

4.2 Az EGSZB üdvözlöi a rendeletjavaslatban foglalt előremutató módosításokat, meglátása szerint azonban ezek nem elegendőek ahhoz, hogy az EUSZA-ban rejelő, a megfelelő intézkedések meghozatalához szükséges összes lehetőséget és kapacitást ki lehessen aknázni.

4.3 Az EGSZB úgy véli, hogy az Európai Bizottság javaslata három szempontból szorul módosításra annak érdekében, hogy jobban összhangban álljon a valós követelményekkel:

- a) ki kellene terjeszteni a hatályát egyéb katasztrófák, különösen az aszályok esetére;
- b) a kár mértékére vonatkozó küszöbértékeket lejjebb kellene szállítani (túl magasak, és a közelmúltban bekövetkezett katasztrófák nagy részét nem fedik), és/vagy nagyobb mozgásteret kellene adni az Európai Bizottságnak, hogy elis-

merhesse a súlyos regionális következményekkel járó katasztrófákat;

- c) rugalmasabban kellene kezelni a támogatható kiadások típusait új, átfogóbb feltételek bevezetése révén, amelyek lefednék az Európai Bizottság által a „támogatható műveletekről” összeállított listából kimaradó egyéb jelentős költségeket.

4.4 Annak érdekében, hogy a már felismert problémákra megoldást találjunk, saját kezdeményezésű véleményt is lehetne kiadni a közeljövőben a Szolidaritási Alap elveinek és működésének értékeléséről, illetve arra vonatkozóan, hogy az alap mennyire képes megfelelni az EU tagállamai és régiói szükségleteinek.

Brüsszel, 2005. október 27.

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság

elnöke

Anne-Marie SIGMUND

### **Európai Gazdasági és Szociális Bizottság vélemény Tárgy: „Etikus kereskedelem és fogyasztóiganciació-rendszerek”**

(2006/C 28/15)

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság az EU következő, nagy-britanniai elnökségétől 2005 februárjában kapott felkérést elfogadva 2005. február 8-án úgy döntött, hogy feltáró véleményt készít a következő tárgyban: „Etikus kereskedelem és fogyasztóiganciació-rendszerek”

Az EGSZB idevonatkozó munkájának előkészítésével megbízott „Külkapcsolatok” szekció véleményét 2005. október 10-én elfogadta.

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság 2005. október 26–27-én tartott 421. plenáris ülésén (az október 27-i ülésnapon) 75 szavazattal 12 ellenében, 10 tartózkodás mellett elfogadta az alábbi véleményt:

#### **Vezetői összefoglaló**

1. Az etikus kereskedelem (a vélemény által meghatározott különböző formáiban) <sup>(1)</sup> jelentős mértékben hozzájárulhat a fenntartható fejlődéshez és a fogyasztóknak a globalizációra adott pozitív és támogatást kifejező válasz melletti közvetlen elkötelezettségéhez.

2. Tudásalapú rendszerek összességének alkalmazásával tájékoztatást nyújthat az áruk és szolgáltatások kínálójának és termelőjének egyaránt, valamint ösztönözheti a piacorientált fellépést és a fogyasztói reakciókat. Európa globális vezető szerepet tölthet be ezen a területen. Ez a tevékenység összhangban van a lisszaboni stratégiával, és ezzel egyidejűleg hozzájárul a millenniumi fejlesztési célok eléréséhez.

<sup>(1)</sup> Mivel a véleményben szereplő fogalmak esetleg különféleképpen értelmezhetők, a legfontosabb kifejezésekhez a 9. pontban definíció is található.

3. Az egyre szaporodó fogyasztóiganciació-rendszerek az etikai, szociális és környezeti garanciák sorát törekszenek biztosítani. Legtöbbjük az adott termékkel összefüggő egyetlen vagy néhány konkrét kérdést érint, mint például a tisztességes kereskedelmet, a biotermelést, a fenntartható erdőket, a környezeti hatásokat, a gyermekmunkát vagy az állatjólétet.

4. A vélemény kritikusan tárja fel az ilyen rendszerek eredményességéhez szükséges követelményeket, a politika közösségi meghatározásának helytállóságát, valamint a pontosítás és koordináció sürgős igényét. Az uniós intézmények, a tagállamok, valamint a regionális/helyi közösségek és önkormányzatok által megtehető gyakorlati lépéseket javasol a kezdeményezések megszilárdítása, támogatása és megerősítése végett.

5. A jelen vélemény emellett olyan politikai keretre tesz javaslatot, amely segítséget nyújt a különböző EU-intézményeknek és az etikus kereskedelmi kezdeményezések széles körének abban, hogy feltegyék ugyanazokat a kérdéseket a

hatás biztosításáról és kimutatásáról, és megosszák tapasztalataikat arról, hogy e kérdések miként válaszolhatók meg. Ez hozzá fog járulni az eredményesség fokozásához, és minimálisra fogja csökkenteni a nyomon követést szolgáló erőfeszítések felesleges ismétlését és pazarlását.

6. Egy ilyen keret intelligens alapot nyújthat a fogyasztóiganciarrendszer más, hasonló célokat szolgáló politikai eszközökkel történő összehasonlításához, és megmutathatja az EU-intézményeknek és a tagállamoknak a helyes utat a politikai koherencia felé, valamint gyakorlati eszközt kínálhat a források befektetésének értékeléséhez.

7. A vélemény kidolgozása messze nyúló érdeklődést és részvételt eredményezett az Európai Bizottságban, valamint a főbb kereskedelmi érdekköröknél és a nem kormányzati szervezetek körében. Az EGSZB további gyakorlati tevékenységeken keresztül ösztönözni fogja:

- az érintettek párbeszédének gyakorlati megkönnyítését 2006-ban egy közös etikus kereskedelmi hatásvizsgálati/minőségi garanciakeret kidolgozása érdekében;
- az érintettek párbeszédének gyakorlati megkönnyítését 2006-ban, hogy előkészítsék az EU részvételét az ISO 26000 munkájában, és az EGSZB részvételét a társadalmi felelősség konkrét alkalmazásáról szóló ISO 26000 szabvány kidolgozásában;
- a fogyasztói tudatosságot elősegítő programot, amely gyermekkorban, az oktatási rendszer kereteiben történő oktatással kezdődik, majd élethosszig tartó tanulássá alakul, melynek témája, hogy a fogyasztóknak a tájékozott vásárlás révén milyen lehetőségeik vannak arra, hogy a szociális és környezetvédelmi kérdések alakulását befolyásolják.

## 1. Bevezetés

1.1 2005 februárjában az Egyesült Királyság kormánya felkérte az EGSZB-t, hogy az Európai Unió Tanácsában 2005 júliusától 2005 decemberéig betöltendő elnökségével összefüggésben készítsen feltáró véleményt az etikus kereskedelemről és a fogyasztóiganciarrendszerekről, és járuljon hozzá a fenntartható fejlődés céljához kapcsolódó kezdeményezésekhez. Az „etikus kereskedelem” különböző formái számos közelmúltbeli EGSZB-veleményben szerepeltek, elsősorban a fenntartható fejlődéssel (CESE 661/2004), illetve a vállalatok szociális felelősségével (CESE 355/2002) összefüggésben. A tisztességes kereskedelem (fair trade) hosszú ideje – 1996<sup>(2)</sup>-os véleménye óta – fontos kérdés az EGSZB számára. Üdvözöljük tehát ezt a további lehetőséget, hogy konkrétan foglalkozhatunk a témával.

1.2 A kereskedelem rendszerint gazdasági növekedést, vagyongyarapodást indukál, és szociális esélyeket teremt, ám eközben emberi tőkét és egyéb erőforrásokat használhat fel, és

<sup>(2)</sup> A „fair trade” jelzést szorgalmazó európai mozgalom, EXT/134, 1996. április.

kihathat a környezetre. Az „etikus kereskedelem” esetleg lehetőségeket kínál e feszültségek némelyikének feloldására. Annak, hogy a fogyasztók vásárlóerejüket mire fordítják, jelentős hatásai lehetnek: a cégek igen érzékenyek a fogyasztói igények változásaira, és igyekeznek minimálisra csökkenteni annak lehetőségét, hogy hírnevükön csorba essék. Az „etikus kereskedelem” pozitív hatása jelentős lehet. A világ 100 legnagyobb gazdasági egysége közül 51 vállalat, 49 pedig ország.<sup>(3)</sup> 2003-ban az országok közötti kereskedelem volumene – az utóbbi több mint 20 évben évi 6%-nál is gyorsabban növekedve – meghaladta a 9,1 billió dollárt, a világ GDP-jének mintegy 25%-át.<sup>(4)</sup> Az „etikus kereskedelem” abszolút mértéke nehezen mérhető, de a szociális és környezetvédelmi auditrendszerekben részt vevő vállalatok által eladott áruk és szolgáltatások alapján felbecsülhető. Ez alapján az érték a teljes világkereskedelem 5-7%-ára tehető.

1.3 A gazdaság globalizációja, a fogyasztói társadalom világméretű szerepe és a transznacionális vállalatok növekvő befolyása vitákat gerjesztett az „etikus kereskedelem”-ről, felkeltve a nagyobb szociális és környezeti felelősség igényét a kereskedelmi láncban részt vevők oldaláról, illetve az összehangoltabb országos és nemzetközi szabályozórendszer révén. Ez az irányzat az „etikus kereskedelem” mérésére tett, különféle módszerekkel történő próbálkozások során gyorsan megerősödött.

1.4 Az „etikus kereskedelem” az EU stratégiai érdekei szempontjából közvetlen jelentőséggel bír. A lisszaboni stratégia fontos eleme, hogy a versenyképesség alapjainak biztosítása érdekében nagy hangsúlyt fektet a tudásalapú gazdaságra. Az „etikus kereskedelem” az áruk és szolgáltatások kínálójának és termelőjének tájékoztatására, valamint a piacorientált akciók és fogyasztói reakciók ösztönzésére szolgáló tudásalapú rendszerek összességén alapszik. Európa világméretben is vezető szerepet tölt be az „etikus kereskedelmi” kezdeményezésekben, és e pozíciójának megerősítésével egyidejűleg a millenniumi fejlesztési célokhoz is hozzá fog járulni. A jelenlegi, hatodik környezetvédelmi cselekvési program<sup>(5)</sup> emellett kiemeli a környezeti hatások minimalizálására irányuló specifikus céloknak megfelelő termékek és szolgáltatások fontos szerepét.

1.5 Az „etikus kereskedelem” ösztönzését szolgáló különféle új stratégiákban és kezdeményezésekben a nem kötelező erejű megközelítés és a fogyasztók, illetve befektetők kezében lévő hatalom felismerése a közös, a vállalatok nagyobb társadalmi felelősségét (VTF) célul kitűző mozgalmakhoz pedig módszereik és elemzéseik jelentős részének azonossága, illetve egymást kiegészítő jellege révén kapcsolódnak. Az Európai Bizottság 2002 júliusában új iránymutatásokat fogadott el a VTF ösztönzésére, és hamarosan közlése egy „Stratégia a VTF ösztönzésére és fejlesztésére az Európai Unióban” című dokumentumot.

<sup>(3)</sup> „Top 200: The Rise of Corporate Global Power.” (Top 200: A vállalatok globális hatalmának növekedése) Unit for Policy Analysis, Studies & Inter-institutional Legislative Planning (A vállalatok forgalmának és az országok GDP-jének felmérése)

<sup>(4)</sup> WTO kereskedelmi statisztika, 2004. április

<sup>(5)</sup> COM(2001) 31

1.6 Az EGSZB „A vállalkozások társadalmi felelősségének vizsgálatához és méréséhez szükséges eszközök a globalizálódott gazdaságban” című, nemrég készített saját kezdeményezésű véleménye behatóan foglalkozott ezzel a konkrét területtel. (6)

1.7 A jelen vélemény közös alapról kiindulva, más oldalról egészíti ezt ki, ezáltal elismeri, hogy széles körben elfogadott nemzetközi etikai keretrendszerek léteznek vagy állnak kidolgozás alatt a transznacionális üzleti életben, a nemzetközi fejlesztések, a környezetvédelem, a korrupció elleni harc, a külügyek, a munkaügyi kérdések és az emberi jogok terén. Ezek a humanitárius etika és a nemzetközi jog kombinációján alapulnak.

1.8 Ezek nemzetközi szinten mércét nyújtó normákban öltönek testet, például a multinacionális vállalatokra és a szociálpolitikára vonatkozó, ILO által kibocsátott alapelvek tripartit nyilatkozatában, az ILO Alapelvek és Jogok nyilatkozatában, illetve a foglalkoztatás feltételeiről és munkajogokról szóló egyezményekben, az OECD multinacionális cégekre vonatkozó irányelveiben, az ENSZ Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozatában, valamint a GSP+ intézkedésekkel kapcsolatban felsorolt egyezményekben (lásd az 1. függelék).

1.9 A vállalatok társadalmi felelősségének ösztönzése, például az Európai Bizottság által támogatott Érdekelte Felek Fóruma („Multi-stakeholder Forum”) (7), valamint az Egyesült Királyság kormányának Etikus Kereskedelmi Kezdeményezése (Ethical Trading Initiative) (8) szerepet játszottak a fogyasztók bevonása piaci kereteinek további kiépítésében. Az ilyen és hasonló kezdeményezések révén kialakulóban lévő elgondolások és eszközök egyre inkább gyakorlatias, elégséges konszenzust nyújtanak a termelés és az ellátási láncok terén.

1.10 A VTF a szállítóktól kiinduló folyamatokra koncentrált, míg az „etikus kereskedelem” szélesebb körű, és a fogyasztóktól kiinduló kezdeményezéseket is magában foglalja. Főként a kiskereskedők fejlesztettek ki programokat az ellátási lánc auditálására (9), melyek közül néhányat a nem kormányzati szervezetek és a szakszervezetek is támogatnak. Némely nem kormányzati szervezet a független termékcímkézést is támogatta. Ezek a kezdeményezések felhívják a termelők, illetve a fogyasztók figyelmét a piac szociális vetületére, és utat kínálhatnak a vásárlóerő révén megvalósítandó erkölcsi és szociális befolyásyagkorlásra.

1.11 A jelen vélemény elismeri, hogy nem minden fogyasztónak van meg a gazdasági lehetősége arra, hogy „etikus” termékeket válasszon, ezért arra összpontosít, hogy az „etikus” rendszerek támogatása mellett döntő fogyasztók miként biztosíthatók arról, hogy e rendszerek (és vállalatok) valóban azt szállítják, amit ígérnek, és nem ígérnek – kimondva vagy kimondatlanul – többet annál, mint amit szállítani tudnak. Behatóan foglalkozik azzal, hogy a tárgykör uniós politikájának meghatározása mennyire megfelelő; megvizsgálja a felelősségi

(6) „A vállalkozások társadalmi felelősségének vizsgálatához és méréséhez szükséges eszközök a globalizálódott gazdaságban”, SOC/192.

(7) Az „European Multistakeholder Forum on CSR” (Az érdekelte felek európai fóruma a VTF-ről) záró beszámolója, 2004. június.

(8) Vállalatok, nem kormányzati szervezetek és szakszervezetek szövetsége, amely támogatja és javítja a beszállítói lánc munkafeltételeire is kiterjedő vállalati magatartási szabályzatok bevezetését.

(9) Ilyen például a BSCI (www.bsci-eu.org) vagy az ICS (www.scd.asso.fr).

köröket, az összehangolás szükséges mértékét és az uniós intézmények, a tagállamok, valamint a regionális/helyi közösségek és önkormányzatok által megtehető lépéseket javasol.

1.12 E kezdeményezés eredményei más érdekelteknek is hasznára válnak majd. A szakszervezetek és tagjaik számára különösen érdekes annak biztosítása, hogy a munka méltóságát elismerő, tagjaik és más hátrányos helyzetű dolgozók munkakörülményeit javító garanciarendszereket megkülönböztessék azoktól, amelyek nem ilyenek. A cégek hasonlóképpen érdekeltek annak biztosításában, hogy a fogyasztók bizalma a jó minőségigazgarancia-rendszerek nyilvános támogatása révén fokozódjék. Bár az állami hatóságokat kötik az EU közbeszerzési rendeletei, közbeszerzési stratégiáikban mégis lehetnek a minőségi normákra vonatkozó kikötéseket az „etikus kereskedelem” alapján, ezáltal támogatva politikai célkitűzéseiket.

1.13 Ez hozzájárul az olyan garanciarendszerek fejlődéséhez, amelyek költség-haszon aránya kedvező, szociális és környezeti téren valódi javulást hoznak, a fogyasztók megelégedettségéhez vezetnek, és lehetővé teszik, hogy a felelős munkaadók objektív alapon kitűnjenek a többiek közül, akik fő szándéka az, hogy piaci előnyre tegyenek szert.

## 2. Terület

2.1 Az „etikus kereskedelem” fogalomkörébe számos olyan megközelítés tartozik, mely lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy figyelmet szenteljenek a termelés néhány szociális és környezeti költségének. Tekintve, hogy az egyes tagállamok eltérő jelentőséget tulajdonítanak e kérdéseknek, fontos, hogy világosan behatároljuk e vélemény érvényességi körét.

2.2 Míg a „VTF” azt jelenti, hogy a vállalat teljes tevékenységi körének negatív következményeit kezelni kell, és minimálisan kell csökkenteni, olyan kezdeményezések jól meghatározott köre alakult ki, amelyek a cégek beszerzési műveleteinek szociális, gazdasági és környezeti hatásait hivatottak nyomon követni, kezelni és javítani. Ezt nevezik **Etikus Kereskedelemnek**, és általában magában foglalja azokat az eszközöket is, melyekkel a cég javítja szállítóinak szociális és környezetvédelmi teljesítményét.

2.3 E széles kategórián belül megkülönböztetjük a kockázatkezelésre összpontosító kezdeményezéseket és azokat, amelyek célja a vállalat hírnevének javítása vagy piaci előny szerzése nyilvános állítások révén. Az **Etikus Kereskedelemmel** kapcsolatos legtöbb kezdeményezés alapvetően defenzív jellegű: olyan eszközökről van szó, amelyekkel a vállalatok megelőzhetik a médiában megjelenő negatív híreket és/vagy ilyen esetben hiteles, defenzív választ dolgozhatnak ki. Más kezdeményezések nyíltabban célozzák a piaci lehetőségek javítását azzal, hogy garanciát kínálnak vagy a nagyközönség, vagy más céges vevők számára.

2.4 Különbséget tehetünk emellett a főként garancia nyújtását célzó kezdeményezések, illetve az olyan kezdeményezések között, amelyek egy adott helyzet javításának szándékát is magukban foglalják. A kizárólag garancia nyújtását célzó rendszerek könnyen egyfajta „megfelelés-központú” mentalitáshoz vezetnek, melyet szankciók alkalmazása kísér. A javítást célzó kezdeményezések ezzel szemben kevésbé „megfelelésorientáltak”, és inkább a nem megfelelés mögött álló okokkal foglalkoznak. Az ellenőrzés igényénél itt rendszerint nagyobb súllyal esnek latba a hosszú távú kapcsolatok és vezetés.

2.5 S végül vannak olyan rendszerek, amelyek alapvetően a nagy tömeget képviselő átlaghoz kapcsolódnak, ellentétben azokkal, amelyek a fogyasztók azon kisebbségére épülnek, akik már módokat keresnek arra, hogy vásárlásaikkal kifejezzék, milyen szociális és környezetvédelmi értékeket vallanak. A javítást vagy a piaci előny biztosítását célzó rendszerek gyakran a fogyasztók azon hajlandóságára épülnek, hogy hajlandók többet fizetni egy termékért – vagy legalábbis demonstrálni, melyik terméket részesítik előnyben. Más rendszerek gyakran alacsonyabb költségűek, és a vállalat hírnevének biztosabb megővésével indokolt többletköltségeket az ellátási lánc nyeli el.

2.6 A jelen vélemény csak az olyan kezdeményezésekkel foglalkozik, amelyek azt kívánják garantálni a fogyasztók számára, hogy vásárlásuk meghatározott szociális vagy környezeti előnyöket eredményez. E rendszerek némely esetben termékalapú védjegy használatáról ismerhetők fel, és legtöbbjük az adott termékkel összefüggő egyetlen vagy néhány konkrét kérdést érint. Általánosan ismert példák: Fairtrade, Organic, Marine and Forest Stewardship, Eco-label, Child Labour. Más rendszereket adott esetben egy-egy vállalat vagy szakmai szövetség támogat, és azok esetleg nem alkalmaznak külső fél által biztosított „címkét”, hanem a csomagolás, az eladási hely vagy PR-anyagok révén teszik ismertté magukat a fogyasztók előtt.

2.7 Minden ilyen rendszerre nézve veszélyt jelent az, hogy ha egyes rendszerek túl sokat állítanak a hatásokról/előnyökről vagy félrevezetik a nagyközönséget, az valamennyi rendszert érintő, általános bizalomvesztéshez vezet. Ezért a fogyasztóiganciarendszerek hiteles minőségi értékelésére van szükség. Mivel a rendszerek igen változatos célokat tűzhetnek maguk elé, nem valósítható meg és nem is kívánatos az „etikus kereskedelem” központi meghatározása. Ehelyett egy magas szintű keretrendszerrel lehet szó, amely meghatározza, miként kell a minőséget értékelni. A kereteket egy, a kereskedelmi/operatív nyomásoktól mentes testületnek – például egy széles érdekeltségi kört magában foglaló csoportnak – kell meghatároznia.

2.8 Nem minden kezdeményezés alapul azonban ilyen konkrét célokon. A nagy-britanniai „Etikus Kereskedelmi Kezdeményezés” (Ethical Trading Initiative, ETI) például olyan civil társadalmi szervezetekre épül, amelyek egymással együttműködve igyekeznek feltárni, hogy az ilyen programok miként lehetnek hatékonyak, és segítségével hogyan érhető el a remélt eredmény. Noha az ETI nem a fenti értelemben vett „rendszer”, ismeretei haszonnal alkalmazhatók több kategóriát átfogó rendszerekre, és céges tagjai idővel a rendszerek szállítóivá vagy tagjaivá válhatnak.

2.9 A gyakorlatban a kategóriák közt nincsenek világos választóvonalak; a legtöbb rendszer saját állítása szerint a fenntartható fejlődés iránti tudatosság fejlesztéséhez és annak gyakorlati megvalósításához kíván hozzájárulni. A jelen vélemény azokra a rendszerekre összpontosít, amelyek céljaik elérése érdekében a tájékozott fogyasztók cselekvéseire építenek.

### 3. Az „etikus kereskedelem” jelentősége az EU szempontjából

3.1 Az európai polgárok haszonélvezői annak a védő és támogató szociális hálónak, amelyet a GDP átlagosan 40 %-ára rúgó szintű adókból finanszíroznak. Az EU-n belüli gyártás és szolgáltatás beágyazódik a munkaügyi, környezetvédelmi és szociális jogalkotás adta szabályozási keretbe, s ennek költségei beépülnek a gyártó által felszámított és a fogyasztó által fizetendő árba.

3.2 Miközben azonban ez az európai modell számos területen hozzájárult a jó normák széles körű eléréséhez, globális szinten a piac nagymértékben befolyásolja a legjobb gyakorlat elterjedését. Az ár és a minőség marad ugyan a fő szempont, de egyes fogyasztók növekvő hajlandóságot mutatnak arra, hogy olyan cégektől válasszanak termékeket és szolgáltatásokat, amelyek állításuk szerint a legnagyobb mértékben járulnak hozzá az előrelépéshez szociális és környezetvédelmi téren, akár az EU-ban, akár másutt, mindenekelőtt a kevésbé fejlett országokban. A megbízható, átlátható és hatékony garanciarendszerek a legjobb gyakorlat „jutalmazásával” kiegészíthetik a jogalkotást. A kereskedelem világában jelentős erővé kezd válni a szociális értékek által vezérelt fogyasztói erő, amely jutalmazza a fogyasztókat foglalkoztató kérdésekre megoldást találó cégeket, és lehetővé teszi, hogy a vállalatok viselkedése tükrözze a változó szociális-gazdasági értékeket. E téren – a gazdaság teljesítőképességének és a prioritásoknak megfelelően – persze vannak bizonyos különbségek az egyes tagállamok között.

3.3 Az ilyen fogyasztóiganciarendszerek nem kötelező jellege megkívánja, hogy a megvalósítás költségeit a fogyasztók vállalják, ezért a – piac működésén keresztül kifejezett – fogyasztói igény az, ami ösztönzi vagy fékezi a növekedést. Ez azt is jelenti, hogy a versenyszabályoknak és a WTO kereskedelmi szabályainak való megfelelést nem veszélyeztetik a jó gyakorlat előmozdítására irányuló erőfeszítések. Másrésztől viszont az önkéntes rendszerek nem helyettesítik azokat a WTO-n belüli, megfelelő szabályozási kereteket, amelyek az alapvető minimális normák betartását biztosítják az országok között létrejövő minden kereskedelmi kapcsolatban.

3.4 Az egyes tagállamok és az Európai Bizottság a jelenleg a piacon megtalálható garanciarendszerek közül többnek a kifejlesztését is támogatta pénzügyileg, potenciális környezeti és szociális hatásuk mellett azt is felismerve, hogy milyen szerepet játszhatnak a fogyasztók tudatosságának javításában és a fogyasztói attitűdök fejlődésében. Fontos, hogy az ilyen rendszerek értékét felmérjék – mind a kinyilvánított célok elérése, mind a költséghatékonyság szempontjából.

3.5 Ehhez hasonlóan az EU és a tagállamok pénzügyi támogatással és jogalkotással segítették az ilyen garanciarendszerekről gondoskodó gyártási szisztémákat. Felismerték, hogy a normák rögzítése és a gyártóknak való segítségnyújtás e normák elérésében a speciális európai megközelítés fontos oldala. A megfelelő csomagolás, az energiahatékonyság, az elhasznált termékek hulladékként való kezelése és a biogazdálkodás példái már mind meghonosodtak. Megjegyzendő, hogy az ilyen rendszerekre vonatkozó jogalkotást jól meghatározott önkéntes programok lebonyolításában szerzett kiterjedt gyakorlati tapasztalatok előzték meg.

3.6 Komoly figyelmet fordítottak arra, hogy milyen hatása van a tudásalapú gazdaságnak az európai gyártó- és szolgáltatóipar kínálati oldalának ellátására (technológia, élethosszig tartó tanulás, kutatás stb.), az azonban kevesebb figyelmet kapott, hogy ez mit jelent a gazdaság keresleti oldala szempontjából. Ha az európai fogyasztók a legjobban informáltak a világon, akkor minden bizonnyal a legválogatosabbak és legkörültekintőbbek is – tehát valószínűbb, hogy az ár és a minőség mint hagyományos elemek mellett egy sor szociális és környezetvédelmi tényezőre alapozva hozzák meg beszerzési döntéseiket. A termékcímkézéssel egyszerű módon bonyolult témakörökről lehet információt közölni. Az „etikus kereskedelem” kérdéseinek emögött rejlő komplexitása azonban új, a fenntartható fejlődés figyelembevételén alapuló megközelítést tesz szükségessé a fogyasztók oktatása és tájékoztatása terén.

3.7 A nemzetközi gazdaság alakulása – a globalizált, diverzifikált termelés és a fogyasztók számára rendelkezésre álló összehasonlítható adatok egyre szélesedő köre – új típusú piacok létrejöttéhez vezetnek. A fogyasztók egyre inkább olyan helyzetben vannak, hogy megkövetelhetik – és meg is kaphatják – a személyes preferenciáikhoz szabott árukat és szolgáltatásokat. E preferenciák köre kiszélesedett, s a hagyományos elemek (ár, jelleg és minőség) mellett ma már egy sor olyan szociális és környezetvédelmi értéket is magában foglal, amelynek egyik irányban a beszállítói láncra, másik irányban a használatra és később a hulladékként való kezelésre is kihatása van. Ennek az összetett megközelítésnek az ösztönzése nagyon is érdekében áll az üzlet és a munka európai világának, amelynek megfelelő helyzetben kell lennie ahhoz, hogy reagáljon. Szoros összhangban áll hatékony szabad piac igényeivel is, melyben a fogyasztóknak megvan az információjuk és a tudatosságuk az igények hatékony kifejezéséhez. Ezen ismeretek nélkül torzulások lépnek fel a piacon, melyek folytán a szociális és környezetvédelmi költségek hatékony felosztása, illetve viselése nem történik meg.

3.8 Mindazonáltal látható, hogy a 25 tagállam fogyasztóinak sokfajta és eltérő szempontjai és prioritásai vannak. Különösen az új tagállamokban foglalkoztatja a fogyasztókat indokoltan jelentős mértékben a termékek minőségének, biztonságának és értékének kérdése, mivel e téren még biztosítani kell néhány alapvető garanciát ezen országok némelyikében. Az EGSZB ismét kiemeli az etikai garanciarendszerek nem kötelező jellegét, ami lehetővé teszi, hogy azokat összhangba hozzák a fogyasztók prioritásaival.

#### 4. Európai kezdeményezések az „etikus kereskedelem” érdekében

4.1 Több olyan rendszer van (a példákat lásd a 2.6. pontban), amely a vállalatok hírnevének javítása, a telephelyek ellenőrzése és tanúsítása vagy speciális termékcímkézés révén garanciát nyújt a fogyasztók számára Európában és nemzetközileg. Mindegyikük jelentős kiadást jelent, mind a szükséges normák elérése, mind a megfelelés dokumentálása és garantálása terén; e költségeket általában a haladáshoz szociális és környezetvédelmi téren hozzájárulni kívánó fogyasztók viselik, a termék árazása révén. Ezekről a rendszerekről nehéz átfogó információt kapni, mivel jelenleg nincs elszámoló szerv, kereskedelmi szövetség vagy elfogadott hivatkozási alap. Arra azonban következtetni lehet, hogy a 25 tagállamban összesen 100-nál több címkealapú fogyasztógarancia-rendszer van a piacon, s becsült forgalmuk meghaladja a 20 milliárd eurót.

4.2 Mindegyik rendszernek megvannak a saját fejlesztési mechanizmusai, amelyek biztosítják, hogy a normákat a valóságban is betartsák. Kezdeményezések vannak folyamatban több rendszert átfogó közös megközelítések kidolgozására a garanciák e szintje tekintetében. A megközelítések e koherenciája egymással összevethető minőségirányítási rendszereket, továbbá nagyobb hatékonyságot és más megtakarításokat eredményezhet – és kell is eredményeznie –, amelyből mindegyik fél profitál.

4.3 Ugyancsak szükség van arra, hogy közös megközelítéseket dolgozzanak ki és fogadjanak el a hatások nyomon követésére, mivel a normák betartásának garantálása önmagában még nem biztosítja, hogy javítások történjenek, sem egy-egy helyen, sem pedig általában. A minimális munkaiügyi normák betartása például igen könnyen elérhető azon szállítók előzetes kiválogatásával, amelyek már megfelelnek a normának, vagy pedig a normának nem megfelelő telephelyektől a minősítés megvonásával. Noha ez technikai szinten megfelel a normának, és garanciát nyújthat a fogyasztók számára, valójában leszállíthatja az általános normákat azzal, hogy még hátrányosabb helyzetbe hozza a gyenge termelőket.

4.4 A független fél által figyelemmel kísért garanciarendszerek közül sok (de nem az összes) közös megközelítéseket fejleszt ki a saját normáinak való megfelelés demonstrálására. Például a Nemzetközi Szociális és Környezetvédelmi Akkreditációs és Címkézési Szövetség (ISEAL) közös megközelítéseket fejleszt ki tagjai számára a minőség kérdését illetően. Hasonlóan koherens munkára van szükség a fogyasztógarancia-rendszerek teljes skálájában annak biztosítására, hogy a normák az elérni kívánt eredményhez vezessenek. Ennek hatásvizsgálat formáját kell öltenie. A hatás felmérésének közös megközelítése – azaz, hogy a hatás mennyire tükrözi a fogyasztók értékelését és indokolja az általuk viselt költségeket – az ilyen rendszerek nyitottabb értékelését teszi lehetővé. Elvezet azon minőségek meghatározásához is, amelyekre az ilyen rendszereknél szükség van ahhoz, hogy megfeleljenek az Európai Bizottság támogatási feltételeinek – amit, ha hozzá kívánunk járulni a politika megvalósítás szerinti céljainak eléréséhez, a hatás bizonyítékaira kell alapozni.

4.5 Ahhoz, hogy a fogyasztók és a szállítók bízzanak az „etikus kereskedelem”-ben, garanciákra van szükségük afelől, hogy a fogyasztók és a vállalatok felé érvényesülő költségek és előnyök a „megcélzott” szociális/környezetvédelmi előnyökkel ésszerű egyensúlyban vannak. A fejlődő országok munkásai számára jobb feltételeket biztosítani kívánó rendszer révén esetleg csupán áthelyeződik a termelés a szabályozatlan perifériákra; a környezeti hatások csökkentését célzó rendszerek auditálása esetleg többé kerül az indokoltnál vagy nagymértékben csökkenti a hatékonyságot; a bio-állattenyésztés normái mechanikusan alkalmazva esetleg rontják az állatok közérzetét; a fogyasztókat a gyermekmunka kiküszöböléséről biztosítani kívánó kezdeményezés folytán a gyermekek esetleg veszélyesebb foglalkozásokba kerülnek át vagy nem lesznek képesek kifizetni a részidős oktatást.

4.6 Mivel az etikus kereskedelmet a fő irányvonalba tartozó gyártók és szolgáltatók jelentős piaci tendenciának tartják, fontos szerepet játszanak a fogyasztók idealista elvárásainak gyakorlati, működőképes rendszerekké való transzformálásában. A várakozások és a valóság közötti elkerülhetetlen szakadék azt jelenti, hogy az „etikus kereskedelem” *mozgalmát* (számos formájában) a naivitás vádja fenyegeti. A vállalatok világában a megközelítésmódok az adott cég fogyasztói nyomásra való érzékenysége és a kereskedelmi láncban érvényesülő viszonylagos ereje szerint változnak. Némely reakciót a közönségkapcsolatok miatti aggodalom (a márka értékének védelme) határoz meg, más reakciók a piac által irányítottak (termékek tervezése ezen új érdeklődési területek tükrében), megint más reakciókat a beszerzés határoz meg (az átvilágítás és a kockázatkezelés kultúrája). Mindegyik megközelítés értékes lehet, de a vállalatok eltérő motivációja afelé mutat, hogy közös elemzési keretekre van szükség.

## 5. Közös keret

5.1 Minden olyan „etikus kereskedelmi” rendszer, amelyben erős a fogyasztói garancia eleme, feszültségeket rejt magában. A rendszer egyrészt szociális és környezetvédelmi célok elérésére törekszik az ellátási láncban belül, másrészt garanciákat kíván kínálni a fogyasztóknak. Ebből egy sereg potenciális probléma adódik:

5.2 A garancia nyújtása érdekében meghozandó intézkedések aránytalanok lehetnek a célok eléréséhez való „tényleges” hozzájáruláshoz képest – például az auditálás költséges lehet, az átláthatósághoz szükséges adminisztratív változtatások pedig ugyancsak költségesek és bonyolultak lehetnek.

5.3 Még súlyosabb probléma, hogy a garanciakövetelmények a rendszer céljai szempontjából valójában negatív hatásúak is lehetnek – például ha arra koncentrálnak, mi az, ami mérhető és auditálható, az eltéríthet a tényleges prioritásoktól, vagy az auditálás követelményei és költségei éppen azokat a termelőket

zárhatják ki, akiknél a legnagyobb szükség lenne a korrekciókra.

5.4 Emellett sok esetben a fogyasztók korlátozott ismereteikből adódó prioritásai torzulásokat okoznak a rendszerben. Például a fogyasztók általában a „tisztá” ellátási láncnak (nincs gyermekmunka, nincsenek növényvédőszer-maradványok) tulajdonítanak nagy jelentőséget ahelyett, hogy az adott helyszínen elért tényleges előrehaladásra figyelnének (magasabb bérek, elérhetőbb iskolák, jobb környezetgazdálkodás).

5.5 Ez maga is arra ösztönözheti a vállalatokat, hogy olyan új szállítókat válasszanak, akik eleve jó színvonalnak felelnek meg, ahelyett hogy a meglévő ellátási láncukkal egy hosszabb távú fejlesztési folyamatba kezdenének. Ez utóbbi az átfogóbb célok szempontjából esetleg nem is hoz nettó hasznot.

5.6 Végül pedig az olyan rendszerek, amelyeknek egyáltalán nincs független ellenőrzése, esetleg olyan garanciaígéreteket tesznek, amelyek eltúlozzák vagy túlzottan leegyszerűsítik a rendszer hatásait (vagy akár hamis állításokkal élnek!), ami rövidtávon a célok megvalósítását, hosszabb távon pedig a fogyasztók garanciarendszerekbe vetett általános bizalmát ássa alá.

5.7 Az olyan rendszerek esetében, amelyeket néhány fő adományozó alapított, e kérdéseket jó vezetés révén kezelni lehet, azoknál a rendszereknél viszont, amelyeket nagyrészt az egyéni fogyasztói beszerzési döntések révén fizetett ártöbblet egy részéből finanszíroznak, nem feltétlenül alkalmazzák a megfelelő vezetési eljárásokat, maguk a fogyasztók pedig nincsenek abban a helyzetben, hogy meg tudják ítélni egy fogyasztógarancia-rendszer minőségét vagy költséghatékony-ságát.

5.8 Gyakran bírálják a fogyasztógarancia-rendszereket amiatt, hogy – mivel többé vagy kevésbé a fogyasztói attitűdöktől függenek, és a fogyasztók csak korlátozottan látják át a problémakört – egyszerűbb és kiterjedtebb garanciát kínálnak, mint az a valóságban indokolt lenne. Csak egy nyíltabb és több információon alapuló vita oldhatja meg ezt, és teheti lehetővé egy nyitott és tájékozott (tudásalapú) piac kialakulását.

5.9 Nem lenne azonban jó, ha az EU vagy a tagállamok központilag próbálnák előírni az „etikus kereskedelem” különféle ágai számára az alapvető normákat vagy a definíciókat. Egy ilyen központi szabályozás nem lehetne elég rugalmas ahhoz, hogy figyelembe vegye a javuló teljesítményeket és a változó körülményeket, emellett a fogyasztók azon jogának is ellentmond, hogy saját, változó értékeik szerint választhassanak. Amit központilag le lehet – és le is kellene – fektetni, azok az alapfeltételek, amelyek alapján a fogyasztók garanciát kaphatnak arra nézve, hogy e rendszerek teljesítik is, amit ígérnek.

5.10 A jelen vélemény olyan keretet kíván teremteni, amelyben a kezdeményezések széles köre kezdheti feltenni ugyanazokat a kérdéseket a hatás biztosításáról és kimutatásáról, és megosztják tapasztalataikat arról, hogy e kérdések miként válaszolhatók meg. A dinamikát a 2. függelékben vázoltuk fel. A különböző garanciarendszerek más-más célokat követnek, így egy egyszerű költség-haszon elemzés elvégzése nem volna könnyű, és nem is valószínű, hogy sikerre vezetne, tekintve, hogy az ilyen szerteágazó és szubjektív „javak” értékelése nehéz. Egy olyan, közös keret kiépítése azonban lehetséges, amelyen belül minden rendszer minőségéről ugyanazokat a kérdéseket tehetjük fel, és egymással összevethető válaszokat kapunk. Végül soron a fogyasztók és a fogyasztói szervezetek feladata, hogy egyéni értékeiket alkalmazzák az eredményként kapott információkra.

5.11 Miközben a részletes feltételek és teljesítménymérőszámok az adott rendszer érvényességi körétől és céljaitól függően különfélék lehetnek, mögöttük több közös minőségi kérdés rejlik. További kutatásokat és konzultációkat követően lehetővé válik majd, hogy meghatározzunk néhány olyan kulcskérdést, amelyre a minőség demonstrálása céljából valamennyi rendszernek választ kell adnia, és bizonyítékokat kell szolgáltatnia. A legfontosabb azoknak a magas szintű társadalmi, környezeti és gazdasági céloknak a megállapítása, amelyekhez a rendszerek hozzá kívánnak járulni: ezek fogják aztán meghatározni a rendszerek alapvető elemeit, köztük az érdekeltet, a hatókört és a hatásra vonatkozó intézkedéseket.

5.12 Kiindulópontként a következőket ajánljuk (bár a további konzultációk folyamán ajánlatos a már meglévő, hiteles minőségi keretekkel való koherenciára törekedni):

a) *A rendszer irányítása*

*Ki gyakorolja a végső ellenőrzést a rendszer felett?*

*Több érdekelt felet tömörítő rendszerről van-e szó, amelyben az érdekelt arányosan képviseltetik magukat a döntéshozó szervekben?*

*Független és pártatlan „felügyelő csoport” gyakorolja-e az ellenőrzést, amelyhez az érdekelt fordulhatnak?*

b) *A rendszer céljai*

*A célokat világosan meghatározták-e?*

*A rendszer céljai összefüggnek-e a kereskedelmi rendszer folytán leginkább hátrányos helyzetben lévő érdekelt igényeivel?*

*A rendszer céljai összefüggnek-e a fogyasztókat érdeklő kérdésekkel és a rendszer által népszerűsített elképzeléssel?*

– Az érintett feleket (köztük a fejlődő országokbeli érintetteket) bevonják-e a célok tisztázásába és lefektetésébe?

– A rendszer céljai nyilvánosan hozzáférhetőek-e?

c) *A rendszer érvényességi köre*

*A rendszer a szokásos definíciójának megfelelően kezeli-e a „problémát”?*

– A rendszer feltételei kellő mértékben átfogják-e a „probléma” körét, vagy annak csak jelentéktelenebb, könnyen elérhető oldalaira koncentrálnak?

– A tanúsítással rendelkező telephelyek („termelők”) profiljai megfelelnek-e a kinyilvánított jövőképnek és céloknak?

– A telephelyek már most megfelelnek-e a normáknak, illetve a folyamatos javítások a rendszer kulcselemét képezik-e?

d) *A rendszer normái vagy feltételei*

*A rendszer keretében lefektetett és nyomon követett normák tükrözik-e a célokat?*

– A normákat olyan eljárás keretében határozzák-e meg, amelyben az érdekelt felek (köztük a fejlődő országokbeli érdekelt) is részt vehetnek?

– Van-e olyan hiteles mechanizmus, amelynek révén a normák elfogadása hozzá fog járulni a célok eléréséhez?

– A rendszer feltételei vagy normái hozzáférhetőek-e a nagyközönség számára?

e) *Hatásvizsgálat*

*A rendszer célokra gyakorolt hatásának van-e hiteles felmérése?*

– Nyomon követik-e az ágazatra gyakorolt szélesebb körű és hosszabb távú hatást, és a változtatások (az „eredmények”) egybevágnak-e a rendszer céljaival?

– A helyi érdekelt feleket aktívan és tudatosan bevonják-e a hatásvizsgálat feltételeinek meghatározásába és annak végrehajtásába?

– Létezik-e eljárás az esetleges negatív hatások megállapítására és kezelésére?

f) *Független felülvizsgálat*

*Van-e a rendszer működésének valamiféle független felülvizsgálata?*

– Az érdekelt feleket (köztük a fejlődő országokbeli érdekeltet) bevonják-e a feltételek meghatározásába vagy magába a felülvizsgálatba?

– A felülvizsgálatok eredményei hozzáférhetőek-e a nyilvánosság számára?

g) *Költség-haszon elemzés*

*Van-e valamilyen eljárás annak figyelésére és kiértékelésére, hogy a rendszer szállítók, kereskedők és fogyasztók által viselt költségei milyen arányban állnak a célok elérése felé történt előrehaladással?*

## h) Nyilatkozatok

A tanúsított vállalatok vagy szállítók nyilatkozatai illenek-e a rendszer céljaihoz, normáihoz és eredményeihez?

- A független külső fél, illetve az érdekelt felek által végzett felülvizsgálat nyomon követi-e a rendszerben szereplő vállalatok nyilatkozatait?

5.13 A fentiekhez hasonló minőségi normáknak (amelyeket tovább kell finomítani és tesztelni kell) minden olyan rendszernek meg kell felelnie, amely el akarja nyerni a fogyasztók bizalmát, vagy támogatást akar kapni az Európai Bizottságtól, illetve az egyes országok kormányától. Ha egy rendszer nem felel meg ezeknek a normáknak, úgy lehet tekinteni, hogy a ráfordított pénzhez képest alacsony értéket kínál.

5.14 E normák kifejlesztésének és terjesztésének hitelességét több érdekeltet tömörítő megközelítéssel kell garantálni, és azt az európai szintű hatóságoknak kell támogatni.

5.15 E téren bármiféle összehasonlító költség-haszon értékelés kidolgozásánál nyilvánvalóan nehézségekkel kell szembenézni, de ez intelligens alapját kell, hogy képezze a fogyasztói-garancia-rendszerek hasonló célokat szolgáló más politikai eszközökkel való összevetésének.

## 6. Politikakeretek és felelősségi körök

6.1 E gyorsan fejlődő területen mindenképpen koherens politikai alapokra van szükség. A gyakorlati jellegű javaslatokat a 7. pontban ismertetjük. Az EU és az egyes tagállamok úgy vélik, hogy a szigorú etikai és humanitárius normáknak a globális kereskedelem és diplomácia szerves részét kellene képezniük. A „jobb” világ nem csupán önmagában kívánatos cél, hanem az ilyen közös feladatok egyben hozzájárulnak az értékeken alapuló, egész Európára kiterjedő kultúra továbbfejlesztéséhez is. A gyakorlatban a fogyasztók vásárlásainak ösztönzése és figyelmük felkeltése az „etikus” mivolt iránt jó lehetőség lehet az európai ipar számára, mivel az kedvező helyzetben van ahhoz, hogy kihasználja a kínáló kereskedelmi lehetőségeket. Fontos, hogy az EU és tagállamai ne támogassanak egyetlen konkrét márkát sem, hanem egy olyan garancia-rendszer mellett szálljanak síkra, amelyhez valamennyi elismert fogyasztógarancia-kezdemenyezés csatlakozhat.

6.2 A koherens politika tehát elsőrendű cél. E vélemény kidolgozása során már széles körű, értékes információ- és eszmecserék, illetve politikai perspektívákról folytatott megbeszélések zajlottak le. Ajánlatos, hogy a jelen vélemény folyamánként, az EGSZB támogatásával formálisan is létrejöjjön egy irányított, aktív párbeszéd az „etikus kereskedelem” és a fogyasztógarancia-rendszerek kérdéseiben az érintettek között.

6.3 Ennek a párbeszédnek a következők lennének a céljai:

- a szociális és környezetvédelmi jellegű fogyasztógarancia-rendszerek kérdéseivel foglalkozó, összehangolt politika alapvető elemeinek kidolgozása,

- lépések kidolgozása e politikának az EU kereteibe való beillesztésére;

- annak megállapítása, miként ösztönözhető e politika figyelembevétele a tagállamokban.

## 7. Gyakorlati lépések

7.1 A jelen vélemény az etikai garanciarendszerek fogyasztóknak való bemutatását ösztönző folyamatok koherenciájával foglalkozik. Olyan javaslatokat tett, illetve politikai eszközöket ajánlott, melyek segítségével az EU eldöntheti, hogy nyújtson-e további támogatást e területnek, és hogy miként tegye ezt ésszerű és költséghatékony formában. Van néhány gyakorlati lépés, amelyet az EU megtehet, hogy olyan módon ösztönözze és támogassa az „etikus kereskedelem” folyamatos fejlődését (ahogy azt a jelen vélemény szempontjából definiáltuk), hogy az összhangban legyen az EU szélesebb politikai céljaival.

7.2 Tudomásul vesszük, hogy az EU és néhány tagállam esetleg tovább kívánja támogatni e terület egyes konkrét kezdeményezéseinek fejlesztését. Ajánlatos a támogatást olyanokra összpontosítani, akik – amellet, hogy fogyasztói garanciákat kínálnak –, képesek objektíven bizonyítani, hogy kézzelfoghatóan hozzájárulnak az adott szállítói lánc által érintett közösségek szociogazdasági és környezetvédelmi feltételeinek javításához is. A déli országokban a kapacitásépítést segítő rendszereket mindenképpen ösztönözni kell.

7.3 Ennek megkönnyítése érdekében ajánlatos, hogy az EU adjon megbízást feltáró jellegű kutatásokra, hogy világos és széles körben elfogadott minőségi kritériumok szülessenek, amelyek alapján e fogyasztógarancia-rendszerek kiértékelhetők. A fogyasztói szervezetek mellett e kutatásoknak ki kell terjedniük számos környezetvédelmi és szociális jellegű címkézési és más rendszerre, és a teljes ellátási láncban szereplő érdekelt feleket be kell vonni a minél szélesebb körű alkalmazhatóság érdekében, valamint azért, hogy könnyebb legyen a koherens minőségügyi eszközök kifejlesztése az ágazaton belül.

7.4 Az 5. pontban ajánlott kérdések hasznos kiindulópontot jelenthetnek egy átfogóbb kiértékelési keretrendszerhez. Az EGSZB hangsúlyozni kívánja, hogy a cél nem a bürokrácia egy újabb szintjének létrehozása vagy további piaci akadályok gördítése a vállalatok és a garanciarendszerek elé. Úgy véli, hogy bármely rendszernek képesnek kell lennie hatást, minőséget és költséghatékonyt felmutatni, és a közös keret hozzá fog járulni a felesleges párhuzamos erőfeszítések minimalizálásához.

7.5 E kutatások ahhoz is hozzájárulnak majd, hogy megerősödjön a fogyasztók bizalma az ilyen garanciarendszerekben, s így a civil társadalmi szervezetek ajánlhassák tagjaiknak és pártolóiuknak, hogy támogassák a saját szociális vagy környezetvédelmi problémáikhoz kapcsolódó rendszereket. Mivel ez a kérdés számos főigazgatóság tevékenységét érinti, szükség lesz egy koordinációs pontra, ahol egy koherens politika információi és fejlesztése összpontosulhatnak.

7.6 Mivel a fogyasztók jelenleg a termékek címkéi alapján állapítják meg, hogy melyek azok a termékek, amelyeket különleges szociális, környezetvédelmi és állatjóléti normák betartása mellett gyártottak és forgalmaznak, és mivel a termékeken több címke is látható, egyre valószínűbb, hogy a hatékonyság csökken, és a fogyasztók összezavarodnak. Azt is javasoljuk tehát, hogy az EU adjon megbízást alternatív eszközök felkutatására, amelyekkel az egyes termékek szociális és környezetvédelmi értékei megbízhatóan mérhetők és a fogyasztók tudomására hozhatók.

7.7 A tagállamok „fogyasztónevelő” stratégiai programjainak arra kell összpontosítaniuk, hogy felhívják a fogyasztók figyelmét azon lehetőségekre és eszközökre, melyek révén beszerzési döntéseiket a saját prioritásaiknak megfelelő szociális és környezetvédelmi célok elérésére használhatják fel.

7.8 Megjegyezzük, hogy az értékesítés helyén – interneten vagy más csatornákon keresztül – hozzáférhető termékinformációs rendszerek rohamos fejlődésével az elkövetkező néhány évben egyre inkább megvalósítható lesz a termékek eredetét és minőségét tartalmazó adatbázisok kialakítása. Ezek a jelen vélemény témájához kapcsolódó szociális és környezetvédelmi kérdések mellett szélesebb értelemben vett minőségi és biztonsági témákat is magukban foglalhatnak (például speciális étrendi tényezőket), lehetővé téve, hogy a fogyasztók az egyes kérdéseket saját értékeik vagy szükségleteik alapján rangsorolják.

7.9 Az „etikus kereskedelem” garanciarendszereinél alkalmazott minőség- és hatásvizsgálat közös kereteinek kialakítása megkönnyíti majd az objektívebb és fenntarthatóbb etikus beszerzési politikák kialakítását az Európai Bizottságon belül, és talán a tagállamokban is.

7.10 A termékek iránti keresletet a közbeszerzési eljárások tovább növelhetik. Az utóbbi öt évben sokat tisztult és egységesedett az állami szervek részéről történő szociális szempontú beszerzés szerepe, és a fenti javaslatokkal biztosítható, hogy ha a beszerző hatóság az EU jogalkotási keretein belül a szociális és környezeti szempontból előnyös termékek mellett dönt, az kézzelfogható eredményt hoz.

## 8. Előretekintés

8.1 A jelen vélemény kidolgozása, ha szerény mértékben is, de lehetőséget nyújt a fő érintettek számára, hogy reagáljanak, és párbeszédbe bocsátkozzanak. E konzultáció eredményeként az EGSZB-nek lehetősége nyílik arra, hogy ösztönözze az öt új kezdeményezésen végzett munkát:

– Az EU egészére (illetve ahol szükséges, az egész világra) kiterjedő folyamatos párbeszéd az „etikus kereskedelem”-re és a fogyasztóigazgatási-rendszerekre vonatkozó politikák koherenciájának eléréséről a legfőbb érdekelteltek között, beleértve a fogyasztói egyesületeket is. Az EGSZB felajánlja, hogy 2006-ban kezdeményezni fogja egy olyan,

kifejezetten az érdekelteknek szóló fórum létrehozását, amelyhez hasonlók már a múltban is értékesnek bizonyultak. Ez magában foglalhatja egy olyan átfogó termékinformációs adatbázis megvalósíthatóságának vizsgálatát, amelyben a termékek minőségét és teljesítőképességét meghatározó szociális, környezeti és egyéb tényezők összegyűjthetők, világos értékelési protokollok segítségével objektív módon megerősíthetők és közzétehetőek. A Fejlesztési Főigazgatóság már érdeklődését fejezte ki az „etikus kereskedelmi” rendszerekre vonatkozó kritikus értékelési adatok közzététele iránt, ezzel segítve a termelőket és exportőröket az európai piachoz való hozzáférésben. <sup>(10)</sup>

– Az „etikus kereskedelem” hatásvizsgálati és a minőségre irányuló intézkedésekre vonatkozó garanciakereteinek kidolgozása a tagállamokbeli és a tagállamokon kívüli érdekeltekkel folytatott szélesebb körű és mélyrehatóbb konzultációk révén. Ez lehetővé teszi, hogy az EU és a tagállamok objektívebben tehessenek különbséget a valóban értéktöbbletet nyújtó kezdeményezések és az olyanok között, amelyek pusztán megerősítést kínálnak. A fenntarthatóbb kereskedelmi kapcsolatok ösztönzése által az ilyen politika támogatni fogja a Fejlesztési Főigazgatóság politikai célkitűzéseit, a megbízható fogyasztói tájékoztatók biztosításán keresztül pedig az Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatóság (DG SanCo) munkáját.

– Az ISO 26000 szabvány kialakításában való részvételt, melynek célja a társadalmi felelősség konkrét alkalmazásához, az érdekeltek meghatározásához és a velük való tárgyaláshoz, valamint a társadalmi felelősségről készült jelentések és a hozzá kapcsolódó kijelentések hitelességének fokozásához kapcsolódó gyakorlati iránymutatások biztosítása. Bár ennek elsődleges célja a vállalatok társadalmi felelősségére vonatkozó norma kidolgozása, alapvető mérceként is szolgálhat, amelyhez az egyes etikus kereskedelmi rendszerek is viszonyíthatók.

– A fogyasztói tudatosságot elősegítő program, amely gyermekkorban történő oktatással kezdődik, végigkíséri az oktatási rendszert, majd élethosszig tartó tanulássá alakul; témája, hogy a fogyasztóknak a tájékozott vásárlás révén milyen lehetőségeik vannak arra, hogy a szociális és környezetvédelmi kérdések alakulását befolyásolják. Az Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatóság ugyancsak jelezte, hogy részt kíván venni a fogyasztók tisztességes kereskedelemmel kapcsolatos oktatásának elősegítésében, mivel a tájékozottabb és megerősödött fogyasztói társadalom, amely képes célravezető döntéseket hozni a piacon, kulcsfontosságú számára.

– Javaslat olyan nemzetközi kutatóközpont létrehozására, amely a szállítók és a piac kutatására, értékesítési és technikai információkra, képzési kezdeményezésekre és politikák kidolgozására összpontosít, és amelyet az Európai Bizottság, a tagállamok és valamennyi főbb érdekelt fél közös programjaként támogatni kell.

<sup>(10)</sup> Érdemes lesz feltárni az EU PRISMA prjektjéhez hasonló horizontális adat- és információszolgáltatásokkal való együttműködés lehetőségeit.

## 9. Záró megjegyzések: a véleményben használt fogalmak definíciója

A kereskedelmi tevékenységnek a társadalomra és a környezetre gyakorolt egyre növekvő befolyása számos új kifejezés és fogalom kialakulásához vezetett. Az alábbiakban definiáljuk, hogy egyes alapvető kifejezéseket és fogalmakat milyen értelemben használtunk a jelen véleményben. Mivel e területen országról országra eltérő kifejezéseket és meghatározásokat használnak, és szeretnénk elkerülni a fordításból eredő félreértéseket, fontos, hogy mindig a jelen szójegyzéket alkalmazzuk.

**Vállalatok társadalmi felelőssége (Corporate Social Responsibility)** Ez a fogalom immár meghonosodott a köztudatban. Elfogadott, hogy a jólétermelés és az adott ország törvényeiben előírt működési feltételek teljesítése minden felelős üzleti tevékenység szerves része. A vállalatok társadalmi felelőssége (VTF) ezért kifejezetten **a vállalatok azon önkéntes politikáira és eljárásaira vonatkozik, amelyek egész működésük szociális és környezetvédelmi teljesítményének fenntartását és javítását szolgálják.** Magában foglalhatja a belső vezetési és értékelési rendszerek vagy külső audit útján történő vizsgálatot is.

### **Etikus kereskedelem (Ethical Trade)**

Ez szűkebb és újabb keletű fogalom, mint a VTF, és két fő értelemben használatos.

Közhasználatban a következőt értjük alatta: **tudatos törekvés egy vállalat, szervezet vagy egyén kereskedelmi tevékenységeinek (termelés, eladás és beszerzés) oly módon történő alakítására, hogy azok bizonyos etikai értékeket tükrözzenek.** Az etika a filozófia emberi jellemmel és viselkedéssel foglalkozó ága. Az „etikus kereskedelem” kifejezés ebben az értelemben alkalmazva tehát az értékek igen széles körét tükrözheti, kiterjedhet a termékek és szolgáltatások széles skálájára (közte a pénzügyi szolgáltatásokra és a turizmusra is) bármely országban, ideértve az EU tagállamait is. A véleményben ilyenkor „etikus kereskedelem” formában használjuk. A vélemény címében is ebben az értelemben szerepel a kifejezés.

A második, ettől eltérő használati mód az Európai Bizottságnál és számos európai kezdeményezésnél szerepel – ilyen például az Egyesült Királyságban az *Ethical Trading Initiative* (ETI), Franciaországban az *Initiative Clause Sociale* (ICS) vagy a nemzetközi tagságú *Business Social Compliance Initiative* (BSCI). Itt a kifejezés rendszerint **a vállalatok azon politikáit és eljárásait jelenti, amelyek célja beszerzési műveleteik szociális és környezeti hatásának és különösen a beszállítók munkafeltételeinek javítása.** A véleményben ilyenkor „**Etikus Kereskedelem**” formában használjuk.

Brüsszel, 2005. október 27.

Tisztességes, illetve méltányos kereskedelem (Fair Trade)

Ez az „etikus kereskedelem” részalmazának tekinthető; általános értelemben a kifejezés alatt a következőt értik: **olyan kereskedelem, amelynek részesei – akár termelőként vagy fogyasztóként, akár eladóként vagy vásárlóként vesznek részt a folyamatban – nem kerülnek hátrányos helyzetbe, és ésszerű, arányos előnyöket könyvelhetnek el.** A véleményben ilyenkor „tisztességes kereskedelem” formában használjuk.

A második, ettől eltérő meghatározás szerint a méltányos kereskedelmolyan kereskedelmi kapcsolat, amely párbeszéd, átláthatóságon és tiszteleten nyugszik és nagyobb méltányosságra törekszik a nemzetközi kereskedelemben. A piacokról kizárt, hátrányos helyzetben lévő – elsősorban déli – termelők számára biztosított jobb kereskedelmi feltételek, és ezen termelők jogainak biztosítása által hozzájárul a fenntartható fejlődéshez. A Méltányos Kereskedelem Európai Egyesületében (European Fair Trade Association) magukat képviseltető szervezetek például ezt a meghatározást fogadják el. A véleményben ilyenkor „**méltányos kereskedelem**” formában használjuk a kifejezést.

Fogyasztógarancia-rendszerek (Consumer Assurance Schemes)

A jelen vélemény az „etikus kereskedelem” és a „tisztességes kereskedelem” egy konkrét oldalával foglalkozik: azzal, amikor a fogyasztók nyomása jelentős tényező, és amikor a változás fő hajtóereje a fogyasztók választása, és sokszor az arra való készségük, hogy egy termékért többet fizesse. A jelen véleményben a „fogyasztógarancia-rendszer” kifejezést a következő értelemben használjuk: Olyan rendszer, amely lehetővé teszi és ösztönzi, hogy a fogyasztók is részt vegyenek az etikus kereskedelemben azáltal, hogy olyan javakat és szolgáltatásokat vásárolnak, amelyeket bizonyos közösségek vagy a társadalom egészének javát szolgálva, meghatározott szociális vagy környezetvédelmi célok szem előtt tartásával állítottak elő.

Megjegyzendő még, hogy a „rendszer” (scheme) szó azért szerepel a kifejezésben, hogy az mind az egyes cégek vagy cégszövetségek szociális és környezetvédelmi garanciamegközelítéseit, mind a független külső felek rendszereit és a több érdekelt felet tömörítő rendszereket is magában foglalja.

Fenntartható fejlődés

„A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely megfelel a jelen igényeinek anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékeinek a saját szükségleteik kielégítésére való képességeit.”<sup>(1)</sup>

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság

elnöke

Anne-Marie SIGMUND

<sup>(1)</sup> A Környezet és Fejlődés Világbizottsága (WCED). *Közös jövőnk*, 1987