelsekonomiska institutet (SLI) avvecklades den 1 januari 2009. För att regeringen fortsatt ska få ökad kunskap om den ekonomiska utvecklingen inom Jordbruksdepartementets ansvarsområde inordnas den verksamhet som bedrivits vid SLI i verksamheten vid SLU respektive Lunds universitet. Föreliggande rapport är den första i universitetens gemensamma rapportserie.

Livsmedelsbutiker tillhandahåller idag en rad märkta varor som skiljer sig från konventionella motsvarigheter genom att de tillverkas/hanteras på ett annorlunda sätt, något som oftast inte syns på själva varan. Märkningen informerar konsumenterna om de osynliga egenskaperna. Gemensamt för de märkta varorna är att de för med sig ett budskap om rättvisa, djurvälstånd, bättre miljö eller klimatvänlighet. Stigande försäljningssiffror vittnar om ett intresse från konsumenternas sida att frivilligt bidra till att främja dessa värden, men kan enskilda konsumenters handlande göra någon större skillnad när det gäller att minska fattigdomen, motverka miljöförstöring eller lösa klimatfrågan?

I rapporten analyseras effekterna av märkningen Fairtrade (med tillägget Rättvisemärkt i Sverige). Vi tackar Carl-Johan Belfrage som gjorde en inledande sammanställning av litteraturen inom området.

Lund i september 2009

Ewa Rabinowicz
Sveriges lantbruksuniversitet

Helena Johansson
Lunds universitet

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING OCH SLUTSATSER	5
EXECUTIVE SUMMARY AND CONCLUSIONS	10
1 INLEDNING	15
2 FRAMVÄXT OCH OMFATTNING AV MÄRKNINGEN FAIRTRADE	19
2.1 Bakgrund	19
<i>Rörelsen rättvis handel</i>	19
<i>Rättvisemärkning</i>	20
2.2 Märkningen Fairtrade	22
<i>Vision</i>	22
<i>Identifierade problem och föreslagna lösningar</i>	23
<i>Hög tillväxttakt men små volymer</i>	25
<i>Vad krävs för att visionen ska nås?</i>	28
3 EFFEKTER AV MINIMIPRISER	29
3.1 Lönar det sig att vara Fairtrade-certifierad?	29
<i>Påverkan på pris och inkomst</i>	29
<i>När världsmarknadspriset är högre än minimipriset</i>	30
3.2 Kan alla fattiga jordbrukare och all deras produktion omfattas?	31
<i>Varför är priserna låga? – exemplet kaffe</i>	31
<i>Effekter av ett minimipris som omfattar många odlare</i>	34
3.3 Jordbrukarnas produktionsbeslut påverkas	37
3.4 Fairtrade - en differentierad nischvara	38
3.5 Pressar Fairtrade priset på konventionellt odlade alternativ?	40
3.6 Slutsatser	42
4 HUR STOR DEL AV MERPRISET I BUTIK GÅR TILL JORDBRUKARNA?	43
4.1 Transfereringseffektivitet	43
<i>Ökade kostnader</i>	43
<i>Läckage till andra än den avsedde mottagaren</i>	44
4.2 Slutsatser	47
5 EFFEKTER AV KRAV OCH STANDARDER	49
5.1 Kooperativ och jordbrukarnas ställning	49
<i>Den kooperativa tanken</i>	49
<i>Bristande marknadsmakt?</i>	50
<i>Alternativa organisationsformer</i>	51
<i>Kooperativ och kvalitet</i>	51
5.2 Effekter av krav och standarder på de problem som Fairtrade vill åtgärda	52
<i>Bristande kreditmöjligheter</i>	52
<i>Få skolor, bristande infrastruktur etc.</i>	53

<i>Är lösningarna effektiva?</i>	53
<i>Dåliga arbetsvillkor och bristande miljöhänsyn</i>	54
<i>Efterlevs kraven som ställs för certifiering?</i>	55
<i>Kvinnornas ställning</i>	57
5.3 Slutsatser	57
6 FAIRTRADE I ETT VIDARE PERSPEKTIV	59
6.1 Fairtrade och den övergripande socioekonomiska utvecklingen	59
6.2 Jordbrukets betydelse för fattigdomsbekämpning	60
6.3 Internationell handel som motor för tillväxt	61
6.4 Avslutande kommentarer	62
REFERENSER	65

Sammanfattning och slutsatser

Rättvisemärkta varor finns i livsmedelsbutiker över hela landet. Tanken är att skapa en länk mellan konsumenter i den rika delen av världen och producenter i fattiga länder. Det övergripande målet med märkningen är att förbättra arbets- och levnadsvillkor för jordbrukare och lantarbetare i utvecklingsländer.

Syftet med rapporten är att studera effekterna av att rättvisemärka livsmedel. Fyra frågeställningar är i fokus: Är märkningen till nytta för jordbrukarna? Finns det en potential att hjälpa merparten fattiga jordbrukare? Hur stor andel av det merpris som konsumenten betalar extra för de rättvisemärkta varorna når jordbrukarna? Är införandet av standarder och krav ett effektivt sätt att hantera de problem fattiga jordbrukare ställs inför?

I rapporten behandlas märkningen Fairtrade (med tillägget Rättvisemärkt i Sverige). Det är den vanligast förekommande märkningen både internationellt och i Sverige. Bakom märkningen står organisationen FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). Främst livsmedel omfattas av regelverket, exempelvis kaffe, te och bananer, men det finns även standarder för blommor, bomull och fotbollor.

Under 2008 spenderade konsumenter världen över 24 miljarder kronor på rättvisemärkta varor. I Sverige var värdet i handeln cirka 700 miljoner kronor samma år. Det kan jämföras med den totala livsmedelsförsäljningen i Sverige uppgick till 195 miljarder kronor under 2007. Globalt sett har försäljningen av rättvisemärkta varor ökat med i genomsnitt 40 procent om året de senaste fem åren. Ökningen har dock skett från mycket låga nivåer. Marknadsandelen ligger ofta omkring några enstaka procent eller därunder även om undantag finns. Den rättvisemärkta vara i Sverige som har högst marknadsandel är kaffe, med en marknadsandel på 3,4 procent 2008.

Fairtrade kan sägas ha tre komponenter. Den första delen är kravet att jordbrukarna ska organisera sig i demokratisk form, exempelvis i kooperativ. Det är sedan producentorganisationen som kan bli certifierad. Den andra delen är ett prisstöd som består av ett garanterat minimipris och en social premie. Minimipriset träder i kraft vid låga världsmarknadspriser och innebär att jordbrukaren alltid garanteras ett visst lägsta-pris oavsett hur lågt världsmarknadspriset är.

Den sociala premien utbetalas till producentorganisationen och ska användas för gemensam nytta, exempelvis för att bygga skolor eller ge lån till låg ränta. Den tredje delen av Fairtrade är standarder som reglerar hur produktionen ska gå till samt hur relationen mellan uppköpare och producentorganisationen ska se ut. Exempelvis ska produktionen vara miljömässigt hållbar och uppköpare ska tillhandahålla förskotts betalning vid behov.

Är minimipriset till nytta för jordbrukarna?

Minimipriset fungerar som en pridförsäkring vid låga världsmarknadspriser eftersom priset begränsas. Det betyder att jordbrukare som tillhör ett certifierat kooperativ inte drabbas lika hårt av prisfall som andra jordbrukare. Jordbrukarna kan dock sällan sälja hela sin produktion som Fairtrade, vilket innebär att det genomsnittliga priset för odlaren blir lägre än minimipriset. Totalt säljs enbart 30 procent av den certifierade produktionen som Fairtrade. Det som begränsar marknadens storlek är konsumenternas efterfrågan.

Inkomststöd i form av ett minimipris har dock nackdelar, främst att det är produktionskopplat vilket inte stödjer diversifiering. Fattiga jordbrukare som står utanför märkningen kan dessutom drabbas negativt av minimipriset. Det sker om priset pressas på konventionellt odlade grödor genom ökat utbud av tex. kaffe eller om efterfrågan på konventionellt odlat kaffe minskar till följd av märkningen. I dagsläget är dock Fairtrades marknadsandelar så pass låga att världsmarknadspriset för konventionella varor troligen inte påverkas av märkningen.

Kan ett minimipris omfatta merparten fattiga jordbrukare?

I dagsläget omfattas ungefär en och en halv miljon jordbrukare av Fairtrade. Jämförelsevis finns det 25 miljoner odlare av kaffebönor i utvecklingsländerna och 880 miljoner fattiga på landsbygden i u-länder som till stor andel är direkt eller indirekt beroende av jordbruket för sin försörjning. Att merparten av världens fattiga, småskaliga jordbrukare skulle kunna omfattas av ett minimipris är inte möjligt. Det finns helt enkelt inte tillräckligt med resurser för att finansiera priser som ligger betydligt över världsmarknadspriset; ett frivilligt bidrag från konsumenterna är inte tillräckligt. Det betyder att Fairtrade enbart kan fungera som en nischmarknad – gynnsamt för ett fåtal men utan möjlighet att hjälpa många fattiga.

Hur stor andel av det merpris i butik som konsumenten betalar når jordbrukarna?

Minimipriset och den sociala premien bekostas av konsumenter som betalar ett merpris i butik för rättvisemärkta varor. När en summa ska transfereras från konsument via livsmedelsbutik, grossist, inköpare, rosteri och kooperativ för att slutligen nå odlaren av kaffeböner, finns en risk att andra än odlaren berikas längs vägen. Samtidigt uppstår kostnader för att upprätthålla systemet.

Små volymer bidrar till att produktionskostnaden per enhet kan bli högre än vid konventionell produktion. I kombination med kostnader för certifiering och kontroll gör det att produktionskostnaderna generellt är högre för rättvisemärkta varor, kostnader som belastar jordbrukarna och reducerar inkomsteffekten av att vara Fairtrade-certifierad. Det finns vidare en risk att handlare tar ut ett högre pris i konsumentledet än vad merkostnaden för att täcka minimipriset och den sociala premien motiverar. Slutligen finns risk för korruption eftersom minimipriset betalas till producentorganisationen som i sin tur ska fördela pengarna till jordbrukarna. Sammantaget riskerar endast en mindre del av det merpris konsumenten betalar extra i butik nå jordbrukarna. Slutsatsen är att ett minimipris är ett ineffektivt sätt att stödja någons inkomster på.

Är standarder och krav ett effektivt sätt att lösa problem som jordbrukarna ställs inför?

Förutom den direkta priseffekten syftar Fairtrade till att uppnå socioekonomiska mål. Problem som påtalas av rättvis handel-rörelsen är att det saknas resurser för att finansiera skolor och liknande, att det råder brist på kreditmöjligheter, att jordbrukarna har en svag förhandlingsställning gentemot uppköpare samt att svag lagstiftning medför bristande miljöhänsyn och dåliga arbetsvillkor för anställd personal. Slutsatsen i rapporten är att Fairtrade kan ha en positiv effekt i alla dessa avseenden men att det ofta finns effektivare sätt att hantera problemen på.

- Den sociala premien kan till exempel användas för att bygga skolor. Men det är ineffektivt att kanalisera pengar till den typen av projekt på det sättet. Ett direkt bidrag/bistånd skulle vara mer effektivt. Då undviker man produktionskopplingen och dess negativa effekter samt merkostnaderna för märkningen. Dessutom kan en större del av konsumenten

tens donation nå fram eftersom den inte går via handelsledet med den risk för läckage som det innebär.

- Jordbrukarna ska ges möjlighet till kredit genom förskottsbetalning för skörden. Indirekt kan bibehållen inkomst till följd minimipriset minska behovet av lånefinansiering för att utveckla eller diversifiera produktionen. Men kreditmöjligheter som inte är bundna till odling av en viss gröda eller (företrädesvis) begränsad till medlemmar i kooperativ är att föredra.
- Jordbrukarna kan ha en svag förhandlingsposition och en kooperativ organisationsform kan då stärka dem. Men andra organisationsformer och multinationella uppköpare kan vara alternativ till att minska beroendet av lokala uppköpare.
- När lagstiftningen är svag kan standarder ge bättre förhållanden. Värt att notera är dock att en effektiv övervakning och kontroll är nödvändig för att standarderna verkligen ska efterlevas.

Sammanfattningsvis har Fairtrade vissa positiva effekter. För konsumenten ger märkningen en möjlighet att aktivt bidra till en bättre värld. För dem som är certifierade kan märkningen vara gynnsam, dels genom att prisfallet vid låga världsmarknadspriser i viss utsträckning begränsas, och dels genom att märkningen kan ha positiva socioekonomiska effekter som exempelvis att skolor finansieras och att förhandlingspositionen gentemot uppköpare stärks. Det är också psykologiskt betydelsefullt att få ett högre pris för något man producerat jämfört med ett bidrag. Dock finns det antal svagheter. Framför allt kan ett minimipris aldrig komma att omfatta något större antal fattiga jordbrukare. Fairtrade är och förblir därför en nischmarknad för ett fåtal producenter och ett begränsat antal produkter. Därmed kan märkningen aldrig få någon betydande effekt på världens fattigdom. Dessutom är Fairtrade ineffektivt både när det gäller att transferera resurser från konsument till producent och när det gäller att hantera övriga problem som till exempel bristande kredit och för få skolor.

För att långsiktigt nå en god inkomstutveckling hos jordbrukare i utvecklingsländerna krävs en omvandling mot färre, större och mer produktiva gårdar. Då måste strukturomvandlingen underlättas, så att mindre produktiva jordbrukare kan finna nya inkomstkällor medan produktiva jordbrukare kan expandera och

utvecklas. I det här perspektivet är Fairtrades ansats med produktionskoppling och fokus på småskalighet statisk och kortsiktig. Dessutom adresserar inte Fairtrade flera av de underliggande hinder som motverkar strukturomvandling, som behovet av kreditmöjligheter utan koppling till viss produktion.

Avslutningsvis har märkningen vissa positiva effekter i liten skala, men modellen kan inte skalas upp till större volymer. Det är dessutom viktigt att rättvisemärkning inte förleder människor att tro att vanlig handel är till nackdel för länderna. Konventionell handel har, på grund av sin omfattning, möjlighet att lyfta många fler människor ur fattigdom än Fairtrade. Skulle rättvisemärkning leda till att konsumenterna avstår från att köpa arbetsintensiva varor som importerats från utvecklingsländerna får det en negativ effekt på fattiga jordbrukares och arbetares inkomster och försörjningsmöjligheter.

Executive summary and conclusions

Fairtrade labelled products are present in shops throughout Sweden. The idea is to create a link between consumers in the richer countries and producers in the poorer countries, the explicit objectives being to improve working and living conditions for farmers and hired labour.

The aim of this report is to study the effects of the Fairtrade marking of food products. Four fundamental questions are in focus: Is the labelling initiative beneficial to the farmers? Can the benefits of Fairtrade be extended to the vast majority of poor farmers? How large a share of the higher price paid by a consumer does a producer get? Are Fairtrade standards efficient in handling the problems that farmers are faced with?

This report is concerned with Fairtrade labelling, which is the most frequently used marking system both internationally and in Sweden ("Rättvisemärkt" in Sweden). The Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), which is responsible for Fairtrade labelling, makes several social, economic and environmental demands on a producer organisation before it can be certified and its products are marked with the FLO symbol. It is mainly food products that are covered by the regulations e.g., coffee, tea and bananas, but there are also standards for such products as flowers, cotton and footballs.

Consumers the world over spent more than 24 billion SEK on products certified in accordance with FLO's criteria in 2008. Sweden's share of this was about 700 million SEK. Globally, the sale of Fairtrade products has increased by an average of 40% per year for the last five years. Sweden has had an even higher increase; in 2008 it was 75% compared to the previous year, but it should be pointed out that this was from a very low level. In fact, the market share is often no more than a few percent. The Fairtrade product with the highest market share in Sweden is coffee, with 3.4% in 2008.

The Fairtrade labelling system can be regarded as having three components. The first is the requirement that farmers have to be organised into a democratic form, e.g., a cooperative. It is only then that the producer organisation can be certified by FLO. The second component is the price support, which consists of a guaranteed minimum price and a social premium. The minimum price comes into ef-

fect when world market prices are low. This mean that the farmer is guaranteed a certain lowest price, irrespective of how low the world market price may be. The social premium is paid to the producer organisation to be used e.g., for building schools or providing credit at a low interest rate. The third component is made up of standards that regulate production conditions and the relation between the buyer and producer organisation. For example, the production has to be environmentally sustainable and the buyer should provide credit when it is required.

Is the minimum price beneficial to the farmers?

The idea of the minimum price is to protect the producers' incomes and it indeed acts as a type of price insurance in times of low world market prices. Nonetheless, producers rarely sell their whole production as Fairtrade, which means that the average price then becomes lower than the minimum price. Only 30 percent of the total production qualifies for the minimum price and social premium. Consumer demand restricts the size of the market.

Income support in the form of a minimum price has its disadvantages. It is production-linked, i.e., the farmers must grow specific crops to be eligible for the Fairtrade certification. It may create lock-in effects since the farmers cannot change crops. Poor farmers who are outside the Fairtrade system may be negatively affected by reduced demand for conventional alternatives, and the pressure brought to bear on the prices of conventional alternatives as a result of a production-stimulating effect of the minimum price. Today, though, the Fairtrade market share is so small that the world market prices of conventional products are probably not affected.

Can the benefits of Fairtrade be extended to the vast majority of poor farmers?

The current situation is that one and a half million farmers are covered by the Fairtrade system. As there are 25 million growers of coffee beans and 880 million poor in the rural areas of developing countries, a majority of whom are directly or indirectly dependent on farming for their living, a minimum price cannot embrace the majority of poor farmers and make a substantial contribution to the fight against poverty. There are simply not resources available to finance prices above world market prices; a voluntary contribution from consumers is

not enough. Fairtrade can only function as a niche market – advantageous for a few but with no likelihood of helping the many poor.

How large a share of the higher price paid by a consumer does a producer get?

When a sum of money is to be transferred from a consumer via a shop, wholesaler, buyer, roastery, and cooperative to finally reach, e.g., a coffee bean grower, there is a risk that others along the way are enriched at the same time as costs are incurred for maintaining the system.

Small volumes mean that the production cost per unit may be higher than conventional production. The combination of costs of certification and control generally raises the production costs of Fairtrade products; costs that burden the farmers and reduce the income effect of the minimum price. There is also a risk that the shopkeeper charges consumers a higher price than justified to cover the costs for the labelling system. Finally, there is a risk of corruption since the minimum price is paid to the producer organisation, which then distributes the money among the farmers. In sum, transfer efficiency is generally low meaning that minimum prices are generally inefficient in supporting incomes.

Are Fairtrade standards efficient in handling the problems that farmers are faced with?

Apart from the direct price effect, Fairtrade also aims to achieve socioeconomic goals. The problems that have been highlighted by the Fair trade movement are that there are difficulties getting credit, there are too few public goods such as schools, that farmers have a weak negotiating position vis-à-vis buyers and that weak legislation leads to diminished environmental responsibility and worsened working conditions for hired labour. The conclusion of the report is that Fairtrade may have a positive effect on all of these, but there are often more efficient measures with which to deal with these problems.

- The social premium may be used for building schools etc., but it is an inefficient way of transferring money to this type of project. A direct financial contribution or aid would be more efficient, because of the link to production and its negative effects, not to mention the higher cost of Fairtrade labelling itself, would then be avoided. Also, a larger part of the consumers' donation may reach the recipient since it does

not go via a trade link and thus steers clear of the risk of leakage associated with such a link.

- Farmers are to be given access to credit through advance payment for the harvest. Similarly, the income generated by the minimum price may be used to develop or diversify production. Instead, credit access that is not tied to growing a certain type of crop, or limited to members of cooperatives, is to be preferred.
- Farmers may have a weak negotiating position and a cooperative organisation may then make a difference. However, other organisational forms may be equally suitable.
- When it comes to weak legislation, the standards may provide better conditions. It is worth noting that efficient supervision and control are necessary to ensure that the standards are really adhered to.

In summary, Fairtrade certainly has some positive effects. For the consumer the labelling initiative provides an opportunity to actively contribute to a better world. For those who are certified the labeling may be advantageous, for instance when the price decline during times of low world market prices is limited to a certain extent. Fairtrade may also have positive socioeconomic effects, for example in financing schools and contributing to a strong negotiating position vis-à-vis the buyer. It is also psychologically more attractive to extract a higher price for something one has produced than to receive pure monetary assistance. There are several weaknesses, though. Above all, the Fairtrade minimum price can never be extended to a larger number of poor farmers. It is, and will remain, a niche market for relatively few producers. Hence, the labelling initiative will never have a significant role in combating world poverty. In addition, it is inefficient when it comes to transferring resources between consumer and producer, or dealing with other problems like insufficient credit and too few schools.

A long-term income development for farmers in developing countries demands a transformation towards fewer, larger and more efficient farms, in which case the structural transformation must be facilitated so that less productive farmers may find new income sources while more productive farmers may expand and develop. From this perspective the Fairtrade effort to create a production link and focus on small-scale is static and short-term in nature. It fails to address

such underlying obstacles to structural transformation as inadequate rights of tenure and credit unconditioned of a specific type of production.

Finally, the Fairtrade labelling initiative has certain positive effects in a small scale, but the concept cannot be scaled up to large volumes. It is important that the labelling initiative does not mislead people into thinking that conventional international trade is exploitative and unfair in its nature. Instead, conventional trade has a large potential to promote prosperity among poor people. If consumers cut down on their purchases of labour intensive goods from developing countries it will have a negative impact on income levels of farmers and employees living in those countries.

1

Inledning

Det är lätt att förskräckas över den misär som många människor lever i men inte fullt så enkelt för den som lever i den rika delen av världen att göra en meningsfull insats för att minska världens fattigdom. Det finns dock en länk som går mellan konsument och producent; flera av de livsmedel vi dagligen konsumerar, som kaffe och bananer, odlas av fattiga jordbrukare i världens u-länder.¹ Skulle vi då inte kunna betala lite extra för dessa varor så att jordbrukarna kan få bättre betalt och samtidigt passa på att kräva goda arbetsvillkor, för att på så vis göra livet drägligare för dem?

Denna tanke är bärande i vad som kallas rättvis handel och rättvisemärkta varor har på senare tid gjort sitt intåg på butikshyllor och i caféernas kaffesortiment. Det övergripande målet med märkningen är att förbättra arbets- och levnadsvillkor för odlare och lantarbetare i utvecklingsländer. Tanken är enkel, frågan är om det fungerar: Kan vi bidra till att göra världen bättre genom att göra medvetna val när vi handlar mat?

I denna rapport analyseras effekterna av rättvisemärkning, dvs. effekterna av att en vara märks med en symbol som visar att produktionen uppfyller en rad villkor uppställda av en organisation eller ett certifieringsorgan. Fokus är på den i Sverige och internationellt sett vanligaste märkningen; Fairtrade (med tillägget Rättvisemärkt i Sverige). Bakom märkningen står organisationen FLO (Fairtrade Labelling Organizations International).²

Märkningen har tre komponenter: i) ett prisstöd (minimipris för grödor samt en social premie till investeringar för gemensam nytta), ii) standarder för miljö, arbetsvillkor och relationen mellan jordbrukare och uppköpare, samt iii) krav på demokratisk organisation av jordbrukare och arbetare. I rapporten analyserar vi hur väl dessa komponenter kan hantera de problem som identifieras av FLO,

¹ Världsbanken definierar länder med en årlig BNP (bruttonationalprodukt) per capita under 11 116 USD som utvecklingsländer. Se Världsbanken (2007).

² I rapporten syftar begreppet *Fairtrade* på märkningens namn, *Rättvisemärkt* med stor bokstav på det svenska märkningsinitiativet som är anslutet till Fairtrade, medan *rättvisemärkt* med liten bokstav syftar på certifiering och märkning generellt. I praktiken refererar termen rättvisemärkt dock i huvudsak till Fairtrade eftersom merparten av de nationella märkningarna är anslutna till Fairtrade.

och i vilken mån märkningen verkligen kan förbättra arbets- och levnadsvillkor i u-länderna. Fokus är på fyra grundläggande frågor:

1. Är märkningen till nytta för jordbrukarna?
2. Finns det en potential att hjälpa merparten fattiga jordbrukare?
3. Hur stor andel av det merpris som konsumenten betalar extra för de rättvisemärkta varorna når jordbrukarna?
4. Är standarder ett effektivt sätt att hantera de problem som jordbrukare ställs inför?

I rapporten beskrivs inledningsvis framväxt, omfattning och visioner för Fairtrade i kapitel 2. Därefter analyseras effekterna av ett minimipris i kapitel 3. Det första steget är att undersöka om Fairtrade inkomstmässigt gynnar de jordbrukare som omfattas av märkningen. Nästa steg är att se om modellen kan fungera i ett större perspektiv. Fairtrades vision kan tolkas att vara att förbättra situationen ekonomiskt för mer än en ringa del av målgruppen. En central fråga är därför om Fairtrade är en möjlig väg att i stor skala reducera fattigdom; dvs. kan många av u-ländernas jordbrukare omfattas av ett minimipris?

Intressant är att prisstöden är kopplat till odling av specifika grödor. Hur påverkar en sådan koppling den *enskilde* jordbrukarens socioekonomiska utveckling på sikt? Och hur påverkas den långsiktiga utvecklingen i landet om *många* jordbrukare skulle få tillgång till minimipris/prisprenie kopplat till odling av vissa grödor?

Därefter studeras i kapitel 4 hur effektivt det är att transferera resurser från konsument till producent via handelsledet. Hur stor andel av merpriset i butik går *de facto* till jordbrukarna?

I kapitel 5 diskuteras sedan standarder, jordbrukarnas organisation samt den sociala premien som ska användas till gemensamma investeringar. Både när det gäller prisstöd och standarder måste det finnas en fungerande kontroll och övervakning för att systemet ska fungera. Är så fallet? En viktig fråga är också om det finns andra, mer effektivare sätt, att hantera de problem som jordbrukarna möter än de som tillämpas av Fairtrade.

I det avslutande kapitlet ges ett vidare perspektiv på rättvisemärkning genom en kortfattad diskussion av jordbrukets roll när det gäller fattigdomsbekämpning samt kopplingen mellan internationell handel och ekonomisk tillväxt.

Rapporten gör inte anspråk på att täcka alla tänkbara positiva och negativa effekter som kan uppstå till följd av märkningen. Ansatsen är att fokusera på centrala aspekter med ambitionen att ge en tillräckligt heltäckande bild. Det kan noteras att kaffe är den vara som har analyserats mest i rättvisemärksammanhang. Det beror på att det har varit den värdemässigt mest betydelsefulla enskilda varan samt att rättvisemärktcertifiering för jordbruksvaror introducerades till följd av en djup och långtgående kris på den internationella kaffemarknaden. Därför har rapporten en stark slagsida mot exempel som inkluderar kaffe. Det principiella resonemanget gäller dock även andra livsmedel.

2

Framväxt och omfattning av märkningen Fairtrade

I detta kapitel beskrivs kortfattat framväxten av rörelsen rättvis handel och bakgrunden till rättvisemärkning av livsmedel. Märkningen Fairtrades vision presenteras tillsammans med tillväxttakt, volymer och andel i total export.

2.1 Bakgrund

Rörelsen rättvis handel

Tanken att stödja producenter i fattiga länder genom att handla med dem på ett icke-exploaterande sätt växte fram under 1900-talets första hälft. I spåren av andra världskriget började hjälporganisationer som Oxfam i England att importera och sälja hantverk från Östeuropa för att stödja ländernas ekonomiska återuppbyggnad.³ I USA grundades på 1940-talet organisationen Ten thousand villages med målet att minska fattigdom och hjälpa tillverkare i fattiga länder att finna köpare i den rikare delen av världen, och på 1960-talet öppnades världsbutiker i Europa drivna av volontärer som sålde textilier och hantverk från u-länder.

Vad som kom att kallas rättvis handel är en rörelse som idag omfattar en rad organisationer, se ruta 1, som ägnar sig åt vad de benämner ett handelssamarbete mellan producenter i Afrika, Asien, Latinamerika och konsumenter i rika länder på rättvisa villkor. Med rättvisa villkor menas att producenterna ska ha rimliga arbetsvillkor och få en möjlighet till social och ekonomisk utveckling.

Under 1980-talet minskade efterfrågan på hantverksprodukter från u-länder i västvärlden samtidigt som världsmarknadspriset på flera jordbruksprodukter föll kraftigt. Särskilt uttalat var priset på kaffe, vilket skapade stora problem för de småskaliga jordbrukare som livnärde sig på odling av kaffebönor. Det fick till följd att världsbutikernas sortiment utökades med livsmedel; först kaffe och te, följt av kakao, torkad frukt, ris, kryddor och nötter.

³ Nicholls och Opal (2005). Förkortningen Oxfam står för Oxford Committee for Famine Relief.

Ruta 1: Betydande aktörer inom rättvis handel-rörelsen

Fyra större internationella organisationer arbetar med rättvis handel:

FLO – Fairtrade Labelling Organizations International. Den paraplyorganisation som står bakom märkningen Fairtrade.

WFTO - World Fair Trade Organisation. Samarbetsorganisation för producenter i utvecklingsländer (framförallt inom jordbruk och hantverk) och organisationer i i-länder. Syftet är att skapa marknader, utbyta information och bilda opinion. Att som producent vara WFTO-certifierad innebär att man ställer sig bakom rättvis handels generella kriterier samt att man godkänns av WFTO.

NEWS! – Network of European Worldshops. En sammanslutning av 2500 världsbutiker i Europa. Säljer varor framställda enligt rättvis handels kriterier, sprider information om rättvis handel i konsumentledet och arbetar med opinionsbildning kring handelsregler och handelspolitik.

EFTA – The European Fair Trade Association. Medlemmar i EFTA är de 12 största importorganisationerna i Europa som handlar med producentorganisationer enligt rättvis handels kriterier. I sina hemländer fungerar organisationerna som grossister och ibland återförsäljare. Varorna säljs via världsbutiker eller i dagligvaruhandel. Mer än hälften av varorna i europeiska världsbutiker kommer ifrån EFTA-medlemmarna.

Organisationerna samarbetar i form av ett löst nätverk benämnt **FINE**.

Generella kriterier för rättvis handel (utarbetade av FINE):

- Goda arbetsförhållanden, långsiktighet, en skälig lön/betalning och miljömedvetenhet.
- En öppen, demokratisk organisationsstruktur.
- En utvecklande och tillmötesgående dialog mellan alla aktörer, där delaktighet är grundläggande.
- Långsiktiga och stabila handelsrelationer.
- Produktion ska ske med hänsyn till FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna, FN:s barnkonvention och ILO:s (International Labour Organisation) grundläggande konventioner.
- Främja jämställdhet mellan män och kvinnor.
- Sprida information, utbilda och genomföra kampanjer.
- Prioritera produkter som förädlats i ursprungslandet.

Källa: Rättvisemärkt (2009b). Se FINE (2001) för en mer detaljerad beskrivning av kriterierna för rättvis handel.

Rättvisemärkning

Att uppnå några större försäljningsvolymen enbart med hjälp av små och spridda världsbutiker, kyrkobasarer och liknande, visade sig emellertid vara svårt. Ett al-

alternativ vore att sälja varorna i vanliga butiker och därmed nå fler presumtiva kunder. Problemet är bara att en egenskap som ”rimliga arbetsförhållande” är en så kallade förtroendeegenskap. Det innebär att den hör samman med produktionsprocessen och inte går att observera hos den färdiga varan.⁴ I en världsbutik är merparten av varorna handlade enligt uppställda kriterier för rättvis handel, se ruta 1, vilket gör det enkelt för konsumenterna att välja en vara med den önskade förtroendeegenskapen. I en vanlig livsmedelsbutik är det svårare. Lösningen blev att märka varorna.

En *rättvisemärkt* produkt uppfyller specifika krav uppställda av en organisation eller ett certifieringsorgan, och får märkas med en symbol. Den första rättvisemärkningen hette Stichting Max Havelaar och introducerades 1988 i Nederländerna. Den första rättvisemärkta varan var kaffe från ett kooperativ i Mexiko och såldes i livsmedelsaffärer i Nederländerna.

Ruta 2: Skillnad mellan rättvist handlade varor och rättvisemärkta varor

Varor som är rättvist handlade följer kriterier för rättvis handel uppställda av nätverket FINE. De rättvist handlade varorna behöver inte ha någon märkning och det finns inget särskilt kontrollorgan utan det är importörens ansvar att kontrollera att varorna följer kriterierna. Ofta rör det sig om hantverk och liknade.

Varor som är rättvisemärkta följer (i merparten av fallen) FLO:s uppställda krav, märks med FLO:s symbol och granskas av kontrollorganet FLO-CERT. Framst jordbruksprodukter är rättvisemärkta. Kraven baseras på de generella kriterier som FINE ställt upp men är inte identiska.

Introduktionen i livsmedelsaffärer gjorde att försäljningen tog fart och en rad organisationer införde snart egna former av certifiering med olika krav och symboler. I Sverige diskuterade Svenska Kyrkan och en rad bistånds- och frivillighetsorganisationer samt fackföreningar möjligheten att införa en svensk produktmärkning för rättvist handlade varor. Det resulterade i att Rättvisemärkt bildades 1996.⁵

Under 2002 lanserades den internationella märkningen *Fairtrade* av paraplyorganisationen FLO (Fairtrade Labelling Organizations International). Syftet var att få en gemensam och enhetlig märkning världen över och på så sätt underlätta

⁴ Antle (1995).

⁵ Rättvisemärkt (2009a).

för både konsumenter och producenter genom att gallra i floran av symboler och krav. Dessutom ville man öka rättviseprodukternas synlighet i affärerna. Fairtrade är numera den vanligaste märkningen världen över och även Rättvisemärkt i Sverige är ansluten till FLO.⁶ Själva symbolen är ett registrerat varumärke och märkningen visar att produkten uppfyller de sociala, ekonomiska och miljömässiga krav som FLO ställer. Certifieringssystemet sköts av det fristående organet FLO-CERT som fastställer standarderna och kontrollerar att de efterlevs. Märkningen vänder sig främst till småskaliga jordbrukare även om det också finns standarder för anställd personal vid plantager.

2.2 Märkningen Fairtrade

Vision

På sin hemsida hävdar FLO att: "All handel är inte rättvis". FLO fortsätter: "Jordbrukare och arbetare i början av kedjan får inte alltid en rättvis del av vinsterna av internationell handel. Fairtrade möjliggör för konsumenterna att rätta till det."⁷ Fairtrades vision kan sägas vara att förändra konventionella handelsstrukturer för att gynna fattiga producenter, se ruta 3.

Ruta 3: Fairtrades vision

"Vår vision är en värld där rättvisa och hållbarhet är grunden för handelsstrukturer så att alla genom sitt arbete kan vidmakthålla en skälig och värdig levnadsstandard och utveckla sin fulla potential.

För att uppnå denna vision, vill Fairtrade förändra handelsstrukturer till fattiga och missgynnades fördel. Genom att underlätta partnerskap baserat på jämlikhet och transparens, bidrar Fairtrade till hållbar utveckling för marginaliserade producenter, arbetare och deras lokalsamhällen. Genom att visa på alternativ till konventionell handel, och även via annat arbete, gör Fairtrade det möjligt för medborgare att arbeta för ett internationellt handelssystem baserat på rättvisa."

Källa: Fairtrade Foundation (2009a).

⁶ Det är också den märkning för vilken det finns mest utförlig och tillförlitlig statistik, vilket innebär att de volymer och omsättningar som anges i rapporten baseras på material från FLO om inte annat anges.

⁷ FLO (2009a).

Identifierade problem och föreslagna lösningar

Rättvis handel-rörelsen pekar på en rad problem för jordbrukare och lantarbetare i u-länder och föreslår lösningar för hur dessa problem ska hanteras. Det är denna problemformulering och lösningsmodell som bildar själva grunden för vad rörelsen ser som rättvis handel, och märkningen Fairtrade är konstruerad i enlighet med denna logik. Centralt är att jordbrukarna är fattiga, att världsmarknadspriser fluktuerar och kan falla kraftigt, samt att jordbrukarna är i en svag förhandlingsposition gentemot uppköpare.

Tabell 1: Identifierade problem och lösningar enligt rättvis handel-rörelsen

Problem	Lösning enligt rättvis handel –modellen	Typ av lösning
Jordbrukare och lantarbetare är fattiga	- Minimipris för jordbrukarna och minimilön för arbetskraft - Social premie att investera i projekt för att förbättra situationen i lokalsamhället för jordbrukare och lantarbetare	Inkomsttransferering + standard för minimilön
Världsmarknadspriset täcker inte alltid produktionskostnaden	- Minimipris som garanterar ett lägsta pris oavsett hur lågt världsmarknadspriset är	Inkomsttransferering
Småskaliga jordbrukare saknar prisinformation	- Jordbrukarna ska organisera sig i demokratisk form (gärna kooperativ), vilket ger större resurser för att inhämta information	Standard
Småskaliga jordbrukare saknar kunskap om marknadens krav (kvalitet, produktionsmetoder etc.)	- Jordbrukarna ska organisera sig i kooperativ, vilket ger större resurser för att skicka representanter till mässor och kunder - Krav på långsiktiga kontrakt mellan kooperativen och uppköpare gör att uppköparna är mer benägna att dela med sig av sitt kunnande	Standard
Småskaliga jordbrukare saknar tillgång till kredit	- Uppköpare eller importör måste finansiera en viss del av skörden i förväg	Standard
Svag lagstiftning rörande arbetsrätt i producentlandet	- Standarder som kräver att producenter följer ILO:s krav gällande minimilöner, barnarbete, arbetsvillkor och rätten till fackligt anslutning	Standard
Miljömässigt ohållbara produktionsmetoder för att pressa priset	- Miljömässiga standarder förbjuder användningen av vissa kemikalier och viss typ av markanvändning. En premie utgår för ekologisk produktion	Standard

Källa: Baseras på Nicholls och Opal (2005).

Lösningarna fokuserar på att begränsa konsekvenserna av prisfall på världsmarknaden för exportorienterade jordbrukares inkomster, att ge utrymme för gemensamma investeringar, att stärka jordbrukarna genom att uppmuntra organisation i form av kooperativ, samt att ställa miljö- och arbetsrättsliga krav för produktionen. En översikt av problem och lösningar enligt rättvis handelrörelsen ges i tabell 1. Baserat på denna modell har märkningen Fairtrade tre komponenter:⁸

Krav på organisationsform: En bärande tanke är att jordbrukarna ska organisera sig i demokratiskt, i huvudsak i form av kooperativ. Enbart producentorganisationer certifieras. En enskild odlare kan inte få sin produktion certifierad även om han eller hon skulle uppfylla övriga krav som FLO ställer. När det gäller anställda är kravet att de ska vara fackligt organiserade. För att bli certifierad krävs också att producentorganisationen har en köpare till sin produktion.

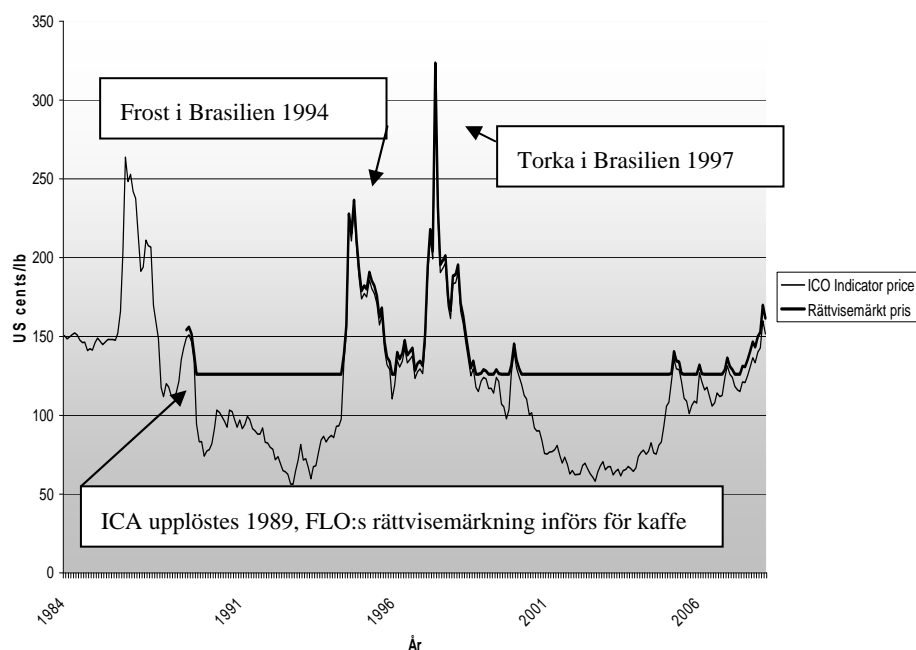
Standarder: En rad standarder finns för arbetsvillkor och miljöhänsyn. Krav ställs på att långsiktiga relationer mellan producenter och uppköpare ska underlättas, och att producenterna ska få ökade möjligheter att kontrollera handelsrelationen. Vid behov ska förskottsbetalning utgå till producenterna.

Prisstöd: För att säkerställa att jordbrukarna får ett pris som täcker produktionskostnaderna för en socialt och miljömässigt hållbar produktion finns ett fastställt minimipris som uppköparen åtminstone ska betala. Dessutom ska en social premie tillhandahållas till kooperativen av uppköparen. Premien ska investeras i gemensamma projekt enligt demokratiska beslut, tex. i skolor, infrastruktur eller i form av lån till låg ränta.

För att illustrera hur minimipriset fungerar visas prissättningen för Arabica-kaffe i diagram 1. Den kraftiga linjen ger Fairtrades minimipris medan världsmarknadspriset ges av den tunnare linjen. Diagrammet visar att världsmarknadspriset för Arabica-kaffe var lägre än minimipriset under första halvan av 1990-talet samt under de inledande åren av 2000-talet. Stiger världsmarknadspriset över minimipriset blir priset till jordbrukarna lika med världsmarknadspriset plus den sociala premien. Detta skedde under senare delen av 1990-talet samt en bit in på 2000-talet.

⁸ Se FLO (2009b) för detaljer.

Diagram 1: Arabica kaffe 1989-2007, en jämförelse mellan ICO indikatorpris och rättvisemärkts pris



Källa: FLO (2009c) and ICO (2008). ICO indikatorpris är världsmarknadspriset. Minimipriset för Fairtrade-certifierade Arabica kaffeböner är 1.25 USD /lb plus 0.10 USD/lb i social premie (den sociala premien höjdes i juni 2007 från 0.05 USD, minimipriset höjdes från 1.21 US dollar i juni 2008). Ett lb motsvarar 0.45kg. ICA står för International Coffee Agreement, se avsnitt 3.2.

Hög tillväxttakt men små volymer

Under 2008 spenderade konsumenter världen över drygt 24 miljarder kronor på rättvisemärkta varor certifierade i enlighet med FLO:s kriterier. I Sverige var försäljningsvärdet cirka 700 miljoner kronor.⁹ Det kan jämföras med den totala livsmedelsförsäljningen i Sverige som uppgick till 194,9 miljarder kronor under 2007.¹⁰ Vid 2008 års utgång var 872 producentorganisationer i 58 utvecklingsländer anslutna till märkningen; totalt omfattas drygt en och en halv miljon

⁹ Rättvisemärkt (2009c). Kaffe och bananer stod tillsammans för drygt hälften av försäljningsvärdet.

¹⁰ SCB (2009).

jordbrukare i u-länderna. Räknas hela hushållen berörs cirka 7,5 miljoner människor, beräknar FLO.¹¹ Totalt har FLO standarder för 18 produktgrupper, främst livsmedel och drycker.¹² Bananer är den viktigaste varan i volym men räknat i värde är kaffe störst.¹³

Tillväxttakten har varit imponerande. I snitt har marknaden för Fairtrade vuxit med 18 procent om året mellan 1997 och 2002.¹⁴ Under senare år har tillväxttakten skjutit ytterligare fart; under de senaste fem åren ökade försäljningen världen över med 40 procent.¹⁵ Sverige har haft en ännu högre tillväxttakt, under till exempel 2008 var ökningen 75 procent jämfört med föregående år.¹⁶ I tabell 2 ges ökningen i procent för enskilda varor mellan 2005 och 2006.¹⁷

Tabell 2: Försäljningsvolym och tillväxt av Fairtrade samt andel av total export, 2006 (ton, om inte annat anges)

Produkt	Volym, ton	Tillväxt i % sedan 2005	Andel av total export i %	Produkt	Volym, ton	Tillväxt i % sedan 2005	Andel av total export i %
Bananer	135 783	31	0,8	Ris	2 985	75	0,2
Bomull	1 551 807	125	-	Socker	7 159	98	0,03
Juice	7 065	45	-	Te	3 886	49	-
Honung	1 552	17	-	Snittblommor**	171 697	51	-
Kaffe	52 077	53	0,9	Sportbollar*	152 412	137	-
Kakao	10 952	93	0,4	Vin***	3 197	139	-

Källa: Försäljningsvolym från FLO (2007) och handelsdata från FAOSTAT (2009), (*styck, ** tusen styck, *** liter).

Trots en betydande tillväxt i procent är Fairtrade en försvinnande liten del av den totala exportvolymen, mindre än en procent för de varor som omfattas, se tabell 2. Fairtrade-certifierat kaffe uppgick exempelvis till 0,9 procent av den totala exporten av orostat kaffe 2006, medan endast 0,8 procent av exporten av

¹¹ FLO (2009e).

¹² Produktgrupperna är bananer, blommor, bomull, fotbollar, torkad frukt, färsk frukt och grönsaker, honung, fruktjuice, nötter och frön/gryn, kaffe, kakao, kryddor och kryddörter, ris, socker, sojaböner och linser, te, vindruvor och quinoa. Dessutom finns standarder för livsmedel bestående av rättvisemärkta beståndsdelar som godis och snacks. Se FLO (2009d).

¹³ Leatherhead Food International (2003).

¹⁴ Leatherhead Food International (2003).

¹⁵ FLO (2009e).

¹⁶ Rättvisemärkt (2009c).

¹⁷ Det senaste år som handelsstatistik från FAOSTAT finns tillgängligt för är 2006.

bananer bestod av Fairtrade-certifierade bananer. Trots att den procentuella tillväxten är hög så är den faktiska nivån en droppe i havet jämfört med den traditionella handeln.

Även i förhållande till omsättningen står de rättvisemärkta produkterna endast för en liten del av respektive varus totala marknad; cirka en till fyra procent i normalfallet.¹⁸ I Sverige var endast 3,4 procent av den mängd kaffe som såldes under 2008 certifierad i enlighet med FLO:s kriterier (Rättvisemärkt). Övriga produktgrupper som har över en procents marknadsandel i Sverige är bananer (2,8 %) socker och honung (2,6%), te (2,6%) samt kakao och drickchoklad (2,3%).¹⁹ När det gäller bananer är bara 1 procent av den totala årliga produktionen på 100 miljoner ton certifierad i enlighet med FLO:s krav.²⁰ Det finns dock undantag, främst i Schweiz vilket är det land som har den högsta konsumtionen av Fairtrade-certifierade varor per capita. Där är marknadsandelen för rättvisemärkta bananer 55%.²¹ Tre produkter står för drygt 80% av försäljningen av Fairtrade-certifierade varor i Schweiz; förutom bananer är det kaffe och blommor, där kaffe har en marknadsandel på 4%. Den schweiziska marknaden för rättvisemärkta varor verkar dock vara mättad sedan 2004, konstaterar Kries (2008), då tillväxten i försäljningsvolymerna har stagnerat. Efter Schweiz är Storbritannien det land som har högst försäljning per capita, och även här har bananer en hög marknadsandel, cirka 25%.²²

Perspektiv på betydelsen av rättvisemärkt fås även om antalet jordbrukare som omfattas av Fairtrade, cirka 1,5 miljoner, jämförs med det totala antalet odlare av kaffeböner i Asien, Afrika och Latinamerika, cirka 25 miljoner. Det går också att jämföra med det totala antalet fattiga människor som bor på landsbygden, ungefär 880 miljoner. Merparten av dessa fattiga är direkt eller indirekt beroende av jordbruket för sin försörjning.²³ Fairtrade är med andra ord, trots en snabb volymmässig tillväxt, en nischmarknad för ett litet antal av utvecklingsländernas jordbrukare.

¹⁸ Nicholls och Opal (2005).

¹⁹ Rättvisemärkt (2009c).

²⁰ Rättvisemärkt (2009d).

²¹ Krier (2008). Även ananas, honung och socker har höga marknadsandelar, runt 15-17%, i Schweiz.

²² Krier (2008).

²³ Lewin et al (2004) och Världsbanken (2007).

När det gäller kaffe kan det noteras att alla former av specialkaffe, inte bara Fairtrade, visar en snabb tillväxt medan försäljningen av konventionellt kaffe har stagnerat.²⁴ Konsumenterna efterfrågar alltså i ökad utsträckning olika specialvarianter av en kaffe, där Fairtrade är ett alternativ.

Vad krävs för att visionen ska nås?

För att Fairtrade ska generera bättre arbets- och levnadsvillkor för jordbrukare och lantarbetare i u-länder krävs naturligt nog att lösningarna som föreslås har önskad effekt. Det betyder att lösningarna måste adressera de grundläggande orsakerna till problemen samt dessutom göra det på effektivt sätt. Med *effektiv* menas att målen uppnås i så hög grad som möjligt till så låg kostnad som möjligt. Att kostnaderna ska vara låga innebär dels låga direkta kostnaderna men också att oönskade negativa sidoeffekter undviks. I följande kapitel analyseras om så är fallet. Fairtrades vision kan tolkas att vara att förbättra situationen för mer än en ringa andel av målgruppen. En central fråga är därför om Fairtrade är ett möjligt sätt att i stor skala reducera fattigdom och förbättra arbets- och levnadsvillkor. I nästa kapitel börjar vi med att studera hur ett minimipris fungerar.

²⁴ Lewin et al (2004).

3

Effekter av minimipriser

Ett bärande tema för Fairtrade är att jordbrukarna ska få ett rättvist pris för sina varor. I detta kapitel är fokus på den direkta påverkan på inkomsten av ett minimipris. Nedan diskuteras först om jordbrukare i certifierade organisationer får högre pris än andra, samt om prispremien täcker de extrakostnader som Fairtrade medför. Därefter analyseras den möjliga omfattningen av ett minimipris. Om ett minimipris ska fungera för att höja priserna på utvecklingsländernas exportvaror och få en märkbar effekt när det gäller att reducera fattigdom, måste många fattiga jordbrukare kunna omfattas. Centralt är då varför priserna är låga och om minimipriser kan lösa problemet med låga världsmarknadspriser för utvecklingsländernas jordbruksexport.

3.1 Lönar det sig att vara Fairtrade-certifierad?

Påverkan på pris och inkomst

För att utvärdera skillnader i pris och inkomster mellan jordbrukare som tillhör, respektive inte tillhör, en Fairtrade-certifierad producentorganisation krävs jämförande empiriska studier.

En rad studier har undersökt vilket pris producentorganisationerna *de facto* får för rättvisemärkta varor. Studier utförda vid låga världsmarknadspriset visar generellt att de som är certifierade får ett högre pris, jämfört med övriga jordbrukare, för den volym som säljs som rättvisemärkt.²⁵ När det genomsnittliga priset per kg studeras är dock skillnaden mindre. Förklaringen är att kooperativ sällan kan sälja hela sin skörd som rättvisemärkt på grund av bristande efterfrågan. Det gör att den genomsnittliga intäkten per kilo blir lägre än Fairtrades minimipris. Att inte kunna sälja hela sin skörd som rättvisemärkt, trots att den uppfyller kraven, är ett vanligt problem. Rättvisemärkt (2009e) uppger att endast 30 procent av den certifierade produktionen verkligen säljs som Fairtrade och därmed får minimipriset.

Intressant är vidare inte bara om priset blir högre utan om inkomsten ökar. Då måste hänsyn tas till de extra kostnader som märkningen för med sig för jord-

²⁵ Se exempelvis Bacon (2005) som intervjuar 228 odlare av kaffe i Nicaragua samt Calo och Wise (2005) som studerar odlare av kaffeböner i Mexiko. Se även översikten i Nicholls och Opal (2005).

brukarna. Det rör sig dels om en avgift till FLO för att få använda sig av märkningen, och dels om anpassningskostnader till följd av de produktionskrav som FLO ställer upp. En rad studier har funnit en positiv effekt på inkomsten vid låga världsmarknadspriser jämfört med odlare som inte är anslutna.²⁶ Certifieringen har alltså haft avsedd effekt i dessa fall.

När världsmarknadspriserna är lika med eller högre än minimipriset kan skillnaden förväntas vara mindre mellan med jordbrukare som är medlemmar i en certifierad producentorganisation och de som inte är det. Det finns bara ett fåtal studier som har gjort jämförelser mellan år med höga respektive låga världsmarknadspriser, ett exempel är Mendoza och Bastiaensen (2003). De jämför producentpriset för konventionella och Fairtrade-certifierade kaffeböner vid två olika tidpunkter i Nicaragua, ett normalt år (1996) och ett år med låga priser mitt i den senaste kaffekrisen (2001). De finner att producentpriserna för de två sorternas kaffeböner inte skiljer sig åt i någon större grad under det goda året. Däremot är prisfallet mer uttalat för konventionella kaffeböner under det dåliga året.

Sammantaget visar en rad studier att Fairtrades minimipris fungerar som en buffert i tider av låga världsmarknadspriser. Effekten är dock lägre än vad minimipriset ger intryck av eftersom endast en mindre del av den certifierade produktionen verkligen säljs som Fairtrade.

När världsmarknadspriset är högre än minimipriset

Prisnedgången för kaffe speglar utvecklingen i stort för jordbruksprodukter från oljekrisens 1970-tal fram till början av 2000-talet. Från 1973 till 2000 föll livsmedelspriserna med i genomsnitt 60 procent, med hänsyn tagen till inflation, världen över.²⁷ De fallande priserna var en konsekvens av en snabb teknologisk utveckling inom jordbruket, som i kombination med ett högt konkurrenstryck pressade priserna. Efterfrågan på livsmedel ökade inte i motsvarande grad under tiden.²⁸

²⁶ Exempel är Calo och Wise (2005), en översikt av ett flertal studier gjord av Nicholls och Opal (2005), samt sju fallstudier utförda vid Colorado State universitet i Murray et al. (2003).

²⁷ Världsbanken (2004).

²⁸ Schmidhuber och Shetty (2005).

Flera faktorer talar dock för att den neråtgående pristrenden under senare delen av 1900-talet inte kommer att fortsätta under 2000-talet. Bristande tillgång på sötvatten, klimatförändringar, konkurrerande efterfrågan på jordbruksmark från bioenergi och fortsatt urbanisering gör att utbudet av livsmedel riskerar att öka i långsammare takt än tidigare. Även minskad bördighet pga. långsiktigt ohållbara brukningsmetoder och otillräckliga satsningar på forskning och utveckling inom jordbrukssektorn talar för att utbudsökningen kommer att avta. Samtidigt fortsätter efterfrågan på mat att öka pga. av fortsatt befolkningstillväxt och stigande inkomster, främst i Asien.

Världsmarknadspriset på kaffe har återhämtat sig efter kaffekriserna och låg enligt ICO (2008) under 2008 i nivå med eller över Fairtrades minimipris, se diagram 1 i avsnitt 2.2. Även priset för andra varor som kakao har återhämtat sig jämfört med de låga nivåer som rådde under slutet på 1990-talet.

Det är viktigt att komma ihåg att det inte är en viss andel av priset i butik eller ett fast påslag utöver världsmarknadspriset som går till de certifierade jordbrukarna, utan de garanteras ett lägsta pris av Fairtrade. Det innebär att när livsmedelspriserna stiger över minimipriset utgår ingen prispremie för Fairtrade-certifierade varor. En situation med priser högre än minimipriset är därför en utmaning för Fairtrade; den ekonomiska vinsten för jordbrukarna av att vara anslutna till märkningen blir lägre (enbart den sociala premien utöver världsmarknadspriset) samtidigt som kostnaderna för att vara ansluten består.

3.2 Kan alla fattiga jordbrukare och all deras produktion omfattas?

Om ett minimipris ska vara en fungerande lösning måste det adressera själva orsaken till att priserna är låga. Nedan diskuteras exemplet kaffe och bakgrunden till de låga världsmarknadspriserna för kaffe under de senaste kaffekriserna, samt vilken effekt ett minimipris får.

Varför är priserna låga? – exemplet kaffe

Som nämns i kapitel 2 har rättvisemärkningen av livsmedel sitt ursprung i de kraftiga nedgångar i världsmarknadspriset på kaffebönor som ägde rum under slutet av 1980-talet och början av 1990-talet. Prisfallet berodde på stora produktivförbättringar i bland annat brasiliansk kaffeproduktion samt att nya lågkostnadsproducenter som Vietnam trädde in på arenan. Dessutom upplöstes In-

ternational Coffee Agreement (ICA) i slutet av 1980-talet. ICA var en internationell överenskommelse som reglerade pris och produktion med hjälp av kvoter för merparten av kaffeindustrin sedan tidigt 1960-tal. ICA lyckades hålla uppe priset så länge det fanns ett fåtal producentländer där staten hade ett stort inflytande över exportens storlek, även om det förekom problem med fusk och bråk om kvotstorlek.²⁹ När statens inblandning minskade och viktiga producentländer som Brasilien ökade sin export bröt samarbetet samman.

Ett huvudsakligt skäl till låga priser är alltså samspelet mellan utbud och efterfrågan. När utbudet ökar kraftigt på grund av nytilkomna producenter och effektivare produktion uppstår ett överskott och då faller priserna. Ett lägre pris leder visserligen till ökad konsumtion vilket kan bromsa prisfallet något men kaffe, liksom livsmedel i allmänhet, är en vara där konsumtionen endast ökar i begränsad utsträckning när priset faller. Det går helt enkelt inte att dricka hur mycket kaffe som helst. Se ruta 4 för en principiell illustration.

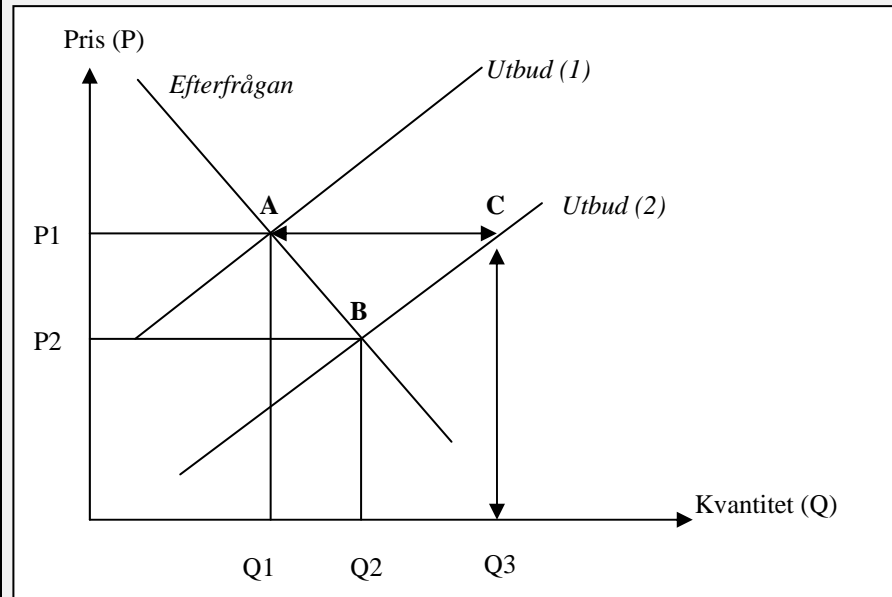
Prisfallet är en signal till jordbrukarna att det odlas för mycket kaffebönor och att några av dem bör se sig om efter alternativa inkomstkällor. Detta sker med automatik; de som har höga produktionskostnader slås ut vilket på sikt minskar produktionen. I den här situationen kan priset bli lägre än produktionskostnaden för vissa producenter, till exempel om ny teknik gjort produktionen billigare för storskaliga producenter samtidigt som småskaliga jordbrukare inte har möjlighet att utnyttja teknikens landvinningar. På sikt stabiliseras priset på en nivå som täcker kostnaderna för de mer konkurrenskraftiga producenterna.

Vinnare är konsumenterna som får lägre priser och de jordbrukare som kan utnyttja den nya tekniken eller på annat sätt har låga kostnader. Förlorare är de odlare som inte längre är konkurrenskraftiga.

²⁹Se exempelvis Akiyama och Varangis (1990) och Ponte (2002).

Ruta 4: Anpassning vid en utbudsschock

Här illustreras vad som händer när utbudet av en vara ökar kraftigt. Det speglar vad som hände på den internationella marknaden för kaffeböner vid kaffekrisen.



Utbud och efterfrågan på kaffe kan beskrivas med kurvor som visar sambandet mellan pris och kvantitet. Efterfrågekurvan lutar nedåt; ju lägre priset desto mer efterfrågar konsumenterna. Utbudskurvan lutar uppåt; ju högre pris desto mer vill producenterna sälja. Jämvikt råder vid det pris där utbud är lika med efterfrågan; vid punkt A där Efterfrågan skär Utbud(1). Vid P1 efterfrågar konsumenterna Q1 och producenterna är villiga att sälja Q1. Punkt A kan sägas vara situationen före kaffekrisen. När nya och mer effektiva producenter kommer in på marknaden skiftar utbudskurvan till Utbud(2). Till följd av den utökade produktionskapaciteten och ny teknologi kan producenterna erbjuda den betydligt större kvantiteten Q3 till det ursprungliga priset P1 (C). Detta fås genom att studera Utbud (2) för att se vilken kvantitet som motsvarar priset P1. Konsumenterna vill emellertid fortfarande köpa kvantiteten Q1 om priset är P1 (A). Produktionen är större än efterfrågan. Vad händer då? Jo, producenterna tvingas sänka priset. Vissa producenter väljer att sluta när lönsamheten minskar och då minskar utbudet. I punkt B, där Efterfrågan skär Utbud(2), har vi en ny marknadssjämvikt där utbud åter är lika med efterfrågan. Marknaden har anpassat sig till den utbudsschock som effektivare produktionsmetoder och nya producenter innebär. Det nya priset, P2, är lägre och den nya produktionsnivån, Q2, är högre än tidigare (P1, Q1). Det produceras mer och billigare kaffe än tidigare. Se exempelvis Perloff (2006) för en fördjupad diskussion.

Ett lands ekonomi förändras ofta över tiden, vissa sektorer krymper och andra expanderar. I en väl fungerande marknadsekonomi kan arbetskraften i krym-

pande sektorer finna nya arbetstillfällen inom andra områden. Sociala skydds-
nät, kreditmöjligheter och utbildning är faktorer som underlättar en sådan över-
gång. Problemet är att de småskaliga, fattiga odlare av kaffebönor som drabbas
av prisfallet saknade sociala skyddsnet och hade svårt finna ny försörjning.
Detta är en icke ovanlig situation i fattiga länder. Oxfam (2002) rapporterar att
odlarna av kaffebönor tvingades ta barn ur skolan, att de inte längre hade råd
med mediciner samt att de tvingades skära ner på utgifterna för mat under kaf-
fekrisen. För att få en uppfattning om hur priserna fluktuerat kan nämnas att
världsmarknadspriset för *Robusta* kaffe var runt en fjärdedel av Fairtrades mi-
nimipris under 2002 när krisen var som djupast.³⁰ Det var i den här situationen
som Fairtrades introducerade ett minimipris för kaffebönor för att hjälpa de
drabbade jordbrukarna. Syftet var att begränsa prisfallet och därigenom stödja
jordbrukarnas inkomster.

Effekter av ett minimipris som omfattar många odlare

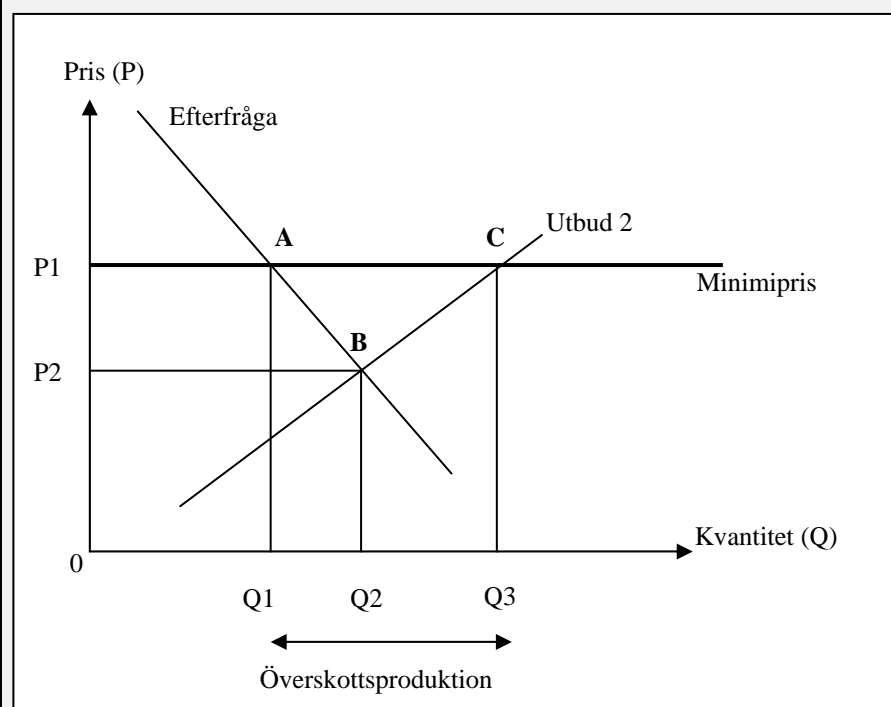
Ett minimipris innebär att prisfallet begränsas. De som omfattas av minimipriset
drabbas inte så hårt av en kris, vilket konstaterades i avsnitt 3.1. Ett problem är
dock att minimipriset bryter signalen till producenterna om att det råder ett
överskott. Det uppmuntrar inte till minskad produktion för att reducera över-
skottet. Men spelar det egentligen någon roll om jordbrukarna får ett högre pris
genom ett minimipris eller genom att överskottet på världsmarknaden minskar?
Huvudsaken är ju att de får rimligt betalt? En viktig aspekt här är om syftet är
att hjälpa alla fattiga jordbrukare eller bara några enstaka.

Ett grundläggande problem är att ett minimipris för alla leder till en högre pro-
duktionsnivå än före prisfallet. Orsaken till prisfallet var ju att produktionen
ökat, begränsas prisfallet kommer produktionsökningen att bestå. I ruta 5 visas
att ett minimipris som omfattar alla odlare och all deras produktion resulterar i
en mycket större produktion än vad konsumenterna vill ha. Ytterligare en hake
är att det inte finns resurser för att betala alla odlare ett minimipris som ligger
över världsmarknadspriset. Konsumenterna vill ju inte ha så mycket kaffe till
det priset. Att garantera alla odlare ett minimipris för all sin produktion är därför
i praktiken omöjligt.

³⁰ ICO (2008).

Ruta 5: Effekt av ett minimipris vid prisfall

Antag att vi vill eliminera prisfallet på kaffeböner i ruta 4 med hjälp av ett minimipris. Ett minimipris introduceras som (för enkelhetens skull) är lika med det pris som gällde före prisfallet (P_1). Vi börjar med att låta alla producenter och hela deras produktion omfattas. Hur mycket vill producenterna sälja vid detta pris? Jo, kvantiteten Q_3 där Utbud(2) skär Minimipris (punkt C). Konsumenterna vill emellertid köpa kvantiteten Q_1 (punkt A) vid P_1 . Skillnaden mellan Q_3 och Q_1 är ett överskott som inte går att sälja. Notera att ett minimipris som omfattar alla jordbrukare är produktionsdrivande; det ger inte Q_1 (produktionsnivån före utbudshöjningen), inte heller Q_2 (produktionsnivån vid en ny marknadssjämvikt, jmf ruta 4). Istället blir utbudet Q_3 , vilket är avsevärt mer än vad som ursprungligen producerades. Det går alltså inte att sätta ett minimipris som alla odlare av kaffeböner omfattas av, eftersom konsumenterna inte kommer att köpa allt som produceras.



Vad händer om konsumenterna istället frivilligt betalar ett pris som täcker minimipriset P_1 ? Om en del av kaffebönorna kan säljas för minimipriset P_1 och resten för världsmarknadspriset P_2 så stöds åtminstone en del odlare. Det är så Fairtrade fungerar. Som konstaterats i ruta 4 blir den nya produktionsnivån Q_2 efter kaffekrisen när marknaden anpassat sig till ny teknik och fler producenter. Vi kan direkt se i diagrammet ovan är att konsumenterna inte kommer att vara villiga att betala ett pris som täcker P_1 för hela produktionen Q_2 . Maximalt skulle volymen Q_1 kunna säljas som Fairtrade till priset P_1 , men risken är stor att volymen blir betydligt mindre än så eftersom det är frivilligt att betala det högre priset. Den faktiska kvantiteten som kan säljas till P_1 begränsas av konsumenternas efterfrågan på varor med egenskapen "goda arbets- och levnadsvillkor".

Att bristande efterfrågan innebär att det har varit svårt att certifiera alla producenter som vill, och kan, omfattas illustreras av att FLO uppskattar att produktionen av Fairtrade-certifierat kaffe i Latinamerika, Asien och Afrika under kaffekrisen 2002 var sju gånger större än den kvantitet som faktiskt såldes som Fairtrade samma år.³¹

Det är viktigt att ha perspektiv på fattigdomens utbredning. 40 procent av jordens befolkning, 2,6 miljarder människor, lever på mindre än 2 dollar om dagen.³² Fairtrade har potential att hjälpa oerhört få av dessa med hjälp av ett minimipris. Den huvudsakliga tanken med minimipriset – att låta konsumenter betala extra för att bekosta en högre förtjänst – handlar i praktiken om en inkomsttransferering från rika till fattiga länder. Som övergripande strategi för att markant minska fattigdomen i världen är inkomsttransfereringar helt ogörliga med tanke på att hur många som är fattiga i förhållande till hur få som är rika.

När det gäller jordbruk omfattas som påpekas i kapitel 2, en försvinnande liten andel av världens fattiga jordbrukare av Fairtrade. Det finns cirka 25 miljoner odlare av kaffe, av vilka merparten är småskaliga jordbrukare. Det bor ungefär 880 miljoner fattiga människor på landsbygden av vilka merparten är direkt eller indirekt beroende av jordbruk för sin försörjning.³³

Att en sådan liten andel fattiga jordbrukare faktiskt nås gör att kritik framförs mot hur Fairtrade tenderar att marknadsföras av FLO:s medlemmar. Kritiken går ut på att konsumenterna fås att tro att de gör större nytta än de faktiskt gör. Problemet är att fokus i informationsmaterialen är på enskilda fall (anekdotisk evidens) och att siffror ofta handlar om tillväxt. Exempelvis påpekar Sidwell (2008) att fallstudier av enskilda jordbrukare och producentgrupper säger mycket lite om hur effektivt Fairtrade är för att bekämpa fattigdomen totalt sett. Han påpekar också att även om tillväxtsiffrorna för Fairtrade är imponerande så utgår de från en så låg nivå att effekten på fattigdom i någon större skala är negligerbar.

³¹ Murray, Reynolds och Taylor (2003).

³² UNDP (2007/2008).

³³ Lewin *et al* (2004) och Världsbanken (2007).

3.3 Jordbrukarnas produktionsbeslut påverkas

Rättvisemärkningen är kopplad till specifika grödor. Det innebär att valmöjligheten att odla något annat kringskärs för den som vill ha tillgång till minimipriset och den sociala premien. Ett minimipris underlättar för mindre konkurrenskraftiga jordbrukare som omfattas att fortsätta odla grödan trots låga priser, vilket är själva syftet med märkningen. Men eftersom det minskar incitamentet att lämna verksamheter med låg lönsamhet kan det vara negativt för jordbrukarna inkomstutveckling på längre sikt.

För vissa jordbrukare kan det vara en god idé att fortsätta med odling av en viss gröda, trots att priset faller. Det gäller dem som har potential att lyckas. En aspekt i detta sammanhang är begreppet ”marginalitet”; Fairtrade inriktar sig på svaga jordbrukare. Berndt (2007) visar exempelvis att i Costa Rica ligger endast ett Fairtrade-certifierat kooperativ för kaffe i *Los Santos*, vilket är landets bästa odlingsområde för kaffe. Resterande kooperativ ligger i *Zona Norte*, ett suboptimalt odlingsområde för kaffe, där kvaliteten på skörden generellt är lägre på grund av sämre odlingsförutsättningar. Störst chans att lyckas långsiktigt har jordbrukare med goda förutsättningar, medan de med mindre goda förutsättningar bör ges en möjlighet att söka nya inkomstkällor.

Vad Fairtrade strävar efter kan sägas vara att reducera konsekvenserna av strukturomvandling för dem som drabbas. Målet är lovvärt men metoden problematisk. Strukturomvandling är hårt för dem som drabbas, särskilt i länder med dåligt utvecklade skyddsnät och bristande möjligheter att finna nya inkomstmöjligheter. Lösningen är dock inte att undvika omvandlingen (genom att knyta ersättning och bättre villkor till fortsatt produktion) utan att underlätta omvandlingen. Att sträva efter att långsiktigt bibehålla en situation med många småskaliga jordbrukare betyder att inkomstutvecklingen kommer att vara fortsatt dålig för dem. Vägen till högre inkomster inom jordbruket går via färre, större och mer effektiva gårdar. Småskaliga jordbrukare måste kunna expandera och effektivisera sin produktion, alternativt få möjlighet att lämna jordbruket för mer produktiv sysselsättning.³⁴

³⁴ Se diskussionen i avsnitt 6.1

I det här perspektivet kan kravet att producentorganisationer i huvudsak ska bestå av småskaliga jordbrukare vara problematiskt. Milford (2004) påpekar att kravet på småskalighet gör att jordbrukarna inte kan dra nytta av stordriftsfördelar samt att kravet skapar svårigheter för de jordbrukare som vill öka sina inkomster genom att expandera produktionen. Booth och Whetstone (2007) menar att jordbrukarnas konkurrenskraft på sikt undergrävs om storskalighet missgynnas.

Frågan återkommer om tanken med prisstödet är att hjälpa många fattiga jordbrukare eller några få. Konceptet fungerar inte för många jordbrukare; det är problematiskt med prisstöd kopplade till produktion eftersom det försvårar strukturomvandling för jordbruket och ger en ineffektiv användning av kapital, mark och arbetskraft. Är målet att skapa nischprodukten ”en rättvist producerad vara” är situationen en annan. Då kan ett mindre antal jordbrukare ges möjlighet till fortsatt produktion med ett garanterat minimipris och en social premie, och man behöver inte ta sig an det större problemet hur jordbrukssektorn i u-länder rent allmänt ska kunna generera högre inkomster för det stora flertalet jordbrukare.

3.4 Fairtrade - en differentierad nischvara

Snarare än en alternativ handelsordning kan Fairtrade därför ses som en differentierad vara med särskilda attribut som vissa konsumenter vill premiera. Som Fairtrade är konstruerat och *de facto* fungerar är det en nischvara. Det är fullt möjligt att ha ett minimipris som är högre än världsmarknadspriset för ett begränsat segment av en vara, så länge det finns konsumenter som är villiga att betala kostnaden. Det är dock inte möjligt att skala upp modellen i stor omfattning.

En fördel med märkningen är att den möjliggör detta marknadssegment. Ett problem för konsumenter som vill stödja producenter i u-länder är nämligen att de inte vet under vilka villkor en vara är producerade. Egenskaper som rör produktionsprocessen är så kallade förtroendeegenskaper. Märkning är ett sätt att kommunicera vilka förtroendeegenskaper en vara har. För konsumenten är märkningen positiv eftersom den åtgärdar bristande information, vilket ger henne en möjlighet att premiera goda produktionsförhållanden och visa sitt sociala engagemang i samband med inköp.

Fairtrade kan också ses som en möjlighet att bedriva politik genom konsumtion istället för bojkott.³⁵ Märkningen kan jämföras med de krav som ibland framförs av olika organisationer att Världshandelsorganisationens (WTO) regler ska inkludera minimistandarder för arbetskraften. Tanken är att det ska vara möjligt att bojkotta export från länder som inte lever upp till dessa standarder, för att på så sätt tvinga länderna att behandla arbetskraften väl. Jämfört med en handelsbojkott har rättvisemärkning en rad fördelar. De konsumenterna som inte har råd eller inte vill betala för förtroendeegenskaperna slipper. Likaså slås inte de producerare ut som inte kan uppfylla kraven. Ett argument för märkningen är därför att de konsumentgrupper som söker hinder mot import av varor som producerats på sätt de finner oacceptabla, ges ett alternativ till bojkott.³⁶

Det kan konstateras att Fairtrade är en del av en större trend. Traditionellt har konsumenterna främst brytt sig om pris, kvalitet och konsekvenser för den egna hälsan när det gäller maten de äter. På senare tid har de även börjat intressera sig för hur maten produceras. Det handlar inte bara om social rättvisa utan även om inverkan på miljön, djurvälstånd och klimat.³⁷ Det finns flera skäl till denna utveckling; konsumenterna bryr sig om större värden, de påverkas av marknadsföring från olika frivilligorganisationer, de kan tycka att politiker inte agerar kraftfullt nog i angelägna frågor och det är ett sätt att påverka situationen i tredje land.

Hur påverkas då konsumenten av att få möjlighet att handla en vara med etiska attribut? Det finns flera tänkbare effekter. En är vad som brukar kallas ”*warm glow*”-effekten; känslan av moralisk tillfredsställelse som uppstår när man bidrar till ett bättre samhälle.³⁸ Köpet kan ge konsumenten en känsla av att främja jämlikhet mellan människor, enligt en undersökning av värderingar hos franska konsumenter genomförd av de Ferran och Grunert (2007). Berlan (2008) menar att Fairtrade är ett svar på den ökande efterfrågan hos konsumenterna på varor som knyter dem samman med resten av världen. För konsumenten kan det även upp-

³⁵ The Economist (2006).

³⁶ Golan, Kuchler och Mitchell (2000).

³⁷ Se exempelvis Boström och Klinton (2008) för en diskussion av privata märkningsinitiativ inom miljöområdet.

³⁸ Nunes och Onofri (2004).

levas som enklare att bidra på detta sätt jämfört med att donera till en biståndsorganisation.³⁹

3.5 Pressar Fairtrade priset på konventionellt odlade alternativ?

En viktig fråga är hur de som inte omfattas av Fairtrade påverkas av märkningen. Såsom konstateras av Consumers International (2005) tycks de flesta bedömare vara ense om att överproduktion är en viktig bidragande orsak till att många kaffeproducenter är så fattiga. Om rättvisemärkning uppmuntrar en ökad kaffeproduktion så bidrar man till att förvärra problemet eftersom världsmarknadspriset på kaffebönor pressas nedåt av fortsatt överskottsproduktion (vilket är en central poäng som görs av exempelvis The Economist (2006a, 2006b)).

Två motargument brukar framföras mot att andra drabbas negativt; dels att Fairtrade-certifieringen inte alls är produktionsdrivande, dels att konventionella och certifierade varor är olika varor med skild prissättning.

Argumentet mot att Fairtrade är produktionsdrivande går ut på att enbart den volym som konsumenterna efterfrågar kan säljas som rättvisemärkt.⁴⁰ Med andra ord, Fairtrade-certifieringen är produktionsdrivande endast om odlarna kan sälja all sin produktion till minimipriset. Detta har sällan varit fallet i praktiken utan det typiska för en Fairtrade-ansluten organisation är att en del av produktionen måste säljas på den reguljära marknaden till det pris som gäller där.

Vad som kan anföras mot detta argument är att minimipriset kan vara en så kallad korssubvention. Om det bidrar till att täcka vissa fasta kostnader för odlingen av kaffebönor subventioneras *de facto* den del av kaffebönorna som säljs till världsmarknadspris. En lägre kostnad innebär högre lönsamhet även för den delen av kaffeodlingen, vilket stimulerar ökad produktion. De certifierade kooperativen får i det här fallet dessutom en konkurrensfördel på den reguljära marknaden där bönorna säljs till världsmarknadspris. Det betyder att det uppstår en felaktig fördelning mellan effektiva och mindre effektiva odlare på den reguljära marknaden, till nackdel för de konkurrenskraftiga odlare som inte är certifierade.

³⁹ Steinrücken och Jaenichen (2007).

⁴⁰ Se exempelvis diskussionen i Samnegård (2007).

När det gäller prissättningen trycker bland annat Hayes och Moore (2005) på att rättvisemärkta varor är en form av differentierade varor. För exempelvis kaffe finns flera varianter med olika egenskaper, där ett attribut är ”socialt ansvarstagande”. För varje variant finns ett specifikt marknadspris som bestäms av konsumenternas efterfrågan för just den varianten. Därför menar Hayes och Moore att priset för de icke-rättvisemärkta jordbrukarna inte påverkas av de certifierade organisationernas produktion.

Vad Hayes och Moore missar är att konsumenten har en begränsad budget. Väljer konsumenten att köpa ett dyrare Fairtrade-certifierat kaffe istället för ett billigare konventionellt kaffe måste något ge vika, antingen sparande, konsumtion av andra varor eller mängden kaffe som köps. En möjlighet är att den totala efterfrågan på kaffe minskar när vissa konsumenter går över till Fairtrade, de köper dyrare kaffe men en mindre mängd. Det kan också vara så att konsumenten köper lika mycket kaffe som tidigare men väljer att dra ner på något annat. Exempelvis kan konsumenten minska sina köp av någon annan vara som exporteras från u-länderna. I båda fallen drabbas andra producenter i u-länderna negativt.

Det finns alltså en risk att icke-certifierade odlare drabbas negativt av märkningen. Vad som krävs är kvantitativa studier för att bedöma om effekten finns och hur stark den i så fall är, men i dagsläget är få sådana gjorda. Det finns några fallstudier som visar att certifiering har lett till ökad produktion. Exempel är Imhof och Lee (2008) som finner att kaffeodlare i Bolivia ökat antalet hektar planterat med kaffe sedan de blivit certifierade. Även Pérezgrovas och Cervantes (2002) finner ökad produktion i de kooperativa studerarna.

Ett starkt argument mot en märkbar negativ effekt i dagsläget är dock att Fairtrade är en så liten del av respektive varas totala export. Därmed kan effekten antas vara ringa, även om certifieringen verkligen har en produktionsdrivande effekt alternativt leder till minskad efterfrågan på icke-certifierade varor.

Det finns också argument för att minimipriset kan ha viss positiv effekt på den lokala prissättningen. Milford (2004) studerar odling av kaffe i Mexiko och finner att jordbrukare som inte är Fairtrade-certifierade får ett högre pris av uppköpare i områden där det finns Fairtrade-certifierade kooperativ, jämfört med i områden där det inte finns sådana kooperativ. Hon tolkar detta som att kooperativen har en positiv effekt på konkurrensen. Generellt konstaterar hon dock att

det finns få studier som visar att märkningen har positiva effekter på icke-certifierade jordbrukare.

Sammantaget kan den negativa effekten på andra fattiga producenter förväntas vara negligierbar i dagsläget. Skulle Fairtrade-certifierade varor i framtiden få en mer betydande marknadsandel är det däremot troligt att problematiken aktualiseras. En utmaning för Fairtrade blir i så fall hur man ska undvika att främst icke-certifierade småskaliga, fattiga och exportorienterade jordbrukare drabbas negativt av märkningen.

3.6 Slutsatser

Målet med Fairtrades minimipris är att garantera jordbrukarna ett pris som täcker produktionskostnaderna när världsmarknadspriset är lågt. Slutsatsen är att Fairtrade kan bidra till högre och mer stabila inkomster när världsmarknadspriserna är låga för de jordbrukare som tillhör certifierade organisationer. Få av dem kan dock sälja hela sin certifierade produktion som Fairtrade, vilket innebär att det genomsnittliga pris de får är lägre än minimipriset. Det är konsumenternas efterfrågan som begränsar marknadens storlek.

Det stora flertalet fattiga jordbrukare står emellertid utanför systemet. Att få jordbrukare omfattas kan inte förändras på sikt. En viktig poäng är att Fairtrades minimipris helt enkelt inte kan omfatta någon större andel av världens fattiga jordbrukare. För en nischvara fungerar dock Fairtrades minimipris. Det är i det här sammanhanget viktigt att Fairtrade är tydlig i sin kommunikation. Är visionen och syftet med märkningen att skapa en nisch eller är det att vara ett ”mer rättvist” alternativ till konventionell handel i stor skala? Är det senare fallet aktuellt krävs en annan ansats än ett minimipris för att det ska vara genomförbart.

Ett minimipris kan påverka fattiga jordbrukare som inte omfattas av märkningen. Ett högt pris på rättvisemärkta varor kan leda till minskning av annan konsumtion eftersom konsumenten har en begränsad budget. Det kan i sin tur leda till minskad import av andra varor som produceras i u-länderna. Dessutom kan Fairtrade, om märkningen har en produktionsdrivande effekt, pressa priset för andra jordbrukare. Effekterna kan dock förväntas vara ringa eftersom Fairtrades marknadsandelar är så låga i dagsläget.

4

Hur stor del av merpriset i butik går till jordbrukarna?

Ett minimipris är en form av inkomststöd. Likaså är den sociala premien en form av inkomsttransferering. Det är då viktigt att transfereringen mellan den som betalar och mottagaren sker så effektivt så möjligt. Idealt vore en transfereringseffektivitet på 100 procent, dvs. att hela beloppet som konsumenten betalar extra för en Fairtrade-vara jämfört med ett konventionellt alternativ går till jordbrukarna. I vilken mån transfereringseffektiviteten är hög beror på hur stort läckaget är mellan konsument och producent, dvs. hur stor andel som används för att täcka kostnader för stödet samt hur stor andel som går till andra än den avsedda mottagaren.⁴¹

4.1 Transfereringseffektivitet

Ökade kostnader

Märkning medför kostnader för certifiering och kontroll. Det behövs också marknadsföring för att kommunicera vad märkningen står för till konsumenterna. För att bekosta märkningen tar FLO ut en avgift; dels av producentorganisationerna, dels av grossisterna. Storleken på avgiften för producentorganisationen beror på antalet medlemmar, hur många produkter som omfattas samt om det finns en produktionsanläggning eller inte.⁴² För grossisterna är storleken på avgiften relaterad till omsättningen av den rättvisemärkta varan.

Småskalig produktion innebär dessutom ofta högre produktionskostnader i de olika leden jämfört med konventionell produktion. Exempelvis visar Mendozas och Bastiaensens (2003) beräkningar för kaffe i Nicaragua att den inhemska förädlingen av råkaffe är dyrare för Prodecoop/Cafédirect jämfört med det kaffe

⁴¹ Ytterligare en faktor som spelar roll är hur inkomststödet är konstruerat, eftersom det kan ge upphov till snedvridningar som är skadliga för ekonomin i allmänhet och jordbrukarna i synnerhet. Framst sker detta om jordbrukarnas produktionsbeslut påverkas, se avsnitt 3.3.

⁴² För exemplet 200 medlemmar (småskaliga jordbrukare), varorna kaffe och honung samt en processanläggning med 45 anställda är anslutningsavgiften 2 800 euro (FLO, 2006). Till detta tillkommer en ansökningsavgift som från 2008 är 500 euro. Totalt motsvarar detta ca 31 000 kr. En årlig avgift betalas dessutom i samband med en inspektion då det kontrolleras om kraven för märkningen efterlevs. Avgiften uppgår till 1 050 eller 1 750 euro beroende på omfattningen av inspektionen vilket motsvarar 10 000 kr alternativt 16 000 kr. Om avgiften fördelas per jordbrukare blir det cirka 150 kr i anslutningsavgift samt 50/80 kr i årlig avgift i detta exempel.

som går via Nestlé. Förklaringen är små volymer.⁴³ Att minimipriset är förenat med ökade kostnader jämfört med konventionell produktion urholkar inkomstefekten.

Läckage till andra än den avsedde mottagaren

Ett problem när det gäller att transferera resurser från konsument till producent genom handelsledet är att andra än den avsedda mottagaren kan berikas. En form av läckage uppstår via så kallad prisdiskriminering, dvs. att säljaren sätter skilda priser på olika varianter av en vara.

Olika konsumenter kan ofta tänka sig att betala olika mycket för en vara; vissa är mer prismedvetna medan andra är mindre känsliga för höga priser. För en säljare innebär detta ett dilemma vid prissättning; ett högre pris ger visserligen högre vinst per enhet men innebär samtidigt att färre köper varan, ett lägre pris innebär större försäljning men lägre vinst per enhet. Det bästa vore att kunna ha både ett högt och ett lågt pris och på så sätt nå båda kundgrupperna. Detta kan åstadkommas genom att säljaren delar in konsumenterna i grupper; studenter (som kan förväntas ha en låg köpkraft) kan till exempel få betala ett lägre pris än andra.

Ett mer raffinerat sätt att skilja konsumenter med olika köpkraft åt är att skapa olika varianter av en vara som har olika pris, och försöka få de mindre priskänsliga att välja den dyrare varianten genom att knyta olika egenskaper till varan. Egenskaperna kan vara "ekologiskt odlad" eller "rättvisemärkt". Harvardforskarna Hiscox och Smyth (2007) har fått mycket uppmärksamhet för ett experiment där de undersökte hur konsumenter agerar.⁴⁴ I ett varuhus i New York försåg de tidigare omärkta handdukar och stearinljus med information om de goda arbetsförhållanden som utmärkt produktionen av dem. En betydande uppgång i försäljningen av märkta relativt omärkta varianter noterades och denna förstärktes när priset på den märkta varianten höjdes med 10-20 procent.

Om handlarna vill utnyttja attributet "rättvisemärkt" för att öka sina intäkter finns en risk att de höjer priset på en Fairtrade-vara mer än vad som är motiverat

⁴³ Prodecoop är en producentorganisation i Nicaragua med 13 kooperativ som medlemmar. Cafédirect är Storbritanniens största företag för rättvisemärkta varma drycker. Deras varumärken Cafédirect, Teadirect och Cocodirect saluförs i den konventionella handeln.

⁴⁴ Hiscox och Smyth (2007).

för att täcka merkostnaderna för märkningen. Konceptet Fairtrade ger med andra ord mellanhänderna en möjlighet att utnyttja konsumenternas goda vilja för att öka sina egna vinster. Utnyttjas denna möjlighet är risken att bara en bråkdel av den donation som konsumenten gör vid köpet faktiskt når odlaren. Att transfere-ra pengar från konsument till producent på detta sätt blir då ineffektivt.

I vilken utsträckning detta faktiskt sker är svårt att få en exakt uppfattning om. Harford (2006) illustrerar att det förekommer prisdiskriminering med koffeinhållet i en kopp cappuccino på ett café hos kedjan *Costa Coffee* i London. Det pris caféet betalar för rättvisemärkt kaffe motiverar ett pris till konsument som är knappt en pence högre än en icke-rättvisemärkt kopp medan kunden fick betala 10 pence mer. I Harfords exempel går 90 procent av prispåslaget för det rättvisemärkta kaffet till caféet. För Fairtrade kaffe i USA beräknar Zehner (2002) att odlaren får 45 procent av det prispåslag som konsumenten betalar extra i butik.⁴⁵ Oppenheim (2005) tar bananer i Storbritannien som exempel; konsumenten betalar 80 pence extra per kilo bananer för rättvisemärkta jämfört med konventionella bananer hos butikskedjan *Waitrose* medan odlaren får 5 pence extra per kilo, dvs. 6 procent av påslaget i butik. Det är visserligen något dyrare att hantera och distribuera de rättvisemärkta bananerna, men vinstmarginalen är ändå 4 gånger högre för rättvisemärkta bananer jämfört med konventionella bananer, påpekar Oppenheim.

Transfereringseffektiviteten i Fairtrade kan jämföras med att skänka en summa som motsvarar skillnaden i pris i butik för rättvisemärkt och icke-rättvisemärkt vara till en hjälporganisation med 90-konto. För att få använda ett 90-konto krävs att åtminstone 75 procent av de insamlade medlen går till avsett ändamål.⁴⁶ Om grossister/caféer har ett högt prispåslag på rättvisemärkta produkter är det mer effektivt för konsumenten, i termer av andel skänkta medel som når den tilltänkte mottagaren, att istället skänka en summa som motsvarar prispåslaget till en hjälporganisation med 90-nummer än att köpa en rättvisemärkt produkt.⁴⁷

⁴⁵ Märkningen Transfair är ett USA-baserat certifieringsorgan som är medlem i FLO.

⁴⁶ SFI (2006).

⁴⁷ Notera att Fairtrade har flera mål; ett är att stödja inkomster med hjälp av minimipriset, andra mål är exempelvis att förbättra arbetsvillkoren med hjälp av standarder. Trots multipla mål är det relevant att utvärdera de enskilda komponenter som hör till specifika mål för att se hur pass effektiva de är. Ska Fairtrade som

Låg transfereringseffektivitet betyder att kopplingen mellan prisprenie i butik och hjälpinsats är svagare än vad konsumenten kan tro. Oppenheim (2005) menar att det finns en risk för bakslag för Fairtrade när det går upp för konsumenten hur lite av premien i butik som faktiskt går till jordbrukarna. Ytterligare ett problem med en hög prisskillnad mellan det rättvisemärkta och det konventionella alternativet är att efterfrågan på det rättvisemärkta alternativet begränsas. Det gör att färre odlare kan omfattas av märkningen.

Som konsument skulle man gärna vilja ha en notering på förpackningen som anger hur mycket högre pris på varan som motiveras av kostnader direkt förknippade med rättvisemärkningen, men det är svårt i praktiken. FLO kan inte heller direkt påverka priset till konsument eftersom den formen av kontroll är olaglig i flertalet länder; det är upp till säljaren att själv bestämma priset på en vara. Att en premie som konsumenten betalar extra i affären för egenskaper knutna till produktionsprocessen inte går ograverat till jordbrukarna är inte unikt för Fairtrade. En studie av Jordbruksverket (2008) indikerar att även om svenskt kött är dyrare i butik än importerat kött så får svenska köttproducenter inte mer betalt per kg än utländska konkurrenter.

Det är dock möjligt att försäljningsledet ser en risk i ha höga marginaler på rättvisemärkta varor; att profitera på fattigdom kan ge dåligt rykte. Enligt Harford slopade *Costa Coffee* i exemplet ovan prisskillnaden mellan sitt rättvisemärkta kaffe och det vanliga kaffet eftersom de ansåg att prisprenien gav dem negativ publicitet. Även Oppenheimer (2005), i exemplet med bananer ovan, noterar att *Waitrose* sänkte priset på rättvisemärkta bananer efter det att prissättningen uppmärksammats. Det är också möjligt att företag väljer att inte ha ett högre pris på rättvisemärkta varor och kommunicerar det till konsumenterna för att öka sin goodwill (och själva bär den extra kostnaden för märkningen genom lägre marginaler). Exempelvis gjorde Danisco Sugar en explicit poäng av att konsumentpriset lämnades oförändrat då de införde Rättvisemärkt/Fairtrade på sina 500 grams råsocker rör och råsocker bit.⁴⁸ I sådana fall är prisdiskriminering naturligtvis inte ett problem.

helhet vara effektivt krävs att delarna är det. Därför är det relevant att jämföra transfereringseffektiviteten hos Fairtrade med transfereringseffektiviteten hos en penninggåva.

⁴⁸ Rättvisemärkt (2009f).

En annan form av möjligt läckage är korruption. Det garanterade minimipriset betalas till producentorganisationen som sedan skall fördela inkomsterna till producenterna. Likaså går den sociala premien till producentorganisationen. När det finns pengar att tjäna på andras bekostnad finns alltid en risk för korruption. Exempelvis kan kooperativens ledning undanhålla information om försäljningsvolymerna och pris samt storleken på den sociala premien från producenterna och därmed berika sig själva. Om (och i vilken mån) detta förekommer är svårt att säga.⁴⁹

En tredje möjlig form av läckage är kapitalisering i knappa resurser. Om odlarna arrenderar mark finns en risk för att en del av prisstödet går till markägaren genom höjda arrenden. Sådan så kallad kapitalisering av stöd i värdet på marken är ett vanligt problem i länder med traditionella jordbruksstöd, exempelvis inom EU.⁵⁰ Likaså kan det finnas andra aktörer med marknadsmakt som drar nytta av jordbrukarnas ökade inkomster genom att höja priserna för insatsvaror som jordbrukarna behöver. Även detta är svårt att veta om och i vilken mån det förekommer. Det krävs empiriska utvärderingar för att se om så är fallet.

4.2 Slutsatser

Det effektivaste sättet att öka någons inkomst är att ge dem pengar så direkt i handen som möjligt. När pengarna ska gå genom en kedja via exempelvis livsmedelsbutik, distributör, rosteri, importör och kooperativ för att slutligen nå odlaren, når inte hela summan ända fram till jordbrukaren. Kostnader för certifierings- och kontrollsystemet, högre produktionskostnader på grund av små volymer och separat hantering, prisdifferentiering i butik samt risken för kapitalisering och korruption bidrar till att göra transfereringseffektiviteten låg. En rad fallstudier visar att endast en mindre del av vad konsumenten betalar extra i butik/café för rättvisemärkta alternativ når den avsedde mottagaren. Ett prisstöd har dock vissa fördelar. Främst att mottagaren (men även givaren) upplever det som mer tillfredsställande att få bättre betalt för sin produktion istället för att få ett bidrag. Det kan också vara så att rättvisemärkt genererar transfereringar som annars inte hade skett. En låg transfereringseffektivitet kan då vara att föredra jämfört med ingen transferering alls.

⁴⁹ Behovet av en oberoende och effektiv kontroll diskuteras i avsnitt 5.3.

⁵⁰ Se exempelvis OECD (2008).

5

Effekter av krav och standarder

Förutom att öka inkomsterna syftar Fairtrade till att förbättra de villkor som fattiga jordbrukare handlar på. Indirekt förväntas detta ha en positiv effekt på inkomsterna genom att stärka jordbrukarnas förhandlingsposition, men även andra mål eftersträvas. Specifika problem som Fairtrade vill åtgärda är dåliga arbetsvillkor, bristande miljöhänsyn, bristande tillgång på kreditmöjligheter, samt otillräckligt tillgång till skolor, infrastruktur och dylikt.

I detta kapitel är fokus på dessa problem. Har märkningen en positiv effekt i dessa fall och är lösningen effektiv? Likaså måste standarder för exempelvis arbetsvillkor efterlevas för att få önskvärd effekt. Centralt i Fairtrade är slutligen den kooperativa tanken; jordbrukare och anställda ska organisera sig i demokratisk form för att stärka sin ställning. Bidrar organisationsformen till att uppnå målen med Fairtrade?

5.1 Kooperativ och jordbrukarnas ställning

Den kooperativa tanken

De jordbrukare som vill bli Fairtrade-certifierade ska enligt FLO:s regelverk organisera sig i demokratisk form, gärna i form av ett kooperativ. Kooperativ kan ha flera fördelar. De underlättar för medlemmarna att dela på fasta kostnader för inköp, marknadsföring och krediter.⁵¹ Att gå samman kan stärka jordbrukarna i deras förhållande till uppköparna, vilket kan ge dem bättre villkor och högre priser.⁵² Genom lokalt samarbete kan det civila samhället komplettera stat och marknad genom att finansiera skolor, hantera lokala miljöproblem och ge mikro-lån till fattiga.⁵³ Det kan därför vara fördelaktigt att uppmuntra kooperativa lösningar.

Frågan är varför uppmuntran behövs om det finns uppenbara fördelar med kooperativ. Orsaken kan vara att det finns kostnader för att organisera kooperativet som behöver tas av någon medlem men att dessa kostnader överstiger en enskild jordbrukares nytta av att vara medlem i kooperativet. Extern assistans kan dess-

⁵¹ Deininger (1995).

⁵² Milford (2004).

⁵³ Molinas (1998).

utom underlätta samarbetet inom ett kooperativ genom att förbättra möjligheterna att följa agerandet hos andra medlemmar, göra medlemmarna mer medvetna om sina ömsesidiga beroenden och ge ekonomiska incitament till samarbete.⁵⁴ Även jordbrukare som inte är Fairtrade-certifierade väljer ibland att organisera sig i form i kooperativ, certifiering är alltså ingen nödvändighet för kooperativa organisationsformer.⁵⁵

Bristande marknadsmakt?

Ett grundläggande antagande i rättvis handel-rörelsen är att jordbrukarna har en svag position gentemot uppköparna och att de därför får låga priser. Marknadsmisslyckandet är i så fall bristande konkurrens - en köpare med monopolmakt (en situation som kallas monopsoni) har möjlighet att betala ett lägre pris jämfört med en köpare som konkurrerar med flera köpare. Den lösning som Fairtrade förslår är demokratisk organisation, företrädesvis i kooperativ. Stämmer då antagandet om jordbrukarnas bristande marknadsmakt och lyckas den kooperativa organisationsformen åtgärda problemet?

Antagandet testas empiriskt i en informativ studie av Ronchi (2006) som använder data för kaffe från Costa Rica. Landet har en lång tradition av rättvisemärkt produktion och den stora majoriteten odlare av kaffebönor är småskaliga. Costa Rica har dessutom en uttalad politik för att skydda odlarna från exploatering. Ronchi menar att om hon finner bevis för marknadsmakt hos uppköparna i den här miljön, finns troligen lärdomar att dra för länder med lägre eller icke-existerande skydd för jordbrukare.

Det finns tre ägandeformer i Costa Rica för de anläggningar som köper upp kaffebönor från odlare och förädlar det till grönt kaffe⁵⁶; (i) inhemskt, (ii) inhemskt kooperativt eller (iii) utländskt ägande. Ronchi undersöker om uppköparna från anläggningarna har marknadsmakt gentemot jordbrukarna och finner att så är fallet. Hon finner vidare att producentsamarbete i kooperativ form leder till reducerad marknadsmakt och högre ersättning till odlarna. För kooperativ som är certifierade enligt Fairtrade är ersättningen till odlarna ytterligare något högre; det finns alltså en separat "Fairtrade-effekt".

⁵⁴ Molinas (1998).

⁵⁵ Se exempelvis Berlan (2008).

⁵⁶ Bönor som har torkats men inte rostats kallas för grönt kaffe.

Men det visar sig även att utländskt ägda förädlingsanläggningar utövar mindre marknadsmakt gentemot jordbrukarna än inhemskt ägda. Intressant är att summan av Fairtrade-effekten och kooperativ-effekten är densamma som effekten för ett icke-kooperativt företag av att handla med utländskt ägda förädlingsanläggningar. Ronchis tolkning är att ”vad Fairtrade gör för kooperativ motsvarar vad samarbete med ett multinationellt företag gör för inhemska icke-kooperativa företag”. Det betyder att det viktiga för jordbrukarna för att stärka sin position gentemot lokala uppköpare är att få en länk till världsmarknaden; en väg är via Fairtrade, en annan länk är via multinationella företag som investerar i landet.

Alternativa organisationsformer

Förutom kooperativ bestående av småskaliga jordbrukare finns alternativa organisationsformer som också kan bidra till bättre förhållanden. Booth och Whetsstone (2007) påpekar att enskilda stora gårdar som anställer arbetare och behandlar dem väl generellt är uteslutna från Fairtrade, detta trots att större och mer produktiva gårdar har bättre förutsättningar att betala högre löner än små gårdar. Likaså är många kaffeproducenter i Afrika av tradition organiserade i enlighet med stam- eller släktband snarare än i kooperativ, påpekar Howley (2006). Detta är ett argument för att även möjliggöra för andra organisationsformer att bli Fairtrade-certifierade. Kraven på kooperativ organisationsform kan emellertid urholkas av pragmatiska skäl. Raynolds (2007) noterar att ökade krav på volymer och kvalitet har gjort att FLO certifierar plantager, exempelvis för te och bananer.

Kooperativ och kvalitet

För kaffe är olika former av specialkaffe ett snabbt växande segment och förutom Fairtrade växer nischen gourmetkaffe snabbt. För många konsumenter är kvalitet ett viktigt attribut. Stödjer då den kooperativa formen en satsning på kvalitetskaffe som en möjlighet att öka odlarnas inkomster?

Bland annat Berndt (2007) har uppmärksammat att Fairtrade oavsiktligt kan uppmuntra låg kvalitet. Berndt pekar på att det finns ett så kallat fripassagerarproblem. Varje medlem i ett Fairtrade-certifierat kooperativ säljer vanligtvis sitt kaffe både som rättvisemärkt och på den öppna marknaden. Ett kooperativ består ofta av hundratals jordbrukare vars kaffebönor blandas, vilket gör att en enskild odlares högre kvalitet inte märks i det stora hela. När betalningen utgår delas den mellan jordbrukarna, utan hänsyn till kvalitet, vilket innebär att det inte

finns något ekonomiskt incitament att förbättra kvaliteten. Istället finns incitament att lägga bönorna med sämst kvalitet i Fairtrade-korgen. Bernt påpekar att det innebär att exempelvis rättvisemärkt kaffe riskerat att bli en vara med den mindre lyckade kombinationen låg kvalitet och högt pris. Fairtrade-certifieringen kan emellertid också gynna kvaliteten om den sociala premien investeras i kvalitetshöjande åtgärder, vilket bland annat diskuteras i nästa avsnitt. Vilken effekt som dominerar går inte att avgöra eftersom det saknas jämförande empiriska studier av frågan.

5.2 Effekter av krav och standarder på de problem som Fairtrade vill åtgärda

Specifikt uttalade problem som Fairtrade vill åtgärda är dåliga arbetsvillkor, bristande miljöhänsyn, bristande tillgång på kreditmöjligheter, samt otillräckligt tillgång till skolor, infrastruktur och liknande. När det gäller att utvärdera vilken effekt Fairtrade har på dessa problem är den första frågan om det finns en positiv effekt, och den andra frågan är om lösningen är effektiv. Med effektiv menas om det exempelvis hade gått att bygga fler skolor om transfereringen från konsumenterna till kooperativen utformats på ett annat sätt än i form av ett minimipris och en social premie.

Bristande kreditmöjligheter

Fairtrade kräver att det ska utgå förskottsbetalning för skörden, om så önskas. Förskottsbetalning minskar behovet av lån för att klara sig fram till dess att skörden är bärgad. När det gäller investeringar kan en individ antingen låna pengar eller använda eget kapital. Den ökade stabiliteten i inkomster till följd av minimipriset kan underlätta investeringar och minska behovet av lån. I en fattigdomsfälla där brist på kapital och en obenägenhet ta de risker som byte av grödor och produktionsmetoder kan innebära, skulle ett högre pris kunna leda till minskad produktion av den rättvisemärkta varan och ökad diversifiering mot andra grödor och verksamheter. I detta fall är egentligen problemet brister på kreditmarknaden. Det innebär att olika former av mikrokrediter långsiktigt skulle kunna vara en större hjälp för fattiga jordbrukare än ett minimipris. I frånvaro av mikrokrediter kan Fairtrade vara substitut för dem som omfattas. Just denna effekt finner Becchetti och Costantino (2006) i en studie av jordbrukare i Kenya; de som är certifierade för Fairtrade har lättare att diversifiera än andra.

Certifieringens primära mål är inte miljömässigt vilket innebär att kraven är mindre långtgående än hos uttalade miljömärkningar. Däremot kan prispremien hjälpa till att finansiera en övergång från konventionell till ekologisk odling, vilket kan ha positiva miljöeffekter. Exempelvis Calo och Wise (2005) finner att prispremien har underlättat för småskaliga odlare av kaffeböner i Mexiko att bekosta certifiering för ekologisk odling. Förutom ökad miljöhänsyn har man därmed också lyckats utveckla sin marknadsnisch. Det underliggande problemet här är att det saknas kreditmöjligheter som möjliggör de investeringar som krävs för att gå över till ekologisk odling.

Få skolor, bristande infrastruktur etc.

Den sociala premie som utgår till producentorganisationen ska användas till kollektiv nytta, baserat på demokratiska beslut bland medlemmarna i producentorganisationen eller anställda vid en plantage. Premien kan exempelvis användas till infrastruktur, satsningar på kollektivt ägd utrustning för kommunikation, transport och förädling, sjukvård, utbildning eller till kreditgivning till låg ränta. På motsvarande sätt som minimipriset baseras premien på antalet sålda kg (alternativt antalet sålda enheter) som säljs som Fairtrade.⁵⁷ Rättvisemärkt (2009g) presenterar en rad odlare där även användningen av den sociala premien specificeras. Kaffekooperativet GIKANDA i Kenya har exempelvis använt premien till ett apotek, ett högstadium med två lärare där 22 elever studerar, toaletter och laboratorium till skolan samt skolböcker och skoluniformer.

Det underliggande problemet är en svag stat (alternativt en bristande marknadslösning) och otillräckliga statsfinansieringar som inte ger tillräckligt med skolor, sjukvård, infrastruktur etc. samt bristande kreditmöjligheter för att finansiera exempelvis utrustning. I dessa fall fungerar Fairtrade som ett substitut när de grundläggande problemen inte kan åtgärdas.

Är lösningarna effektiva?

Fairtrade kan bidra till att reducera de problem som identifieras ovan. Fairtrade genererar resurser för investeringar i exempelvis skolor och för att bekosta övergången till ekologisk odling.

⁵⁷ Se diagram 1 för exemplet Arabica kaffe. Priset som fås för produktion som säljs som Fairtrade är minimipriset plus den sociala premien.

Haken är att systemet är ineffektivt. När syftet är att transferera resurser från individer i den rikare delen av världen för att exempelvis bygga skolor i u-länder är ett direkt bistånd/penninggåva ett mer kostnadseffektivt sätt. Anledningen är att en betydligt större andel av det belopp individen donerar når fram. En direkt gåva har visserligen kostnader för administration men den har mindre läckage och kostnader längs vägen än en social premie som går genom handelskedjan. Vill man som konsument bidra till att exempelvis fler skolor byggs i u-länderna är det viktigt att ha så låga kostnader och så lite läckage som möjligt, för att möjliggöra att en så stor andel som möjligt av pengarna från konsumenten används till just skolbyggen.⁵⁸ Ytterligare ett problem är att stödet är kopplat till produktion. För att få tillgång till resurser för att bygga en ny skola måste man odla exempelvis kaffeböner, vilket ger snedvridningar eftersom det påverkar jordbrukarnas produktionsbeslut.⁵⁹ Bäst vore om jordbrukarna fick odla vad de vill i enlighet med konsumenternas efterfrågan men ändå få tillgång till resurser för att finansiera skolor och dylikt.

Positivt är att Fairtrade kan vara ett substitut om staten är svag och kreditmarknaden fungerar dåligt i producentlandet. Likaså kan märkningen generera inkomster som möjliggör diversifiering och andra investeringar. Sammanfattningsvis är Fairtrade ett möjligt, men ineffektivt sätt, att hantera dess problem.

Dåliga arbetsvillkor och bristande miljöhänsyn

Det finns en rad standarder för miljöhänsyn, arbetsrätt och diskriminering som måste uppfyllas för att en vara ska få märkas som Fairtrade. Det krävs att fackliga rättigheter säkerställs, att kravet på minimilöner respekteras samt att ILO-standarder följs när produktionen sker med anställda för att märkningen ska få användas. Vissa grundläggande miljömässiga krav ställs också, främst att hållbara produktionsmetoder tillämpas samt att vissa pesticider inte används.⁶⁰

⁵⁸ Notera att bistånd/penninggåvor jämförs med att transferera resurser genom handelsledet och att fokus är på effektivitet. Ibland framförs argumentet att det inte går att jämföra Fairtrade med bistånd eftersom målen är olika. På sin hemsida skriver Rättvisemärkt: "Rättvis handel är inte bistånd - det är ett handelssamarbete mellan producenter, importörer, butiker och konsumenter, som präglas av öppenhet, ömsesidighet och respekt för alla parter." När det gäller den sociala premien är jämförelsen i högsta grad relevant eftersom det i båda fallen handlar om att transferera resurser som ska användas till investeringar och liknande från industriland till utvecklingsland.

⁵⁹ Jämför med resonemanget i kapitel 4.

⁶⁰ För standarder se bland annat FLO (2009f-h). Alla standarder finns på FLO:s hemsida, FLO (2009b)

Standarder kan förbättra villkoren i länder med en svag lagstiftning (alternativt svag kontroll av att befintliga lagar efterlevs). För att så ska bli fallet krävs naturligt nog att de efterlevs.

Efterlevs kraven som ställs för certifiering?

När det finns pengar att tjäna på ett minimipris och en social premie men när det kostar att uppfylla kraven finns incitament till fusk. Exempelvis kan ledningen för ett kooperativ undanhålla odlarna en del av betalningen, anställda arbetare kan få en lön lägre än minimilönen och konventionellt odlade grödor kan utges för att vara odlade enligt rättvisemärkts standarder. För att märkningen inte ska missbrukas behövs en oberoende och verkningsfull kontrollfunktion. FLO-CERT är det organ som kontrollerar märkningen Fairtrade.

I en uppmärksammat artikel i Financial Times ifrågasätts FLO-CERTs förmåga att kontrollera att standarderna efterlevs.⁶¹ Vid ett besök i Peru fann Weitzman att lönen för tillfällig arbetskraft var lägre än landets minimilön på fyra av fem besökta gårdar. Weitzman påpekar att detta strider mot Fairtrades standarder som kräver att producentorganisationen ska betala löner som ligger i linje med eller överstiger det krav på minimilön som finns i landet eller det regionala genomsnittet. I artikeln citeras också Geoff Watts från Intelligentsia Coffee i Boston, ett rosteri som nyligen avbrutit sitt samarbete med Fairtrade, enligt Weitzman. Watts säger sig ha bevittnat fusk både i Peru och i andra länder i så måtto att icke-certifierat kaffe falskeligen har exporterats som Fairtrade.

Likaså undersökte en dansk journalist arbetsförhållandena inom den globala teindustrin under 2008.⁶² Allvarlig kritik framförs mot fem Fairtrade-certifierade plantager. Anställda teplockare säger att de har hårda arbetsförhållanden, låga löner och långa arbetsdagar samt att de inte är delaktiga i hur den sociala premien används. Teplockare berättar också att de blivit undangömda vid FLO-CERTs inspektioner.

I båda fallen svarar Fairtrade på kritiken.⁶³ Kontentan i svaren är att förhållandena är svåra i u-länderna och att Fairtrade snarare än att garantera goda villkor,

⁶¹ Weitzman (2006).

⁶² SVT:s Uppdrag granskning visade materialet den 3 december 2008.

⁶³ Rättvisemärkt (2009h) och Fairtrade Foundation (2006).

försöker bidra till att skapa dem. Rättvisemärkt (2009h) betonar att ”staten och landets lagstiftning har det högsta ansvaret för att de anställda har rimliga arbetsvillkor, och det är plantageägarna som ska se till att dessa lagar efterlevs”. Det poängteras att inspektionerna från FLO ”sätter press på att plantageägarna ska ta sitt ansvar för de anställdas arbetsvillkor, [och] att lagar och internationella Fairtrade-kriterier efterlevs.” Det betonas också att inspektionerna ”bidrar till att få igång en långsiktig utvecklingsprocess. Men självklart kan inte alla förändringar ske över en natt.” Det betyder med andra ord att standarderna *de facto* inte behöver efterlevas hos certifierade producentorganisationer och på plantager. Fairtrade syftar istället till att påverka för att försöka få kraven uppfyllda på längre sikt.

Rättvisemärkt (2009h) trycker på att de använder begrepp som *förbättra* och *bidra till* i fråga om valet att köpa rättvisemärkta varor och undviker begrepp som *garantier* och *skälig ersättning*, för att ge en nyanserad bild av vad Fairtrade kan bidra till. Frågan är i vilken utsträckning nyanserna uppfattas av konsumenterna. På den svenska hemsidan konstateras: ”När du väljer Rättvisemärkt bidrar du till förbättrade arbets- och levnadsvillkor för odlare och anställda i utvecklingsländer.”⁶⁴ Tror man möjligtvis inte då som konsument att standarderna verkligen efterlevs eller inser man att det är den lägre ambitionsnivån ” att verka för att standarderna ska efterlevas” som gäller?⁶⁵ Det är inget fel på den lägre ambitionsnivån - så länge konsumenterna verkligen uppfattar att det är den som gäller när de gör sina inköpsval.

När det gäller kritiken rörande fusk och hur den sociala premien används samt uttalanden om att teplockare göms undan vid inspektioner, så ligger det utanför denna studies möjlighet att bedöma i vilken mån kontrollsystemet fungerar. Att några observationer påvisat problem betyder inte att hela kontrollapparaten kan

⁶⁴ Rättvisemärkt (2009b).

⁶⁵ Se exempelvis också diskussionen i Weber (2007). När det gäller förhållandena i Peru svarar Fairtrade Foundation (2006) att regeln om minimilön bara gäller arbetare som är anställda av producentorganisationen. I den mån en enskild jordbrukare har tillfällig arbetskraft gäller det svagare villkoret att producentorganisationen skall vidta steg för att förbättra villkoren för arbetskraften. Fairtrade Foundation påpekar vidare att medlemmarna i dessa producentorganisationer är småskaliga jordbrukare som kämpar för att förtjäna ett rimligt levebröd för sig själva och sina familjer, vilket kan tolkas som att de inte kan förväntas ha råd att betala minimilöner. Weber (2007) är kritisk till svaret och menar att Fairtrade i sitt reklammaterial låter förstå att jordbrukare och arbetare garanteras en rättvis lön som det går att leva på, och han påpekar att de konsumenter som köper rättvisemärkta varor förmodligen tror att det för arbetare innebär en lön som åtminstone når upp till landets minimilön.

ifrågasätts. Det visar däremot att systemet inte självklart är fritt från korruption samt på svårigheterna med heltäckande kontroll. Rättvisemärkt (2009h) säger sig lyssna på kritiken och menar att en möjlig följd av de påvisade problemen kan bli fler oanmälda besök, till skillnad från dagens situation då merparten av besöken är förannonserade. I fallet med fusket i Peru säger Fairtrade Foundation i sitt svar att FLO-CERT redan hade upptäckt oegentligheter i Peru angående att icke-certifierat kaffe sålts som rättvisemärkt innan detta påtalades av Financial Times och menar därför att certifieringssystemet fungerar.⁶⁶

Även i det här fallet är vad man kommunicerar utåt och vad man *de facto* kan stå för en viktig aspekt. Howley (2006) citerar representanter från kafferosterier som påpekar att Fairtrade gör en stor poäng av att rättvisemärkta varor handlas på ett transparent sätt utan orättvisor, trots att det inte går att garantera att kooperativen är fria från korruption och oegentligheter.

Kvinnornas ställning

Att förbättra kvinnornas situation är ett delmål för rättvis handel-rörelsen även om det inte är ett uttalat krav för Fairtrade-certifiering. Nicholls och Opal (2005) konstaterar att certifieringens standarder skyddar kvinnor mot diskriminering på arbetsplatsen samt förbättrar deras möjlighet att få medlemskap i ett kooperativ men den övergripande slutsats de drar efter en genomgång av en rad studier är att Fairtrade inte haft någon betydande inverkan för att stärka kvinnornas situation. Förklaringen är att främst produkter som av tradition kontrolleras av män omfattas av certifieringen. Detta gäller särskilt så kallade cash crops som kaffe och kakao.⁶⁷ Det finns dock undantag. Malins och Blowfield (2000) identifierar ett projekt där 70 procent av producenterna var kvinnor. Speciellt var att man introducerade ny teknik (torkning av frukt) vilket Malins och Blowfield spekulerar i kan ha varit till fördel för kvinnorna eftersom det inte fanns existerande könsrelaterade normer som utestängde dem från produktionen.

5.3 Slutsatser

Förutom att stödja inkomsterna med hjälp minimipriser i tider av låga världsmarknadspriser syftar Fairtrade till att uppnå en rad socioekonomiska mål. Problem som påtalas av rättvis handel-rörelsen är att det råder brist på kreditmög-

⁶⁶ Fairtrade Foundation (2006) och Weitzman (2006).

⁶⁷ Redfern och Snedker (2002).

ligheter, att det finns för få offentliga varor som skolor, att jordbrukarna har en svag förhandlingsställning gentemot uppköpare samt att en svag lagstiftning medför bristande miljöhänsyn och dåliga arbetsvillkor för anställd personal. Fairtrade kan ha en positiv effekt i alla dessa avseenden men det finns ofta effektivare sätt att hantera problemen.

Den sociala premien kan till exempel användas för att bygga skolor. Men det är ett ineffektivt sätt att kanalisera pengar till den typen av projekt. Ett direkt bidrag/bistånd skulle vara mer effektivt. Då undviker man produktionskopplingen och dess negativa effekter samt merkostnaderna för märkningen. Dessutom kan en större del av konsumentens donation nå fram eftersom den inte går via handelsledet med den risk för läckage som det innebär.

Odlarna ska ges möjlighet till kredit genom förskottsbetalning för skörden. Likaså kan bibehållen inkomst till följd minimipriset användas för att utveckla eller diversifiera produktionen. Men kreditmöjligheter som inte är bundna till odling av en viss gröda eller (företrädesvis) begränsad till medlemmar i kooperativ är att föredra.

Jordbrukarna kan ha en svag förhandlingsposition och en kooperativ organisationsform kan då stärka dem. Men andra organisationsformer och multinationella uppköpare kan också vara alternativ för att minska beroendet av lokala uppköpare. När det gäller en svag arbets- och miljölagstiftning kan standarder ge bättre förhållanden. Värt att notera är att en effektiv övervakning och kontroll är nödvändig för att standarderna verkligen ska efterlevas. Slutligen, för kvinnornas situation innebär det faktum att Fairtrade främst omfattar så kallade cash crops som kaffe, att framför allt männen gynnas eftersom det är de som kontrollerar den typen av grödor.

6

Fairtrade i ett vidare perspektiv

Fairtrades övergripande syfte är att stödja den socioekonomiska utvecklingen i de lokalsamhällen där de certifierade producentorganisationerna verkar genom att förbättra jordbrukares och lantarbetares levnads- och arbetsvillkor. För att bedöma de sammantagna effekterna av krav, standarder och prisstöd på socioekonomiska variabler måste empiriska studier göras där certifierade producenter jämförs med icke-certifierade producenter. Dessutom måste rättvisemärkning sättas i ett vidare perspektiv. Vilken betydelse har jordbruk och internationell handel för ekonomisk utveckling och fattigdomsbekämpning? Och vad är egentligen en lämplig jämförelsegrupp när det gäller att utvärdera den totala effekten av Fairtrade-certifiering?

6.1 Fairtrade och den övergripande socioekonomiska utvecklingen

I tidigare kapitel har effekten av minimipris samt olika former av krav och standarder diskuterats. Men det är svårt att fånga den *totala* effekten av prisstödet och de krav som Fairtrade ställer på produktionen. Jämfört med den direkta påverkan på pris och inkomster av minimipriset är effekter på den övergripande socioekonomiska utvecklingen betydligt svårare att mäta. Försök har gjorts men Nicholls och Opal (2005) påpekar att flertalet befintliga utvärderingar ofta har stora metodologiska brister. Framför allt är studierna sällan jämförande, dvs. de saknar en jämförelse av odlare som har tillgång till rättvisemärkning med odlare som inte har det. Det innebär att det inte går att säga om de uppvisade effekterna beror på märkningen eller på andra förändringar som har inträffat under tiden. På senare tid har emellertid mer rigorösa empiriska ansatser använts. Studierna indikerar en mer fördelaktig utveckling för jordbrukare som tillhör certifierade kooperativ. Becchetti och Costantino (2006) studerar ett kooperativ i Kenya och finner främst en högre tillfredsställelse med livet och en bättre näringsmässig status hos odlarna jämfört med en kontrollgrupp som består av odlare som inte är certifierade. Becchetti och Gianfreda (2008) finner att certifierade odlare har färre sjukdagar, detta trots att individerna i kontrollgruppen är yngre och mer välutbildade.

Det kan emellertid noteras att det inte är helt självklart vad som är en lämplig jämförelsegrupp för att utvärdera övergripande socioekonomiska effekter av

Fairtrade-certifiering. Är det i) jordbrukare som istället satsat på en annan nisch än Fairtrade, exempelvis högkvalitativa bönor till gourmetkaffe, ii) jordbrukare som inte producerar för en nischmarknad, eller kanske iii) jordbrukare som helt eller delvis sökt sysselsättning utanför jordbrukssektorn?

Fairtrade-certifiering kan vara bättre än vissa försörjningsstrategier men sämre än andra. Det är viktigt att inte se jordbruket i utvecklingsländerna som statistiskt i den mening att de människor som arbetar där inte kan arbeta någon annanstans. Strukturomvandling av jordbrukssektorn har historiskt varit en förutsättning för att långsiktigt skapa tillväxt och reducera fattigdom, inte bara i jordbrukssektorn utan i ekonomin som helhet.

6.2 Jordbrukets betydelse för fattigdomsbekämpning

Jordbruket spelar en avgörande roll för ekonomisk utveckling i utvecklingsländerna. Världsbanken ägnar hela sin flaggskeppspublikation World Development Report 2008 åt jordbruk, och poängterar att jordbruket är centralt för att uppnå millenniemålet att halvera fattigdomen fram till 2015.

En viktig orsak är att jordbruk berör så många individer. Av de 5,5 miljarder människor som bor i utvecklingsländer är nästan hälften involverade i jordbruk.⁶⁸ En annan orsak är att jordbrukare i utvecklingsländer generellt är fattigare än andra. I så gott som alla utvecklingsländer har hushåll på landsbygden lägre genomsnittsinkomst än hushåll i städerna.⁶⁹ Det har dessutom visat sig att tillväxt inom jordbrukssektorn har en högre fattigdomsreducerande effekt än tillväxt inom andra sektorer, just för att den når och berör de fattiga. Världsbanken visar att tillväxt inom jordbruket generellt är dubbelt så effektiv för att reducera fattigdom jämfört med tillväxt i andra sektorer. För till exempel Kina är tillväxt i jordbruk 3,5 gånger så effektivt jämfört med tillväxt i andra sektorer när det gäller att minska fattigdomen.⁷⁰

Den tidiga ekonomiska utvecklingen i Västeuropa, USA och Japan visar att det första steget mot ökat välstånd är hög produktivitet inom jordbruket. Överskottet inom jordbruket har sedan finansierat industrialiseringen och på sikt minskar

⁶⁸ Världsbanken (2007).

⁶⁹ Aksoy och Beghin (2005).

⁷⁰ Världsbanken (2007).

sedan jordbrukets andel i BNP och sysselsättningen i jordbruket allteftersom andra sektorer utvecklas. Inhemsk politik som missgynnar jordbruket i kombination med otillräckliga investeringar i produktivitetshöjande åtgärder är en huvudsaklig förklaring till den bristfälliga ekonomiska utvecklingen i många jordbruksberoende utvecklingsländer, konstaterar Världsbanken.

Både Indien och Kina har däremot haft snabb tillväxt inom jordbrukssektorn på senare tid; i Indien till följd av framtagandet av grödor med hög avkastning och i Kina till följd av institutionella reformer och marknadsliberalisering. I båda fallen följde en snabb minskning av fattigdomen på landsbygden.⁷¹

6.3 Internationell handel som motor för tillväxt

Under de senaste 20 åren har exporten från utvecklingsländerna ökat snabbt till följd av tillväxten i den globala ekonomin, reducerade handelshinder och förbättrad produktionskapacitet i många utvecklingsländer. Ökningen har varit snabbast för industrivaror medan handeln med jordbruksvaror expanderat betydligt långsammare. En förklaring är att handelshinder i form av tullar och kvoter har reducerats i större utsträckning inom industrisektorn än i jordbrukssektorn.⁷²

Sammansättningen av exporten från u-länderna har förändrats över tiden. Traditionella tropiska varor som kaffeböner, te, kakao, socker och bomull är nu en mycket liten andel av den totala jordbruksexporten. Istället har exporten av fisk, skaldjur, frukt, grönsaker samt olika former av förädlade livsmedel ökat. Likaså har olika nischmarknader för kvalitetsprodukter utvecklats, som till exempel gourmetkaffe. Breddningen av exportutbudet har minskat beroendet av traditionell råvaruexport samt ökat exportens värde. Det har också inneburit nya utmaningar. Exempelvis löper fisk, skaldjur och färskvaror en högre risk att medföra livsmedelsburen smitta, vilket kräver en högre sanitär nivå än vad traditionella tropiska varor gör.⁷³ En annan förändring är att den viktigaste marknaden inte längre är industriländerna utan andra utvecklingsländer, främst medelinkomst-

⁷¹ Världsbanken (2007).

⁷² Protektionismen i jordbrukssektorn är hög i många länder och ibland framförs argument att jordbrukshandeln inte bör liberaliseras med hänsyn till för sektorn specifika drag som livsmedelssäkerhet och miljöhänsyn. För en fördjupad diskussion av den typen av argument se Johansson och Sidenvall (2002).

⁷³ Se Johansson (2005) för en diskussion rörande den potentiella konflikten mellan säker mat i i-länderna och behovet av att främja livsmedellexport från u-länderna.

länder där efterfrågan på livsmedel växer snabbast. Problematiskt är att många av dessa länder har betydande handelshinder vilket försvårar exporten.⁷⁴

Det finns en omfattande litteratur om kopplingen mellan internationell handel och tillväxt.⁷⁵ En generell slutsats är att internationell handel i sig inte är tillräckligt för ekonomisk utveckling, men att det är en nödvändig del i en framgångsrik utvecklingsstrategi. Krugman och Obstfeldt (2009) pekar exempelvis på den snabba ekonomiska utvecklingen i Asien, först i Sydkorea, Hongkong, Taiwan och Singapore, därefter i Malaysia, Thailand, Indonesien och Kina. De konstaterar att vad dessa länder hade gemensamt var ett högt sparande (vilket möjliggör investeringar), omfattande satsningar på utbildning, en relativt stabil makroekonomi med begränsad inflation samt en hög andel internationell handel i förhållande till BNP.

Få u-länder har emellertid byggt ekonomisk tillväxt på jordbruksexport.⁷⁶ Likaså handlas bara en bråkdel av utvecklingsländernas totala jordbruksproduktion på världsmarknaden, merparten går till inhemsk konsumtion. Jordbruksexporten är ändå intressant. Inkomster genereras och dessutom, vilket konstateras ovan, har tillväxt inom jordbrukssektorn stor betydelse för att minska fattigdom. Exempelvis visar Balat el al (2008) att jordbrukare som odlar exportgrödor generellt är mindre fattiga än jordbrukare inriktade på självförsörjning. Många jordbruksberoende länder har också en relativt liten urban befolkning, vilket begränsar den inhemska efterfrågan på livsmedel och ökar betydelsen av utländska marknader. För att kunna ta tillvara de tillväxtpotentialer som jordbruksexport erbjuder krävs kreditmöjligheter för att kunna starta nya verksamheter eller expandera befintliga, i kombination med stödjande offentliga investeringar i nyckelområden som bevattnings, vägar, forskning och utveckling, utbildning samt institutionella reformer.⁷⁷

6.4 Avslutande kommentarer

Den sammantagna slutsatsen i rapporten är att i liten skala fungerar Fairtrade som en inkomstförsäkring när världsmarknadspriserna är låga. Fairtrade kan

⁷⁴ Aksoy och Beghin (2005).

⁷⁵ Se exempelvis Stiglitz och Charlton (2005). Se också McCulloch, Winters och Cirera (2001) för en diskussion av de komplexa kopplingarna mellan handelsliberalisering och fattigdom.

⁷⁶ Se exempelvis Aksoy och Beghin (2005).

⁷⁷ Se exempelvis Aksoy och Beghin (2005).

också fungera som ett alternativ till fungerande institutionella förhållanden i producentländerna, exempelvis bristande kreditverksamhet. Men Fairtrade är inte en möjlig lösning för att hantera dessa problem i stor skala. Anledningarna är flera: För det första finns det inte resurser att betala priser över världsmarknadspriset för stora mängder livsmedel i den utsträckningen att det på allvar skulle reducera världens fattigdom. Antalet välbärgade konsumenter i industriländerna är helt enkelt för få i förhållande till antalet fattiga jordbrukare i utvecklingsländerna. För det andra är produktionskoppling, dvs. att man måste odla en viss gröda för att få tillgång till minimipriset och den sociala premien, en mycket dålig idé om den skulle tillämpas i stor skala i fattiga jordbruksberoende länder. Produktionskoppling låser jordbrukarna och hindrar den struktur- omvandling mot färre, större och mer produktiva gårdar som krävs för att långsiktigt höja inkomsterna inom jordbruket. Istället bör strukturomvandlingen underlättas, så att mindre produktiva jordbrukare kan finna nya inkomstkällor medan produktiva jordbrukare kan expandera och utvecklas. Genom att stimulera entreprenörskap, underlätta handel och främja produktivitetökningar i jordbruket kan de problem som Fairtrade vill hantera lösas på ett mer långsiktigt hållbart sätt och reducera fattigdomen för ett större antal människor.

En positiv övergripande effekt av Fairtrade och andra sociala och/eller miljömässiga märkningar är att fokus sätts på produktionsvillkoren i utvecklingsländerna. När rättvisemärkningsinitiativ väckt och visat på en efterfrågan bland konsumenter för socialt ansvarstagande, är det intressant för andra aktörer att också erbjuda mer etiska alternativ.⁷⁸ Detta har sammanfallit i tid med vad som brukar benämnas vertikal integration av företag, dvs. att företag kontrollerar en allt längre del av produktionskedjan. Det ger större möjlighet för företagen att påverka villkoren i inledande produktionsled. Kritiker menar dock att bara en bråkdel av företagens inköp *de facto* är etiska.

Ett ökat fokus på dåliga villkor i fattiga länder behöver dock inte enbart vara av godo. En stigmatisering av exempelvis kaffekonsumtion i allmänhet som uppmanande av orättvis och exploaterande produktion skulle kunna leda till en minskning i den totala efterfrågan på kaffe, vilket skulle vara till skada för alla utom rättviseproducenterna. En variant på argumentet är att i-landskonsumenter

⁷⁸ Se exempelvis Becchetti, Federico och Solferino (2006).

börjar uppleva i-landsproducerade varianter som intressanta alternativ till utvecklingsländers dyra rättvisemärkta varianter och deras socialt oacceptabla icke-rättvisemärkta varianter.⁷⁹ Om Fairtrade leder till att konventionell export från u-länderna upplevs som exploaterande och orättvis, bidrar Fairtrade till att ge en felaktig bild av verkligheten. Fattigdomen på landsbygden i u-länder är inte en följd av orättvis internationell handel, istället är konventionell handel en del i en framgångsrik utvecklingsstrategi som bidrar till reducerad fattigdom. Skulle rättvisemärkning leda till att konsumenterna avstår från att handla arbetsintensiva varor som importerats från u-länderna får det en negativ effekt på inkomster och försörjningsmöjligheter för fattiga jordbrukare och arbetare.

Sammanfattningsvis kan Fairtrade ha positiva effekter för den ringa andel av världens fattiga jordbrukare som omfattas, men ett system baserat på inkomsttransfereringar i form av minimipris och en social premie samt standarder är inte en möjlig väg för att i stor skala ge fattiga jordbrukare bättre levnads- och arbetsvillkor.

⁷⁹ Se diskussionen i Lindsey (2004).

Referenser

Antle, J. M. (1995), "Choice and efficiency in food safety policy", *The AEI Press*: Washington DC.

Akiyama, T. och P. Varangis (1990), "The impact of the International Coffee Agreement on producing countries", *World Bank Economic Review*, 4:2, 157-173.

Aksoy, M. A. och J. C. Beghin (eds.) (2005), *Global agricultural trade and developing countries*, Världsbanken: Washington DC.

Bacon, C. (2005), "Confronting the coffee crisis: Can Fair Trade, organic and specialty coffees reduce small-scale farmer vulnerability in Northern Nicaragua?", *World Development*, 33:3, 497-511.

Balat, J., I. Brambila och G. Porto (2008), "Realizing gains from trade: export crops, marketing costs and poverty", *Policy Research Working Paper 4488*, Världsbanken: Washington DC.

Becchetti, L. och M. Costantino (2006), "The effects of Fair Trade on marginalized producers: An impact analysis on Kenyan farmers," *ECINEQ Working Paper Series 2006:41*, Society for the Study of Economic Inequality: Palma de Mallorca.

Becchetti, L. G. Frederico och N. Solferino (2006), *The game of social responsibility: A product differentiation approach*, Università Tor Vergata: Rom

Becchetti, L. och G. Gianfreda (2008), "When consumers heal producers: The effect of Fair Trade on marginalized producers' health and productivity", *ECINEQ Working Paper Series 2008:86*, Society for the Study of Economic Inequality: Palma de Mallorca.

Berlan, A. (2008), "Making or marketing a difference? An anthropological examination of the marketing of Fair Trade cocoa from Ghana", i *Hidden hands in the market: Ethnographies of Fair Trade, ethical consumption and corporate social responsibility*, *Research in economic anthropology*, 28: 171-194. Emerald Group Publishing Ltd.: Bingley.

Bernd, C. E. H. (2007), "Is Fair Trade in coffee production fair and useful? Evidence from Costa Rica and Guatemala and implications for policy", *Mercatus*

Policy Series, Policy Comment 11, Mercatus Centre, George Mason University: Washington DC.

Booth, P. och L. Whestone (2007), "Half a cheer for Fair Trade", *26th IEA Current Controversies Papers*, Institute of Economic Affairs: London.

Calo, M. och T. A. Wise (2005), *Revaluating peasant coffee and production: Organic and Fair Trade markets*, Global Development and Environment Institute, Tufts University: Medford, MA.

Consumers International (2005), *From bean to cup: How consumer choice impact upon coffee producers and the environment*, London.

De Ferrant, F. och K. G. Grunert (2007), "French Fair Trade coffee buyers' purchasing motives: An exploratory study using means-end chains analysis", *Food Quality and Preferences*, 18: 218-229.

Deininger, K. (1995), "Collective agricultural production: A solution for transition economies", *World Development*, 23(8):1317-1334.

The Economist (2006a), "Voting with your trolley", 7 december 2006.

The Economist (2006b), "Good food, 7 december 2006.

Ellis, F. (2004), "Occupational diversification in developing countries and implications for agricultural policy", *Hot Topic Paper*, Overseas Development Group (ODG), University of East Anglia: Norwich.

Fairtrade Foundation (2006),
http://www.fairtrade.org.uk/press_office/press_releases_and_statements/archive_2006/sept_2006/response_to_ft_article.aspx, (2009-07-01).

Fairtrade Foundation (2009),
http://www.fairtrade.org.uk/what_is_fairtrade/fairtrade_foundation.aspx (2009-06-24).

FAOSTAT (2008), <http://faostat.fao.org>.

FINE (2001), Fair Trade definitions and principles: As agreed by FINE in December 2001. <http://www.fairtrade-advocacy.org/documents/FAIRTRADEFINITIONnewlayout2.pdf> (2009-07-01).

FLO, (2006) FLO-CERT Producer Certification Fees: Small farmers. http://www.flo-cert.net/_admin/userfiles/file/Fees/PC%20FEESYSTEMSF%20IS%2019EN.pdf (2008-03-12)

FLO (2007), FLO Annual Report 2005/2006: Building Trust, http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/FLO_Annual_Report_01.pdf (2008-05-12).

FLO, (2009a), http://www.fairtrade.net/what_is_fairtrade.html, (2009-07-01).

FLO (2009b) www.fairtrade.net (2009-07-01).

FLO (2009c) “The Arabica coffee market 1989-2007”, http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Arabica_Price_Chart_89-07_01.pdf (2009-07-01).

FLO (2009d) http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/05-09_LIST_OF_FLO_Standards.pdf (2009-07-01).

FLO (2009e) www.fairtrade.net/facts_and_figures.html (2009-07-01).

FLO (2009f), Generic Fairtrade standards for small producers’ organizations, http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Jan_2009_EN_Generic_Fairtrade_Standards_SPO.pdf (2009-05-22).

FLO (2009g), Fairtrade minimum price and fair-trade premium table, http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_us/150509_EN_FTMP_and_P_Table.pdf (2009-05-22).

FLO (2009h), Generic Fairtrade trade standards, http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/GTS_Feb09_EN.pdf (2009-07-01).

Golan, E., F. Kuchler och L. Mitchell (2000), ”Economics of food labelling”, Economic Research Services, U.S. Department of Agriculture, *Agricultural Economic Report 793*: Washington D.C..

Harford, T. (2006), *The Undercover Economist*, Little, Brown: London.

Hayes, M. och G. Moore (2005), The economics of Fair Trade: A guide in plain English, <http://www.fairtraderesearch.net/> (2009-07-01).

Hiscox, M. J och F. B. Smyth (2007), *Is there consumer demand for improved labor standards?* Department of Government, Harvard University: Cambridge, MA.

Howley, K. (2006), "Absolution in your cup: The real meaning of Fair Trade coffee," *Reason Magazine*, mars 2006.

ICO (2008), Statistics, International Coffee Organization (ICO) http://www.ico.org/coffee_prices.asp 2008-05-20

Imhof, S. och A. Lee (2007), *Assessing the potential of Fair Trade for poverty reduction and conflict prevention: A case study of Bolivian coffee producers*, Europainstitut, University of Basel: Basel.

Jaffee, D. (2007), *Brewing justice: Fair Trade coffee, sustainability and survival*, University of California Press: Berkley and Los Angeles, CA.

Johansson, H. och I. Sidenvall (2002), "Internationell handel – även för jordbruket?," *Rapport 2002:4*, Livsmedelsekonomiska institutet (SLI): Lund.

Jordbruksverket (2008), "Mervärden för svenskt kött", *Rapport 2008:5*, Jordbruksverket: Jönköping.

Krier, Jean-Mari (2008), *Fair Trade 2007: new facts and figures from an ongoing success story. A report on Fair Trade in 33 consumer countries*, Survey prepared on the behalf of DAWS - the Dutch Association of Worldshops, Netherlands: Culemborg.

Krugman, P. och M. Obstfeld (2009), *International economics: Theory and policy*, Pearson Addison Wesley: Boston.

Leatherhead Food International (2003), *Fairtrade foods: Market prospects for the ethical option*, Leatherhead Food International: London.

Lewin, B., D. Giovannucci and P. Varangis (2004), "Coffee markets: New paradigms in global supply and demand," *Agriculture and Rural Development Discussion Paper 3*, Världsbanken: Washington DC.

Lindsay, B. (2004), *Grounds for complaint? Fair Trade and the coffee crisis*, Adam Smith Institute: London.

- Malins, A. och M. Blowfield (2000), "Fruits of the Nile: Fair Trade processing case study", *Ethical Trade and Sustainable Livelihood Case Study Series*, University of Greenwich: Greenwich.
- McCulloch, N., A. Winters och X. Cirera (2001), *Trade liberalization and poverty: A handbook*, Centre for Economic Policy Research, (CEPR) och UK Department for International Development: London.
- Mendoza, R. och J. Bastiaensen (2003), "Fair Trade and the coffee crisis in the Nicaraguan Segovias," *Small Enterprise Development*, 14(2): 36-46.
- Milford, A. (2004), "Coffee, co-operatives and competition: The impact of Fair Trade", *CMI Reports 2004:6*, Chr. Michelsen Institute: Bergen.
- Molinas, J. R. (1998), "The impact of inequality, gender, external assistance and social capital on local-level cooperation", *World Development*, 26(3): 413-31.
- Murray, D., L. T. Reynolds och P. L. Taylor (2003), *One cup at a time: Fair trade and poverty alleviation in Latin America*, Fair Trade Research Group, Colorado State University: Fort Collins.
- Nicholls, A. och C. Opal (2005), *Fair Trade: Market-driven ethical consumption*, Sage: London.
- Nunes, P. A. L. D. och L. Onofri (2004), *The economics of warm glow: A note on consumers' behavior and public policy implications*, Fondazione Eni Enrico Mattei: Venedig och Milano.
- OECD (2008), *Agricultural support, farm land values and sectoral adjustment: The implications for policy reform*, OECD: Paris.
- Oppenheim, P. (2005), "Fairtrade fat cats", *The Spectator*, November 2005.
- Oxfam (C. Gresser och s. Tickell) (2002), *Mugged: Poverty in your coffee cup*, Oxfam International: London.
- Perezgrovas, V. och E. Cervantes (2002), "Poverty alleviation through participation in Fair Trade coffee network: The case of Unión Majomut, Chiapas," *Mexico, Colorado State University Fair Trade Research Group Report*, Colorado State University: Fort Collins.
- Perloff, J. (2006), *Microeconomics*, Addison Wesley: Boston.

- Ponte, S. (2002), "Brewing a bitter cup: Deregulation, quality and the re-organisation of the coffee marketing in East Africa", *Journal of Agrarian Change*, 2(2): 248-272.
- Raynolds, D. L, Murray och J Wilkinson (red.) (2007), *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, Routledge: London och New York.
- Redfern, A. och P. Snedker (2002), "Creating market opportunities for small enterprises: experiences of the Fair Trade movement," *SEED Working Paper 30*, International Labour Organisation (ILO): Geneva.
- Ronchi, L. (2002), "The impact of Fair Trade on producers and their organizations: A case study in Costa Rica", *PRUS Working Paper No. 11*, Poverty Research Unit at Sussex, University of Sussex: Brighton.
- Ronchi, L. (2006), "Fairtrade and market failures in agricultural markets", *World Bank Policy Research Paper 4011*, Världsbanken: Washington DC.
- Rättvisemärkt (2009a), "Tio år med Rättvisemärkt", www.rattvisemarkt.se (2009-06-01).
- Rättvisemärkt (2009b), www.rattvisemarkt.se (2009-06-01).
- Rättvisemärkt (2009c) Försäljningsstatistik för 2008: Officiella siffror från rättvisemärkt,
<http://www.rattvisemarkt.se/obj/docpart/c/c063ecaf445dd7270580df5e2a529dcb.pdf> (2009-07-01)
- Rättvisemärkt (2009d), <http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/96.htm> (2009-07-01)
- Rättvisemärkt (2009e), <http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/593.htm> (2009-07-01).
- Rättvisemärkt (2009f), Pressmeddelande 2006-10-02, "Danisco Sugar lanserar Rättvisemärkt socker" <http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/news/247.htm>, (2009-07-01).
- Rättvisemärkt (2009g), <http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/547.htm> (2009-07-01)
- Rättvisemärkt (2009h), *Svar på kritik mot Rättvisemärkt te i Uppdrag Granskning*, www.rattvisemarkt.se (2009-06-16)
- Steinrücken, T. och S. Jaenichen (2007), "The Fair Trade idea: Towards an economics of social labels", *Journal of Consumer Policy*, 30: 201-217.

Samnegård, E. (2007), "How does Fairtrade affect the market? A case study in South Africa", *Minor Field Study* 2007:10, Department of Economics, University of Lund: Lund

SCB (2009), www.SCB.se (2009-06-05).

Schmidhuber, J. och P. Shetty (2005). "The nutrition transition to 2030: Why developing countries are likely to bear the major burden", *Food Economics – Acta Agriculturae Scandinavica*, 2: 150-166.

SFI (2006), Föreskrifter för kontrollgirokonto, Stiftelsen för insamlingskontroll (SFI): Stockholm.

Sidwell, M. (2007), *Unfair trade*, Adam Smith Institute: London.

Stiglitz, J. E. och A. Charlton (2005), *Fair trade for all: How trade can promote development*, Oxford University Press: Oxford.

UNDP (2007/2008), "Fighting climate change: Human solidarity in a divided world", *Human development report 2007/2008*, UNDP: New York.

Världsbanken (2004), *World development indicators*, Världsbanken: Washington DC.

Världsbanken (2007), *World development report 2008: Agriculture for development*, Världsbanken: Washington DC.

Weber, J. (2007), "Fair Trade coffee enthusiasts should confront reality", *Cato Journal*, 27:1, 109-117.

Weitzman, (2006), "The bitter cost of 'Fair Trade' coffee", *Financial Times*, 8 september 2006.

Zehner, D. J. (2002), "An economic assessment of "Fair Trade" in coffee", *Chazen Web Journal of International Business*, Fall 2002.

Kort om AgriFood Economics Centre

AgriFood Economics Centre utför kvalificerade samhällsekonomiska analyser inom livsmedels-, jordbruks- och fiskeområdet samt landsbygdsutveckling. Verksamheten är ett samarbete mellan Sveriges Lantbruksuniversitet och Lunds Universitet och syftar till att ge regering och riksdag vetenskapligt underbyggda underlag för strategiska och långsiktiga beslut.

Alla publikationer kan beställas kostnadsfritt via <http://www.agrifood.se/>

AgriFood Economics Centre
Scheelevägen 15 D
Box 730, 220 07 Lund
www.agrifood.se
e-post: info@agrifood.lu.se

