



EUROOPAN YHTEISÖJEN KOMISSIO

Bryssel 29.11.1999
KOM(1999)619 lopullinen

KOMISSION TIEDONANTO NEUVOSTOLLE

"reilusta kaupasta"

KOMISSION TIEDONANTO NEUVOSTOLLE

"*reilusta kaupasta*"

SISÄLLYSLUETTELO

1. Johdanto	3
2. reilun kaupan käsite	3
3. Miten <i>reilu kauppa</i> toimii käytännössä?	5
3.1. Perinteiset reilun kaupan liikkeet	5
3.2. Tuotteiden merkintää koskevat aloitteet	5
3.3. Tärkeimmät <i>reiluun kauppaan</i> liittyvät järjestöt	6
4. <i>reilu kauppa</i> Euroopan unionissa	7
4.1. Kaupallinen toiminta	7
4.2. Poliittinen toiminta	8
4.3. Kuluttajien kiinnostus	8
5. EU:n nykyinen toiminta <i>reilun kaupan</i> tukemiseksi	9
5.1. <i>Reilun kaupan</i> järjestöille annettava rahoitustuki	9
5.2. Muu rahoitustuki	10
5.3. Lainsäädäntö	10
5.4. Muu liitännäistoiminta, eettinen kauppa/käytännesäännöt	11
6. <i>reilu kauppa</i> , WTO ja maailmankaupan kasvu	12
7. Seikat, jotka on otettava huomioon harkittaessa EU:n lisätukea <i>reilun kaupan</i> toimenpiteille	13

1. JOHDANTO

Euroopan yhteisön perustamissopimuksen 177 artiklassa todetaan, että yhteisön kehitysyhteistyöpolitiikalla edistetään:

- " kehitysmaiden ja etenkin kaikista heikoimmassa asemassa olevien kehitysmaiden kestävästä taloudellista ja sosiaalista kehitystä,
- kehitysmaiden sopusointuista ja asteittaista yhdentymistä maailmantalouteen,
- köyhyyden torjuntaa kehitysmaissa."

Reilu kauppa on esimerkki sellaisten kauppasuhteiden ja parempien kaupankäynnin mahdollisuuksien kehittymisestä, joiden tarkoituksena on kuroa umpeen kehittyneiden ja kehitysmaiden välinen kuilu ja helpottaa kehitysmaiden yhdentymistä maailmantalouteen. *Reilun kaupan* aloitteet antavat kuluttajille mahdollisuuden edistää omalta osaltaan ostomieltyksensä kautta kestävästä taloudellista ja sosiaalista kehitystä kehitysmaissa.

Tämä asiakirja perustuu neuvoston kesäkuun 1998 kokouksessa annettuun komission sitoumukseen laatia tiedonanto *reilusta kaupasta* ja parlamentin tiedonantopyyntöön (edustaja Fassan esittelemä mietintö).

Siinä selvitetään *reilun kaupan* käsitettä ja esitetään lyhyesti nykyinen tilanne ja sen tarkoituksena on osallistua keskusteluun siitä, millaista suuntaa EU voisi noudattaa toiminnassaan *reilun kaupan* kehityksen edistämiseksi unionissa ja näin ollen EU:n kehitysyhteistyöpolitiikan tärkeimpien tavoitteiden edistämiseksi perustamissopimuksen 177 artiklan mukaisesti.

Tässä tiedonannossa esitetään näin ollen lähtökohta, johon perustuen komissio alkaa kehittää kantaansa *reilusta kaupasta* ja siitä, kuinka se sovitetaan yhteen muiden yhteisöpolitiikkojen kanssa.

2. REILUN KAUPAN KÄSITE

Reilun kaupan käsitettä on kehitetty läntisessä maailmassa noin 40 vuoden ajan, koska enenevässä määrin on myönnetty, ettei kaupankäynnistä ja kaupan kasvusta saatu hyöty välttämättä jakaudu vertailukelpoisesti kaikille maille ja kaikille väestöosille kussakin maassa.

Reilun kaupan tavoitteena on varmistaa, että tuottajat saavat tuotteistaan hinnan, joka vastaa heidän antamaansa taidon, työn ja varojen panosta, ja tätä panosta vastaavan osuuden voitosta. Tämä tapahtuu yleensä siten, että *reilun kaupan* aloitteen osallistujat sopivat maksavansa oikeudenmukaisen hinnan tapauskohtaisesti. Jos tuotteen hinta sovitaan kansainvälisesti (esim. kahvi ja kaakao), vähimmäishinta vahvistetaan siten, että tuottajat saavat tuotteesta maailmanhintaa korkeamman korvauksen. Tuottajat voivat tämän vuoksi ottaa käyttöön maataloustuottajia, työläisiä ja ympäristöä paremmin hyödyttäviä tuotantojärjestelmiä ja parantaa työoloja.

Reilun kaupan avulla kehitysmaiden tuottajat saavat tuotteistaan korkeammat tulot ja paremmat mahdollisuudet löytää uusia markkinoita. *Reilulla kaupalla* pyritään samalla vahvistamaan edellytykset, joilla edistetään parempaa sosiaalista ja ympäristön suojaa

kehitysmaissa. Euroopassa kansalaisia suojelee yhteisön lainsäädäntö ja kansallinen lainsäädäntö, jotka koskevat esimerkiksi terveyttä ja turvallisuutta työpaikoilla, ympäristön suojelua sekä työnantajien ja työntekijöiden lakisääteisiä oikeuksia ja velvoitteita. Tällaisia lakisääteisiä oikeuksia (esimerkiksi tärkeimmät työntekoa koskevat standardit, sellaisina kuin ne esitetään 18. kesäkuuta 1998 työnteon perusoikeuksista annetussa kansainvälisen työjärjestön [ILO] julistuksessa) kehitetään yhä useissa kehitysmaissa. Vaikka tällaiset oikeudet olisi jo vahvistettu, taloudelliset ja muut olosuhteet saattavat vaikeuttaa lain noudattamista. *Reilun kaupan* tavoitteena on lievittää näitä olosuhteita edistämällä moitteetonta talouden kehitystä ja pysyvää kehitystä ruohonjuuritasolta lähtien. *Reilulla kaupalla* toivotaan myös pienennettävän eräitä vuosikymmenten aikana teollisuus- ja kehitysmaiden välille perus- ja erityisesti maataloushyödykkeiden suhteellisen hinnanalennuksen vuoksi syntyneitä eroja.

Reilu kauppa on erityisen suotuisa maatalouden pientuottajille ja käsityöläisille, koska pienet tuottajat asuvat kehitysmaissa usein syrjäisillä alueilla eivätkä he tuota riittävää määrää suoraan vietäväksi. He ovat riippuvaisia välittäjistä, jotka myyvät heidän tuotteitaan ja myöntävät heille luottoja. Jotkut viljelijät ovat pienentäneet tätä riippuvuutta ja muodostaneet omia markkinointiosuuskuntia, joiden kautta he voivat yhdistää varansa ja jakaa teknisen asiantuntemuksen ja välineet sekä joissakin yhteisöissä jopa terveystalut ja koulut. Vaihtoehtoiset kauppajärjestöt (joita käsitellään jäljempänä) voivat muodostaa ratkaisevan sillan menestyksellisen yhteistyön kehittämisessä, koska ne maksavat *reilun kaupan* mukaisen hinnan ja antavat monimuotoista apua, osuuskunnan vientiaseman vakiinnuttamisesta faksilaitteen hankkimiseen.

Reilun kaupan aloitteet voivat sisältää ennakoiden myöntämisen tuottajille ja sopimusperusteisten suhteiden solmimisen pitkän aikavälin turvallisuuden luomiseksi. Tällä tavalla parannetaan tulojen vakautta, helpotetaan suunnittelua ja investointeja, ja tuottajat voivat valvoa paremmin tuotantoprosessia ja panoksensa markkinointia koskevia päätöksiä. *Reilulla kaupalla* voidaan myös antaa mahdollisuus käyttää osa saaduista tuloista kapasiteetin rakentamiseen, johon voi kuulua tuottajaryhmien perustaminen (ks. edellä) ja tuotantolaitteiden hankkiminen, joilla saadaan lisäarvoa esimerkiksi kahvipapujen jalostuksessa. On korostettava, että *reilusta kaupasta* saatava hyöty koituu koko yhteisön hyödyksi eikä kenenkään henkilökohtaiseksi ansioksi.

Reilun kaupan käsitettä sovelletaan erityisesti kehitysmaiden ja kehittyneempien maiden väliseen kauppaan. Sitä ei voida suoraan soveltaa EU:ssa valmistettuihin tuotteisiin, sillä unionissa sosiaaliset ja ympäristöä koskevat vaatimukset on jo sisällytetty lainsäädäntöön. Kotimaiseen tuotantoon, tuottajiin ja työntekijöihin sovelletaan jo sosiaalista ja ympäristön suojaa, joka vastaa tasoltaan vähintään *reilun kaupan* tuotteita koskevia vaatimuksia.

Reilun kaupan aloitteet ovat lähtöisin yksityisistä kansalaisjärjestöistä. Ne perustuvat aloitteisiin siinä mielessä, että ne ovat riippuvaisia kuluttajien tekemistä valinnoista eikä niillä hallinnoida kauppaa eikä muutenkaan luoda esteitä pääsyle eri maiden markkinoille. Näin ollen kuluttajille annetaan mahdollisuus nostaa kehitysmaiden tuottajien elintaso ja elämänlaatua kestävän markkinapohjaisen lähestymistavan avulla.

On todettava, että vaikka *reilun kaupan* käsitettä voidaan pitää eettisen kaupan muotona, termillä viitataan yleensä *reilun kaupan* toimiin, joilla vahvistetaan sellaisten pientuottajien ja pientilallisten taloudellista asemaa, jotka voisivat syrjäytyä kaupan valtavirran malleja noudatettaessa. Eettisen kaupan käsitettä sovelletaan yleensä sellaisten kehitysmaissa toimivien monikansallisten yhtiöiden toimintaan (esim. käytännesäännöt), jotka tuntevat eettisen ja sosiaalisen vastuunsa työntekijöistä ja muista yhtiökumppaneista.

3. MITEN REILU KAUPPA TOIMII KÄYTÄNNÖSSÄ?

Reilun kaupan tuotteet saavuttavat kuluttajat useilla eri tavoilla. Näistä kaikki tapahtuvat yksityisten aloitteiden kautta, yleisimmin perinteisten *reilun kaupan* liikkeiden (vaihtoehtoiset kauppajärjestöt mukaan luettuina) ja tuotteiden merkintää koskevien aloitteiden kautta. Jotkut yksittäiset yhtiöt tai vähittäismyyjät, jotka eivät kuulu mihinkään erityiseen järjestöön, voivat kuitenkin hakea *reilun kaupan* tunnusta jollekin tuotteelle tai koko tuotannolleen.

3.1. Perinteiset reilun kaupan liikkeet

Reilun kaupan käsitettä kehittivät alun perin kaupasta ja kehityksestä kiinnostuneet kansalaisjärjestöt. Ensimmäisillä *reilun kaupan* aloitteilla perustettiin vaihtoehtoisia kauppajärjestöjä eli alettiin toteuttaa *reilua kaupankäyntiä*. Näiden järjestöjen perustajat tulivat usein kirkon tai hyväntekeväisyyden piiristä, vaikka useat niistä ovat nykyään itsenäisiä yhtiöitä.

Perinteisen *reilun kaupan* koko filosofia perustuu *reilun kaupan* periaatteiden käyttämiseen kehityksmaiden tuottajien ja toimittajien kanssa sovellettavissa kauppasuhteissa. Nämä tuojajärjestöt etsivät ja hankkivat tuotteita, tuovat niitä maahan, markkinoivat niitä kuluttajille eri menetelmiä käyttäen esim. myymällä ne suoraan ”maailmankaupoille”, muille kansalaisjärjestöille, kirkkoryhmittymille, postimyynnin kautta jne.

Koko niiden kaupallinen toiminta perustuu *reilun kaupan* periaatteisiin, ja loppuhinnasta palautetaan mahdollisimman suuri osuus tuottajille. Kaikki saatu tuotto käytetään useimmiten kehitystyön hyväksi, vaikka perinteisiä kaupallisia toimiakin toteutetaan. Useimpia maailmankauppojen kautta markkinoituja tuotteita ei sinällään merkitä, vaan ostokset perustuvat luottamukseen. Näiden järjestöjen ”tavaramerkit” tai tunnukset osoittavat jo sellaisenaan kuluttajille, että kyseiset tuotteet ja kauppakäytäntö vastaavat *reilun kaupan* periaatteita. Perusteet on kuitenkin laadittu, ja järjestöt itse tai niiden kehityksmaissa olevat osakkaat toteuttavat jossain määrin seurantaa.

3.2. Tuotteiden merkintää koskevat aloitteet

Toinen Alankomaissa vuonna 1988 alulle pantu ja vakaasti kehittyvä markkinointikeino käsittää *reilusta kaupasta* annettavat todistukset. Tämän menettelyn tarkoituksena on noudattaa tavanomaisia jakelumalleja *reilun kaupan* tuotteiden saatavuuden parantamiseksi. Tämän vuoksi tuottajien ja markkinakanavien välillä ei enää ole samaa luottamukseen perustuvaa kiinteää yhteyttä kuin perinteisissä *reilun kaupan* liikkeissä. Tässä tapauksessa maahantuoja ja myyjät ovat tavallisia kaupallisia yhtiöitä, ja tuotteet myydään tavanomaisten vähittäismyyntikanavien kautta, mutta *reilua kaupaa* osoittavat todistukset myöntävän elimen antama *reilu kauppa* -merkintä osoittaa kuluttajille, että tavarat ja markkinointiketju noudattavat *reilun kaupan* periaatteita. EU:ssa käytetty neljä *reilu kauppa* -merkkiä ovat *Max Havelaar*, *Transfair*, *Fairtrade Mark* ja *Rättvisemärkt*. Kaikki todistuksen myöntävät järjestöt (joilla on sama nimi kuin merkillä) ovat EU:ssa ja koko maailmassa koordinoivan FLO:n (*Fair Trade Labelling Organisations International*, *reilu kauppa* -merkintöjen kansainvälinen järjestö) jäseniä.

Todistuksen antavat elimet asettavat arviointiperusteita, joita on noudatettava, jotta tuote saisi *reilu kauppa* -merkinnän. Arviointiperusteet on yhdenmukaistettu kansainvälisesti ja ne on kehitetty sellaisista kansainvälisistä välineistä kuin ILO:n (kansainvälisen työjärjestön) yleissopimuksista ja YK:n Agenda 21:n suosituksista. Vaatimukset koskevat mm. työoloja, saastuttavien jokien ja juomaveden aiheuttamien kasvitautien torjunnan valvontaa ja luonnon

ekojärjestelmän suojelemista. Arviointiperusteet laaditaan yleensä tuotekohtaisesti, jotta tuotantojärjestelmän ja kaupankäyntimallien ominaispiirteet voitaisiin ottaa huomioon.

Tuottajat ja myyjät voivat hakea todistuksen myöntämisestä vastuussa olevilta edustajilta oikeutta käyttää tuotteessaan *reilu kauppa* -merkintää. Merkintä annetaan kehitysmaiden tuottajilta lähtöisin oleville tuontitavaroille, jos todistuksen myöntävä edustaja on todennut, että tuotannon ja markkinoinnin *reilua kauppaa* koskevia arviointiperusteita on noudatettu. Tuottajat, joiden on todettu täyttävän *reilua kauppaa* koskevat arviointiperusteet, liitetään kansainväliseen *reilun kaupan* rekisteriin. Myyjien, jotka haluavat markkinoida *reilun kaupan* tuotteita, on tehtävä ostoksensa todistukseen oikeutetuista lähteistä ja noudatettava asiaankuuluvia tarkastusvaatimuksia omassa liiketoiminnassaan.

Todistuksen antavat edustajat vastaavat *reilu kauppa* -merkkien käyttöön oikeutettujen tuojien ja myyjien toiminnan seurannasta, jolla varmistetaan arviointiperusteiden tarkka noudattaminen.

Reilu kauppa -merkinnät rahoitetaan tuottajien rekisteröintimaksuilla sekä maahantuojien ja *reilun kaupan* tuotteita markkinoivien myyjien maksamilla lupamaksuilla. Maksut perustuvat liikevaihtoon ja myynnin määrään. Todistuksen antavien elinten on tarkoitus olla omarahoitteisia lupamaksujen avulla, mutta tämä on mahdollista vasta, kun on saatu aikaan riittävä myyntimäärä, koska rekisteröinti- ja lupamaksujen tason on oltava sellainen, että todistusten käyttö on maahantuojille ja myyjille kannattavaa ja sillä on voitava varmistaa, että *reilusta kaupasta* saadaan tuottajille lisähyötyä. Näin ollen todistuksen myöntävien edustajien kustannukset voivat aluksi ylittää tulot, ja monet saavatkin rahoitustukea muista lähteistä kuten hallituksilta tai kehitysyhteistyötä tekeviltä kansalaisjärjestöiltä.

Reilu kauppa -tunnus merkitään pakkaukseen ja sillä osoitetaan, että tuotanto- ja markkinointiprosessissa on noudatettu *reilua kauppaa* koskevia arviointiperusteita. Merkintä on lisänä muille merkitsemistä koskeville vaatimuksille, joita ovat esim. laatuluokitus- ja alkuperävaatimukset, joihin sovelletaan tavanomaista lainsäädäntöä.

3.3. Tärkeimmät *reiluun kauppaan* liittyvät järjestöt

NEWS! (*Network of European World Shops*, Euroopan maailmankauppojen verkosto) perustettiin vuonna 1994 ja siihen kuuluvat 13:ssä Euroopan maassa toimivat maailmankauppojen liitot (Luxemburg, Portugali ja Kreikka pois luettuina kaikki EU:n jäsenvaltiot ovat jäseniä. Myös Sveitsi on jäsen). Kaikki kaupat eivät kuulu liittoihin, vaan tilanne vaihtelee maittain. Joissakin jäsenvaltioissa kaikki kaupat kuuluvat liittoon, toisissa maissa kaikki kaupat eivät ole jäseniä tai niissä on useita liittoja ja erillisiä ryhmiä. Kaupat eivät ole ainoastaan myyntipisteitä, vaan niiden tarkoituksena on myös lisätä tietoisuutta monenlaisella toiminnalla, mm. *reilun kaupan* päivillä. NEWS koordinoi tällaista toimintaa.

EFTA (*European Fair Trade Association*, Euroopan *reilun kaupan* maahantuojajärjestö) perustettiin epävirallisesti vuonna 1987 ja se rekisteröitiin virallisesti Euroopan liitoksi vuonna 1990. Se edustaa 12:a maahantuojaa yhdeksässä Euroopan maassa (Sveitsissä ja kahdeksassa jäsenvaltiossa - Alankomaissa, Belgiassa, Espanjassa, Italiassa, Itävallassa, Ranskassa, Saksassa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa). Maailmankaupat saavat tuotteensa yleensä kansallisilta maahantuojilta, joilla voi olla yhteyksiä näihin kauppoihin. EFTAn osuus on 60 prosenttia alan myynnistä.

IFAT (International Federation for Alternative Trade, vaihtoehtoisen kaupan kansainvälinen liitto) perustettiin vuonna 1989 ja perustajina olivat Afrikassa, Aasiassa, Australiassa,

Japanissa, Euroopassa sekä Pohjois- ja Etelä-Amerikassa toimivat vaihtoehtoiset kauppajärjestöt. IFAT on *reilua kauppaa* edistävä yhteenliittymä ja tiedonvaihdon foorumi. Se toimii etelän maataloustuottajien ja käsityöläisten linkkinä pohjoisen ja etelän järjestöihin.

FLO (*Fair Trade Labelling Organisations International*, *reilu kauppa* -merkintöjen kansainvälinen järjestö) perustettiin vuonna 1997, FLO International vastaa *reilusta kaupasta* annettavia todistuksia koskevien aloitteiden koordinoinnista, kansainvälisten tuotekohtaisten *reilua kauppaa* koskevien arviointiperusteiden kehittamisestä sekä seurannan koordinoinnista, jolla varmistetaan, että myyjät ja tuottajat noudattavat arviointiperusteita. FLO International on useiden kansallisen tason riippumattomien yksittäisissä valtioissa toimivien *reilun kaupan* todistuksia antavien elinten kattojärjestö. Tällä hetkellä niitä on neljä 12 jäsenvaltiossa. Näillä elimillä on yhteinen tuotantorekisteri tuottajajärjestöistä – 300 tuottajaa 29 maassa.

NEWS, EFTA ja IFAT kuuluvat perinteiseen *reilun kaupan* liikkeeseen ja FLO käsittelee ainoastaan merkintöjä. Perinteiset *reilun kaupan* liikkeet ja merkintäjärjestöt ovat toisistaan riippuvaisia, sillä 50 prosenttia merkittyjen tuotteiden arvosta myydään vaihtoehtoisten markkinointikanavien kuten maailmankauppaverkoston tai postimyynnin kautta. Lisäksi maailmankauppaverkoston toteuttamalla paikallistason koordinoinnilla tuetaan ja edistetään merkittyjen tuotteiden menekkiä; niillä itsellään ei ole myynnin edistämiseen tarvittavia asianmukaisia rakenteita eikä keinoja.

Nämä järjestöt yhdessä muodostivat vuonna 1998 FINE:n, epävirallisen elimen, jonka tarkoituksena on välittää tietoja, koordinoida toimintaa ja saada aikaan yhteiset arviointiperusteet.

4. REILU KAUPPA EUROOPAN UNIONISSA

4.1. Kaupallinen toiminta

Alunperin vaihtoehtoiset kauppajärjestöt toimittivat suurimman osan Euroopassa saatavilla olevista *reilun kaupan* tavaroista, joiden myynnistä vastasivat erityiset myyntikanavat, esim. ”maailmankaupat”. Nämä järjestöt ovat edelleen merkittävä *reilun kaupan* tuotteiden markkinointikanava ja niillä on huomattava osuus kokonaisymynnistä. Useimpien kauppojen paikallistason hallinnosta vastaavat vapaaehtoisvoimat. Euroopassa on yli 3 000 maailmankauppaa ja 70 000 myyntipistettä, joissa työskentelee noin 100 000 vapaaehtoista. Niillä kaikilla on merkittävä asema kehitysyhteistyöasioihin ja *reilun kaupan* käsitteeseen liittyvän tietoisuuden kasvattamisessa. Kaikissa EU:n jäsenvaltioissa, joissa *reilu kauppa* -merkintä on olemassa (eli kaikissa jäsenvaltioissa Espanja, Portugali ja Kreikka pois luetuina), käsite on viime aikoina ulottunut koskemaan kaupan valtavirtaa, ja *reilun kaupan* tuotteita on myynnissä myös valintamyymälöissä. Joissakin tapauksissa valintamyymälöiden ”omien tuotemerkkien” tuotteet ovat saaneet *reilun kaupan* laatumerkinnän.

EU:ssa *reilua kauppaa* koskevien aloitteiden, vaihtoehtoiset kauppajärjestöt ja merkintöjä antavat elimet mukaan luetuina, kautta tavallisimmin myytyjä päätuotteita ovat kahvi, käsityötuotteet (tekstiilit ja vaatteet mukaan luetuina), tee, suklaa, kuivatut hedelmät, hunaja, sokeri ja banaanit. Toistaiseksi ainoat merkinnän saaneet tuotteet ovat kahvi, kaakao, tee, banaanit, sokeri ja hunaja. *Reilun kaupan* tuotteiden liikevaihto arvioitiin vuonna 1994 EU:ssa noin 175 miljoonaksi EUR. Vuoden 1997 luvuksi EU:ssa puolestaan arvioitiin 200–250 miljoonaa EUR.

Elintarvikkeet muodostavat noin 60 prosenttia *reilun kaupan* tuotteiden liikevaihdosta ja melkein puolet tästä määrästä perustuu kahvin myyntiin. *Reilun kaupan* kahvin osuus EU:n kahvimarkkinoista on kuitenkin vain noin kaksi prosenttia. Kahvia uudemman *reilun kaupan* tuotteen, banaanien osuus on noin 0,2 prosenttia EU:n banaanimarkkinoista.

4.2. Poliittinen toiminta

Kaupallisen toiminnan lisäksi *reilua kauppaa* koskeva poliittinen toiminta on viime vuosina lisääntynyt EU:ssa. Euroopan parlamentti hyväksyi tammikuussa 1994 päätöslauselman oikeudenmukaisuuden ja solidaarisuuden edistämiseksi pohjois–etelä-kaupassa ¹, jossa kannustetaan EY-tason aloitteita *reilun kaupan* tukemiseksi ja *reilun kaupan* käyttöönottamista ja sisällyttämistä yhteisön kehitys- ja yhteistyöpolitiikkaan. Komissio julkaisi vuonna 1994 asiakirjan vaihtoehtoisesta kaupasta, jossa se ilmaisi tukensa *reilun kaupan* lisäämiselle etelässä ja pohjoisessa. Talous- ja sosiaalikomitea julkaisi vuonna 1996 lausunnon Euroopan *reilu kauppa* -merkintöjen liikkeestä ², jonka päätelmissä kannatetaan *reilu kauppa* -merkintöjä koskevia aloitteita ja kehoitettiin komissiota perustamaan *reilun kaupan* budjettikohta *reilun kaupan* toiminnan tukemiseksi. Vaatimus toistettiin Euroopan parlamentin vuonna 1998 hyväksymässä *reilua kauppaa* koskevassa mietinnössä (edustaja Fassan esittelemä mietintö) ³, jossa tehtiin myös useita ehdotuksia, kuinka komissio voisi tulevaisuudessa tukea *reilua kauppaa*.

Poliitikkojen *reiluun kauppaan* osoittaman kiinnostuksen lisäksi myös kansalaisjärjestöt ja tukiryhmät ovat tuoneet *reilun kaupan* asiaa esille erityisesti banaanikaupassa. Sekä Euroopan parlamentti että ministerineuvosto ovat tiedustelleet komissiolta sen aikomuksia banaanien *reilun kaupan* tukemiseksi, ja komissio lupasi miettiä mahdollisia toimenpiteitä. EU:n ja AKT:n yhteinen edustajakokous antoi myös lokakuussa 1997 päätöslauselman, jossa vaadittiin komissiota toteuttamaan toimenpiteitä, joilla tuettaisiin niitä, jotka haluavat markkinoida *reilun kaupan* banaanuja EU:ssa.

4.3. Kuluttajien kiinnostus

Komission vuonna 1997 teettämässä Eurobarometri-tutkimuksessa osoitettiin kuluttajien olevan kiinnostuneita *reilun kaupan* tuotteista. Kaiken kaikkiaan 11 prosenttia EU:n väestöstä on jo ostanut *reilun kaupan* tuotteita, määrä vaihtelee suuresti eri jäsenvaltioittain, Portugalin ja Kreikan kolmesta prosentista Alankomaiden 49 prosenttiin.

Tutkimuksesta kävi myös ilmi, että lähes kolme neljännestä (74 %) EU:n väestöstä ilmoittaa olevansa valmis ostamaan *reilun kaupan* banaanuja, jos niitä olisi myynnissä rinnan ”tavanomaisten” banaanien kanssa. EU:n kuluttajista 37 prosenttia ilmoitti olevansa valmis maksamaan 10 prosentin lisähinnan tavanomaisiin banaaneihin verrattuna *reilua kauppaa* koskevien vaatimusten mukaisesti tuotetuista vastaavanlaatuisista banaanista.

Tutkimuksessa saatuja vastauksia analysoitaessa kävi ilmi, että ne, joilla on ennestään kokemusta *reilun kaupan* tuotteista, ovat valmiimpia ostamaan *reilun kaupan* banaanuja ja olisivat valmiit maksamaan niistä enemmän. Enemmän kuin yhdeksän kymmenestä *reilun kaupan* tuotteita ostaneesta kuluttajasta (93 %) olisi valmis ostamaan *reilun kaupan* banaanuja, ja seitsemän kymmenestä (70 %) maksaisi tavanomaisten banaanien hinnan vähintään 10 prosenttia ylittävän hinnan.

¹ EP asiakirja A3-0373/93, PE 206.396.

² CES 538/96 E/as.

³ EP asiakirja A4-0198/98 PE 225.945.

On myös selvää, että vähittäismyyjät ovat tiedostaneet kuluttajien vaatimukset, jotka koskevat niiden ostamien tavaroiden tuotanto-oloista annettavia takeita, ja alkaneet ottaa ne huomioon.

5. EU:N NYKYINEN TOIMINTA *REILUN KAUPAN* TUKEMISEKSI

5.1. *Reilun kaupan* järjestöille annettava rahoitustuki

Komissio on jo jossain määrin tukenut kansalaisjärjestöjen *reilun kaupan* toimintaa EU:ssa ja tuottajaryhmiä kehitysmaissa. Suurin osa tästä rahoituksesta on myönnetty budjettikohdasta B7-6000 ja vähäisempi määrä budjettikohdasta B7-6200. Nykyään *reilun kaupan* ja eettisen kaupan aloitteet kuuluvat samaan vaihtoehtoisen kaupan osastoon.

Toistaiseksi taloudellista tukea on myönnetty edellä mainituista budjettikohdista seuraaviin kohteisiin:

- *Reilu kauppa* -merkintöjen järjestöille tukemaan niiden uusien tuotantolinjojen edistämiseen tähtäävää toimintaa: tällaisia tuotteita ovat kahvi, kaakao, banaanit ja appelsiinimehu. Toiminta on käsittänyt pääasiassa kuluttajien *tietoisuutta* lisääviä kampanjoita ja valistustoimintaa. Nykyään komissio tukee kaikkien *reilu kauppa* -merkintöjen järjestöjen perustamista jäsenvaltioissa,
- Maailmankauppa-toimintaan, johon myönnettävä tuki vaihtelee eri järjestöjen tarpeiden mukaan. Useimmat näistä järjestöistä harjoittavat tavaroiden myyntiä, ja komissio tukee niiden kykyjen kasvattamista ja toiminnan edistämistä,
- EFTAlle sen neuvontatoimintaan, tutkimuksiin, tiedotukseen ja kampanjointiin.

Muutkin kansalaisjärjestöt, jotka eivät ole suoraan mukana *reilun kaupan* järjestöissä mutta saavat rahoitustukea, voivat harjoittaa *reilua kauppaa*.

Jäsenvaltioissa toteutettavan toiminnan lisäksi komissio on tukenut hankkeita kehitysmaissa.

Reiluun kauppaan ja eettiseen kauppaa liittyvien rahoitushakemusten määrä ja tällaisten hankkeiden osuus kokonaiskustannuksista on kasvanut jatkuvasti viime vuosina. Viimeksi kuluneina viitenä vuotena koulutuksen kehittämiseen on käytetty yhdeksän miljoonaa EUR. Vuonna 1997 komissio kohdensi 2 911 511 EUR budjettikohtaan B7-6000 15:n *reilu kauppa* -tiedotuskampanjan tukemiseksi. Vuodeksi 1998 ehdotettiin noin 3 700 000 EUR sekä *reilua kauppaa* että eettistä kauppaa koskeviin hankkeisiin.

Edellä mainittujen budjettikohtien kustannuksia koskevat arviot eivät kata kaikkea toimintaa, joka liittyy EU-kuluttajia koskevan *reilun kaupan* tuotteiden saatavuuden lisäämiseen. Esimerkiksi kun mainontaa, jonka tarkoituksena on lisätä kuluttajien yleistä tietoisuutta *reilusta kaupasta*, voidaan tukea, tuki ei saa liittyä yksittäisen *reilun kaupan* tuotteen myynnin edistämiseen. Tämä rajoittaa kansalaisjärjestöjen näistä budjettikohdista saamaa hyötyä silloin, kun ne haluavat tuoda uusia *reilun kaupan* tuotteita EU:n markkinoille, joilla myynnin edistäminen muodostaa suuren osan kokonaisbudjetista.

5.2. Muu rahoitustuki

Viimeisten neljän vuoden aikana tukea on annettu myös kolmelle yhteiskunnallisesti vastuuntuntoista kulutusta koskevalle hankkeelle, joihin kuuluu myös tiettyjä *reilua kauppaa* koskevia aloitteita. Näistä hankkeista kaksi on saatu päätökseen ja ne koskivat kuluttajien valvettavuuden lisäämistä. Kolmas hanke saadaan päätökseen vuoden 1999 aikana ja sen tarkoituksena on laatia kuluttajille "kestävän" ostamisen ohjeet. Näitä hankkeita on rahoitettu budjettikohdista B5-1000 ja B5-1050 ja niiden yhteissumma on lähes 140 000 EUR.

Budjettikohdassa B7-3000 komissio on kohdentanut 990 000 EUR ohjelmaan, jolla pyritään tarjoamaan Pakistanin mattoteollisuudessa työskenteleville lapsille ruokaa ja sairaanhoitoa sekä mahdollisuutta osa-aikaiseen opiskeluun. Lisäksi kolme miljoonaa euroa on varattu tulevaisuutta varten.

Lisäksi neljä miljoonaa EUR on varattu budjettikohdassa B7-7070 Nepalissa ja Intiassa toteutettaviin hankkeisiin.

Neuvosto antoi huhtikuussa 1999 neuvoston asetuksen tukijärjestelmän perustamisesta perinteisille AKT-maiden banaanien tuottajille. Asetukseen sisältyy maininta mahdollisuudesta rahoittaa *reilua kauppaa* koskevia aloitteita⁴.

5.3. Lainsäädäntö

Yhteisö on kestävän kehityksen saavuttamista koskevan tavoitteensa mukaisesti sitoutunut sisällyttämään ympäristönäkökohdat muihin politiikkoihin ja se myös painottaa enemmän kaupan globalistumisen yhteiskunnallisia näkökohtia. EU on ilmoittanut Kööpenhaminan huippukokouksessa kehitettyjen suuntaviivojen mukaisesti aikovansa painottaa enemmän kaupan globalisaatioon liittyviä sosiaalisia seikkoja. Unioni pyrkii yhdenmukaistamaan sosiaaliset ja ympäristön perusvaatimukset kaikkialla maailmassa.

EU on aloittanut näiden ajatusten toteuttamisen käytännössä liittämällä ulkomaankauppaa koskevaan lainsäädäntöön periaatteen, joka koskee kannustinpalkkioiden myöntämistä, kun sosiaalisia ja ympäristöä koskevia vähimmäisvaatimuksia noudatetaan.

Kehitysmaista peräisin oleviin tuotteisiin sovellettavassa EU:n yleisessä tullietuusjärjestelmässä (GSP), joka on perustettu neuvoston asetuksilla (EY) N:o 3281/94 (teollisuus) ja (EY) N:o 1256/96 (maatalous), määrätään erityisistä kannustusjärjestelyistä sellaisille maille myönnettävien lisätuoksien muodossa, joiden kansallisessa lainsäädännössä noudatetaan tiettyjä sosiaalisia ja ympäristöä koskevia vähimmäisvaatimuksia.

Komissio esitti edellä mainittujen asetusten mukaisesti kesäkuussa 1997 neuvostolle kertomuksen kansainvälisellä tasolla toteutetuista tutkimuksista, jotka koskevat kansainvälisen kaupan ja sosiaalisten vaatimusten ja ympäristön välisiä suhteita (asiak. KOM(97)260 lopullinen). Neuvoston kertomuksesta tekemän tarkastelun perusteella komissio teki lokakuussa 1997 ehdotuksen, jossa säädetään lisätullietuuksista sekä yksityiskohtaisista säännöistä siitä, kuinka työntekijöiden oikeuksia ja ympäristönsuojelua koskevia erityisiä kannustinjärjestelmiä voidaan soveltaa. Neuvosto antoi 25. toukokuuta 1998 asetuksen (EY) No 1154/98 kyseisten erityisten kannustinjärjestelmien täytäntöönpanosta.

⁴ Asetus (EY) N:o 856/1999, 22.4.1999, EYVL L 108, 27.4.1999, s. 2.

Päästäkseen osalliseksi sosiaalisesta kannustinmenettelystä maan on noudatettava järjestäytymisoikeuden ja kollektiivisen neuvottelu-oikeuden periaatteiden soveltamista koskevilla ILO:n yleissopimuksissa nro 87 ja nro 98 sekä työhön pääsemiseksi vaadittavaa vähimmäisikää koskevassa ILO:n yleissopimuksessa nro 138 vahvistettuja standardeja.

Neuvosto jatkoi joulukuussa 1998 yleisen tullietuusjärjestelmän, yleiset ja erityiset kannustinjärjestelyt mukaan luettuina, voimassaoloa toiseksi kolmivuotiskaudeksi, joka päättyy 31. joulukuuta 2001⁵.

Ympäristöön liittyvät menettelyt koskevat maita, jotka noudattavat Kansainvälisen trooppisen puun kauppajärjestön (ITTO) vaatimuksia. Tämän vuoksi niitä voidaan soveltaa ainoastaan trooppisesta puusta valmistettuihin teollisuustuotteisiin ja ITTO:n standardien mukaisesti trooppisissa metsissä tuotettuihin maataloustuotteisiin. Tällä hetkellä kyseiset standardit ovat ainoat kansainvälisesti tunnustetut ympäristöstandardit tällä alalla.

5.4. Muu liitännäistoiminta, eettinen kauppa/käytännestännöt

New Economics Foundation teki komissiolle tutkimuksen sosiaalisten merkintöjen käyttämisestä keinona välittää tietoa eettisestä kaupasta⁶. Tutkimuksen tulokset julkaistiin marraskuussa 1998. Tutkimuksessa tarkasteltiin useita käytössä olevia sosiaalisten merkintöjen tyyppejä yksittäisten valmistajien oma-aloitteisista omia tavaramerkkejä koskevista hakemuksista yleisesti hyväksyttyihin merkintöihin, joita ovat *reilun kaupan* merkinnät, ja hallitusten hyväksymät tai julkisesti hyväksytyt merkinnät, kuten EU:n ympäristömerkki, vaikka se ei olekaan sosiaalinen merkintä. Siinä hahmoteltiin myös merkinnän tehokkuutta koskevat edellytykset, kuten sen selvyys, luotettavuus ja vaikutukseen liittyvät seikat. Tutkimuksen tulosten mukaan sosiaaliset merkinnät ovat yksi mahdollinen tapa välittää myönteisiä yhteiskunnallisia muutoksia markkinoiden kautta, ja olisi suositeltavampaa lähestyä eettistä kauppaa kokonaisvaltaisesti kuin ainoastaan tai ei lainkaan sosiaalisten merkintöjen kehittämiseen keskittyneen julkisen politiikan kautta. Tuloksissa painotetaan, että EY:n kannattaa tukea sosiaalisia merkintöjä erityisesti silloin, kun ne lisäävät kansalaisyhteiskunnan tietoisuutta niihin liittyvistä aiheista.

Liike-elämä, erityisesti tekstiilien, vaatteiden, jalkineiden, urheilutarvikkeiden ja lelujen valmistajat sekä myös raaka-aineiden tuottajat tiedostavat yhä paremmin nämä asiat, ja monet niistä ovat jo ottaneet käyttöön omat käytännestännönsä.

Muihin Euroopassa vuodesta 1995 toteutettuihin aloitteisiin kuuluvat yhteiset julkilausumat ja käytännestännöt, jotka koskevat tärkeimpiä työhön liittyviä vaatimuksia (kauppa, tekstiili-vaatetus- ja jalkineala)⁷, joita työmarkkinaosapuolet ovat esittäneet alakohtaisissa työmarkkinaneuvotteluissa. Lisäksi EU järjesti Brysselissä yhteisen seminaarin käytännestännöistä ja työhön liittyvistä vaatimuksista Yhdysvaltojen työministeriön kanssa

⁵ Asetus (EY) N:o 2820/98, 21.12.1998, EYVL L 357, 30.12.1998, s. 1.

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

⁷ 1995: Euroopan jalkine- ja tekstiiliteollisuuden työmarkkinaosapuolten, Euroopan yhteisöjen komission ja FSE: THC:n peruskirja (1995) lapsityövoimasta. Peruskirjaa päivitettiin vuonna 1997 ja Euroopan jalkineiden vähittäiskauppaliiton (CEDDEC) ja EuroFiet'n suostumuksella se laajennettiin koskemaan jalkineiden vähittäismyyntialaa vuodesta 1998 alkaen.

1996: Kaupan työmarkkinaosapuolten yhteinen julistus lapsityövoimasta, EuroCommerce ja EuroFiet.

1997: Tekstiili- ja vaatetusalan työmarkkinaosapuolten toimintasäännöt (Euratex ja ETUF: TLC), joihin sisältyy kuusi ILO:n tärkeitä työntekijöitä koskevaa yleissopimusta.

20. helmikuuta 1998. Yhdysvaltojen työministeriö järjesti seurantakokouksen Washington D.C:ssä 10.–11. joulukuuta 1998.

Komission 25. marraskuuta 1998 järjestämässä seminaarissa korostettiin tarvetta seurata käytäntöjen noudattamista, ottaa mukaan toimintaan kaikki, joita asia koskee, ja käytäntöjä koskevien tärkeimpien vaatimusten laatimista. Euroopan parlamentin kehitys- ja yhteistyövaliokunta kehotti myös mietintöluonnoksessaan "Kehitysmaissa toimiviin eurooppalaisiin yrityksiin sovellettavat eurooppalaiset kriteerit: eurooppalaiset käytäntö" (edustaja Howittin esittelemä mietintö) komissiota harkitsemaan Euroopan seurantafoorumin perustamista. Kertomuksessa ehdotettiin myös, että Euroopan parlamentin olisi toimittava väliaikaisena foorumina. Ulkosuhteiden valiokunta kehotti myös komissiota kehittämään eurooppalaisten käytäntöjen mallin (edustaja Sainjonin esittelemä mietintö). Euroopan parlamentti hyväksyi edustaja Sainjonin mietinnön 13. tammikuuta 1999 ja Howittin mietinnön - tietyin muutoksin ja tarkastuksin - 15. tammikuuta 1999.

6. REILU KAUPPA, WTO JA MAAILMANKAUPAN KASVU

Kaupan erittäin tärkeä merkitys hyvinvoinnin rakentamisessa on tunnustettu jo kauan. Kaupan kasvulla lisätään kokonaishyvinvointia, ja maailman kauppaa käyvät kansakunnat ovat jo vuosikausia kannustaneet kokonaiskaupan kasvattamista ja kaupan esteiden poistamista. Tämän avulla esim. monet pienituloiset maat ovat pystyneet kehittämään talouttaan hyvin nopeasti melko lyhyessä ajassa. Monenvälisen kauppajärjestelmän nimenomaisena tarkoituksena on varmistaa, että markkinoiden vapautumisesta saatavat hyödyt koituvat maiden eduksi kehityksen alkuvaiheissa.

Tämä peräkkäisillä GATT-kierroksilla käyty kaupan esteiden purkamisprosessi huipentui vuonna 1995 Maailman kauppajärjestön WTO:n perustamiseen, jonka tavoitteena on mm:

... «kohentaa elintasoja, varmistaa täystyöllisyys ... siten, että maailman resursseja käytetään optimaalisesti kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti ja ympäristöä pyritään suojaamaan ja säilyttämään eri talouden tasoilla olevien maiden tarpeiden mukaisesti;

tunnustaa, että myönteiset pyrkimykset ovat tarpeen sen varmistamiseksi, että kehitysmaat ja erityisesti kaikkein alikehittyneimmät maat saavat talouden kehitystarpeittensa mukaisen osan maailmankaupan kasvusta.»

Komissio on sitoutunut täysimääräisesti WTO:n päämääriin ja tavoitteisiin. Avoimemmalla monenvälisellä kaupalla luodaan puitteet, joissa eri maat ja niiden asukkaat voivat lisätä vaurauttaan ja hyvinvointiaan.

Vapaampaa kauppajärjestelmää perustettaessa ilmeni huolestuneisuutta siitä, kykenisivätkö tietyt kehitysmaat täysin hyötymään avoimemmasta kauppaympäristöstä. Tämän vuoksi WTO:n perustana olevan Marrakechin julkilausuman allekirjoittajat ilmoittivat aikomuksestaan jatkaa vähiten kehittyneiden maiden kaupankäynnin ja investointien laajenemisen avustamista ja helpottamista ja Uruguayn kierroksesta herkimmillä talouksille aiheutuvien vaikutusten seuraamista.

Reilun kaupan aloitteiden tärkeimpänä perustana on antaa kehitysmaiden tuottajille mahdollisuus hyötyä kokonaiskaupan tarjoamista mahdollisuuksista.

Reilun kaupan aloitteet toimivat vapaaehtoisuuden pohjalta. Kuluttajat luovat *reilun kaupan* tuotteiden kysyntää ostomieltyyksillään, ja tuottajat ja myyjät, jotka haluavat olla mukana

reilussa kaupassa, tarjoavat tuotteita, jotka täyttävät nämä kuluttajien vaatimukset ja noudattavat *reilun kaupan* edellytyksiä, jotka hyödyttävät raaka-aineiden tuottajia.

Reilun kaupan aloitteet pysyvät yksityisinä ja toimivat vapaaehtoisen osallistumisen kautta, ja *reilu kauppa* vastaa syrjinnästä vapaata monenvälistä kauppajärjestelmää, se ei aiheuta tuontirajoituksia tai muita protektionismin muotoja. *Reilun kaupan* aloitteet voivat toimia markkinajärjestelynä, joka tarjoaa enemmän valinnan mahdollisuuksia sekä tuottajille että kuluttajille, koska niiden menestys, erityisesti tärkeimmissä kaupoissa myytävien *reilu kauppa* -merkinnällä varustettujen tuotteiden menestys, on riippuvainen markkinoilla vallitsevasta kysynnästä.

Jos hallitukset kuitenkin joutuisivat ottamaan käyttöön *reilun kaupan* käsitteisiin perustuvia sääntelymenetelmiä, niiden olisi otettava huomioon WTO-velvoitteet, jotta varmistettaisiin tällaisten suunnitelmien toiminnan avoimuus ja syrjimättömyys.

Lähiaikoina aloitetaan WTO:ssa uusi kauppaneuvottelukierros. Yhteisö kannattaa kattavaa kierrosta, jolla on kaikkia WTO:n jäseniä kiinnostava laaja ja tasapainoinen asialista. Eräs tärkeä EU:n tavoite on pyrkiä vapauttamaan kauppaa siten, että se tapahtuu täysin kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti ja vaikuttaa sosiaalisten standardien paranemiseen ja maailmanlaajuiseen ympäristönsuojeluun.

7. SEIKAT, JOTKA ON OTETTAVA HUOMIOON HARKITTAESSA EU:N LISÄTUKEA REILUN KAUPAN TOIMENPITEILLE

• Reilun kaupan lisääntyminen

Vaikka *reilun kaupan* liike järjestäytyy nykyään FINE:n alaisuuteen, *reilun kaupan* aloitteita kehitetään edelleen eri tasoilla. Kuitenkin myös yksittäisten, näihin järjestöihin kuulumattomien yhtiöitten määrä kasvaa; ne soveltavat *reilua kauppaa* itsenäisesti taikka yksittäisen yrityksen tai yritysryhmän toimintasääntöihin perustuen. *Reilun kaupan* ja eettisen kaupan tarpeiden kehitystä on käsiteltävä yhtenäisesti.

• Määritelmä

Jotkut *reilun kaupan* vaikeuksista johtuvat siitä, ettei tätä kauppaa toistaiseksi ole määritelty lainsäädännössä, joten sitä on helppo käyttää väärin. Lisäksi FINE hyväksyi yhtenäisen määritelmän vastaa vuoden 1999 keskivaiheille. *Reilun kaupan* tuotteiden tunnistamista varten ei myöskään ole yhtenäistä merkintää tai tunnusta.

• Perusteet

Reilun kaupan tuotteiden perusteet vaihtelevat tuotteiden, järjestöjen ja yritysten välillä. *Reilun kaupan* liike, erityisesti FINE, on alkanut itse kehittää yhteisiä perusteita. Edustaja Fassan esittelemässä mietinnössä ehdotettiin myös vähimmäisperusteita *reilulle kaupalle*. *Reilun kaupan* hakemusten ja merkintöjen monikertaistuttua eri osapuolten olisi sovittava suuntaviivat *reilun kaupan* perusteille. Perusteiden olisi estettävä harhaanjohtavat ja perusteettomat hakemukset ja merkinnät sekä helpotettava pienten tuottajien osallistumista.

Ensinnäkin olisi kiinnitettävä huomiota kansalaisjärjestöjen tukemiseen, jotta ne

pystyisivät osallistumaan *reilun kaupan* merkintöjä myöntävien järjestöjen valmiuksien kehittämiseen siten, että merkinnät myönnettäisiin avoimesti ja niiden noudattaminen voitaisiin tämän jälkeen tarkastaa.

- **Kuluttajien valinta: perusteet ja seuranta**

On välttämätöntä, että *reilun kaupan* merkintöjen ja hakemusten osalta saavutetaan kehitysmaiden tuottajia koskevat tavoitteet ja että kuluttajat pystyvät tekemään valintansa oikean informaation perusteella. Tämän vuoksi joko *reilun kaupan* järjestöjen itse, riippumattomien elinten tai muiden on tutkittava ja tarkastettava, kuinka tällaiset hakemukset ja merkinnät vahvistetaan, tarkastetaan ja kuinka niitä valvotaan. Lisäksi on mietittävä, kuinka hakemusten ja merkintöjen seurantaa, tarkastamista ja valvontaa voitaisiin parantaa ottaen huomioon *reilun kaupan* tuotteiden kustannukset ja hyödyt ja erityisesti niiden kilpailukyky. Esimerkiksi harhaanjohtavasta mainonnasta annettua direktiiviä⁸ voitaisiin käyttää jälkitarkastuksen ja -valvonnan välineenä riittävän kuluttajansuojan varmistamiseksi. Olisi myös harkittava itsenäisen ja ulkoisen seuranta- tai lupajärjestelmän perustamista.

- **Kuluttajavalistus**

Jotta *reilun kaupan* aloitteita voitaisiin kehittää edelleen, kuluttajille olisi tiedotettava paremmin *reilun kaupan* tuotteiden saatavuudesta ja *reilun kaupan* merkintöjen merkityksestä.

- **Vapaaehtoinen osallistuminen**

Reilun kaupan toimintaan osallistumisen on perustuttava edelleen vapaaehtoisuuteen.

- **WTO:n vaatimusten noudattaminen**

Kun yhteisö harkitsee *reilun kaupan* lisätukia ja -toimia, sen on otettava huomioon WTO-velvoitteensa. *Reilun kaupan* suunnitelmien olisi piristettävä kauppaa myönteisesti ja vapaaehtoisesti ja parannettava sekä yhteiskunnallisia että ympäristöön liittyviä edellytyksiä kestävä kehityksen periaatteiden hyväksi.

- ***Reilun kaupan* liikkeen kanssa käytävä vuoropuhelu**

Olisi harkittava muodollisen foorumin perustamista *reilun kaupan* liikkeen kanssa käytävälle vuoropuhelulle, jossa käsiteltäisiin tässä tiedonannossa esitettyjä aiheita ja *reilun kaupan* kehittämiselle annettavaa EU:n tukea.

⁸ Harhaanjohtavaa mainontaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä 10 päivänä syyskuuta 1984 annettu neuvoston direktiivi 84/450/ETY, EYVL L 250, 19.9.1984.