



TriNet-Global

Business engagement in global responsibility



TriNet Policy Paper

“Business engagement in global responsibility”

English summary.

Bornholm was announced Fairtrade Municipality in 2009. From the beginning a recommended bottom-up approach has been in focus. In Denmark (and other European countries), we have still not seen real potential and take off of Fairtrade. Nevertheless, futurists are indicating that it will happen within the next 5-10 years, and it seems that there is a correlation with the trends seen in the organic movements and also the high awareness of alternative energy that has evolved in the Danish population. Consequently, there is a big difference in readiness among the potential SMEs in terms of purchase, sales or production of Fairtrade. Some are ready from the beginning because they believe in the concept, some are reluctant if there are no direct benefits and others simply don't believe in it if it doesn't fetch more immediate income to their business.

Both experiences in the private and public sectors show that top-down approaches within the foreseeable future to come will not be the methods which create Fairtrade take-offs. It's thus recommended to work on people's attitudes on a more general level and politically if there should be more fundamental changes. As it is now, the typical Fairtrade consumer is well-educated and dedicated - with awareness and a good income. This group should be broader and complemented by other segments if there is really going to be progress on Fairtrade.

As campaign and information dissemination methods it is important, the work with the *constructive journalism* concept – also known as *World's Best News* should be focused. The concept is related to the UN Sustainable Development Goals (SDGs) and the idea behind is that it's important to disseminate the positive stories in development issues and about the Global South.

Fairtrade i det brede prespektiv,

Da Bornholm i juli 2009 officielt blev udnævnt til Fairtrade kommune, *Fairtrade Island Bornholm*, modtog vores daværende borgmester Bjarne Kristiansen beviset på scenen foran 10.000 mennesker der var til *Hammershus Fairtrade Concert*. Borgmesteren var en meget engageret formand for vores første *Fairtrade Island Bornholm* styregruppe.

Han udtalte på et tidligt tidspunkt i processen at Fairtrade's succes på Bornholm ville blive afgjort af befolkningens engagement i sagen og deres pres nede fra. I starten lagde vi i styregruppen måske ikke så meget vægt på det udsagn, men som tingene har udviklet sig er der ingen tvivl om at det var en ualmindelig rigtig antagelse – selvfølgelig ikke kun ift Bornholm, men for Fairtrade generelt – på nationalt såvel som internationalt plan.

I de lande, som vi i Danmark normalt sammenligner os med, er der ikke den store forskel i udviklingen af Fairtrade forbrug og produktion. Det gælder f.eks. Skandinavien, Tyskland,

Holland, Belgien og England. På nogle områder ser England ud til at være længst fremme og på andre områder Sverige.

De årlige vækstrater er måske høje, men til gengæld er udgangspunktet meget lavt og dermed udgør den samlede volumen kun nogle ganske få procenter. I Danmark var det samlede salg af Fairtrade certificerede føde- og drikkevarer stadig under 100 mio EURO i 2014.

Det ser ikke ud til at Fairtrade for alvor har fået sit *take off*. Fremtidsforskere har peget på at det vil ske inden for de næste 5-10 år, og meget tyder på at der er en sammenlignelighed med de tendenser, som er set på det økologiske område og ligeledes den høje bevidsthed om alternativ energi, der har udviklet sig i den danske befolkning.

Til gengæld er Fairtrade ikke subsidieret af den danske stat, som det har været gældende for den økologiske landbrugsproduktion og den alternative energisektor. Og derfor skal befolkningens almindelige bevidsthed om at Fairtrade kan være *et af mange svar* på de meget store udfordringer, som verden står over for - store og voksende uligheder, befolkningsvækst, flytningestrømme og klimaforandringer - være det der nede fra skaber vækst i Fairtrade markedet.

Små og mellemstore virksomheder.

Det opleves svært at fremme Fairtrade i den danske private sektor (SMEs) og derfor må det også nødvendigvis være befolkningens pres og forbrugernes efterspørgsel, der skal skabe bæredygtige ændringer og forbrugsmønstre på langt sigt.

På Bornholm har vi arbejdet primært med Fairtrade i den private turistsektor, mindre kunsthåndsvirksomheder og enkelte produktionsvirksomheder. Man kan opdele responsen i 3 kategorier.

1. Nogle virksomheder er umiddelbart interesserede, fordi de helhjertede tror på sagen og samtidig mener det er god branding af deres virksomhed ift at tiltrække bevidste (ift Fairtrade, bæredygtighed etc.) forbrugere som kunder. Der kræves selvsagt ikke det store arbejde med overtalelse i denne gruppe, der også selv tager opfølgende initiativer.
2. Andre virksomheder giver umiddelbart udtryk for positiv interesse og vil gerne være med, hvis de kan se nogle fordele for virksomheden. Dog kan små tilfældigheder gøre at der alligevel ikke sker nogle fremskridt på Fairtrade området i deres virksomhed. De tager ikke selv initiativer ift at ændre på dette.
3. Den sidste gruppe af virksomheder er måske nok positive, men ser kun på pengene, og ser ingen grund til at ændre noget, da de som udgangspunkt ikke tror på at Fairtrade kan gøre en forskel. Denne gruppe har som udgangspunkt også et meget ringe kendskab, som bunder i den manglende interesse.

Den offentlige sektor.

Siden den officielle udnævnelse til Fairtrade kommune, *Fairtrade Island Bornholm*, i juli 2009 har der været en meget positiv indstilling til Fairtrade i BRK (Bornholms Regionskommune) – både på det politiske og administrative niveau.

2 forskellige borgmestere har involveret sig aktivt og været formænd for *Fairtrade Island Bornholms* styregruppe. I administrationen har det primært været lederen af *Europe Direct* kontoret og indkøbschefen, der har været direkte partner.

Uheldigvis blev kommunen i projektperioden ramt af nogle hårde nedskæringer, og bl.a. kommunens personalekaffe, hvor en stor del var Fairtrade certificeret, blev skåret væk.

I Danmark var der ved projektstart 6 Fairtrade kommuner og en nummer 7 undervejs (herunder Danmarks største kommuner med ca. en 1/3 af Danmarks befolkning). Men kombinationen af forskellige omstændigheder, som nedskæringer, et statsamtligt sagsanlæg mod en stor kommune, som testede lovligheden i at være Fairtrade Kommune, samt en del negativ presseomtale om Fairtrade generelt, gjorde at flere valgte at trække sig, så der i dag kun er 2 Fairtrade kommuner tilbage.

Disse omstændigheder og besparelserne gjorde også at BRK i 2015 valgte at stoppe som Fairtrade kommune.

Erfaringer og anbefalinger

Både erfaringerne i den private og offentlige sektor viser at top-down tilgange i en overskuelige årrække fremover *ikke* vil være det skaber et Fairtrade take-off.

Der skal arbejdes med folks holdninger på det mere generelle plan og fra politisk hold, hvis der skal ske afgørende ændringer. Som det er nu, er det typiske Fairtrade kundesegment veluddannede og engagerede / bevidste forbrugere med en god indkomst. Denne gruppe skal være bredere og suppleres af andre segmenter, hvis der for alvor skal ske fremskridt på Fairtrade området.

Der skal sættes på den gode historie, konstruktiv journalistik, "Verdens Bedste Nyheder" i kampagne og oplysningsarbejde, så folk selv vil skabe pres, stille krav og efterspørge.

Det er store udfordringer, men i et land som Danmark, er der trods alt et bredt grundlag at bygge på, med en overvejende positiv holdning til Danmarks engagement i verdens udvikling, bistandshjælp etc. – selvom dette område også viser vigende tendenser.

Kampagner virker – det er der mange eksempler på – sundhed, alkohol, rygning er gode eksempler, men også økologi, energi og klima dagsordener har haft store gennemslag.

Årtiers forsøg på at skabe konsensus omkring internationale klimaaftaler frem mod COP 21 i Paris har dog også vist "hvor alvorligt det skal være" før der kan skabes afgørende fremskridt.

Hvis man ser Fairtrade som *et af mange svar* på de meget store udfordringer, som verden står over for i dag - store og voksende uligheder, befolkningsvækst, flygtningestrømme og klimaforandringer, som vi startede med at omtale, så er det nærliggende at forsøge at indtænke og skabe sammenhæng med de emner der optager folk i dagens Danmark og hele Europa.

Og stille folk spørgsmålet : Er der også en sammenhæng mellem flygtningestrømme og uretfærdige handelsforhold, som gør at en kaffebonde i Mellemamerika eller en kurvefletter i Ghana ikke kan forsørge sig selv og sin familie ? Og er det ikke *et af svarene* at betale ordentligt og skabe gode arbejdsfolk der hvor folk er ("i nærområdet", som synes at være svaret på alt for tiden) frem for f.eks. at mange afrikanere vælger den farefulde flugt igennem Sahara og over Middelhavet som økonomiske flygtninge. Afrikas befolkning vil blive fordoblet de næste 40 år (!), så lad os i tide prøve at tænke langsigtet både for afrikanernes og vores egen skyld.

Med andre ord – du kan ved dine daglige handlinger, som forbruger, være med til at forhindre yderligere ustabilitet og kriser både i Afrika og Europa.

Kampagner og oplysningsarbejde.

Vi har vi via TRINET Global været i stand til at gennemføre kampagne og oplysningsarbejde, bl.a. ifm det Det Globale Telt på Folkemødet.

Arbejdet vil fortsætte og effekterne vil være langsigtede især hvis der skal tilføres nye segmenter til den nuværende Fairtrade forbruger-målgruppe.

Vores bidrag vil være løbende oplysnings-aktiviteter, samarbejde med det økologiske område og alternativ energi området / Bright Green Island, bl.a. i forbindelse med en fortsat udvidelse og opdatering af Fairtradebornholm.dk – samt aktiviteter der kan støtte op om denne proces, bl.a. i Det Globale Telt på Folkemødet.



This document has been produced with the financial assistance of the European Union. The contents of this document are the sole responsibility of Foreningen Hammershus Fairtrade Concert and can under no circumstances be regarded as reflecting the position of the European Union.