

Fairtrade är en utvecklingskraft i Ghana

Fairtrade förbättrar arbetarnas villkor, stärker kvinnorna och utvecklar demokratin. Men framgången är beroende av att marknaden efterfrågar fairtrade-produkter. Det säger Ernest Adzin, liason officer i West Africa.

En fairtrade-certifiering innebär bland annat att arbetarna får minimilöner samt en gemensam premie. Hur premien ska användas beslutas gemensamt av en vald kommitté bland arbetarna.

– Premien har blivit ett bränsle som ökar farten på utvecklingen, inte bara för farmarna, utan också för deras barn och hela bygemenskapen, berättar Ernest Adzin. Med premien har man kunnat betala skolavgifter för barn vars familjer annars inte haft råd att ge sina barn en utbildning. Man har byggt skolor och köpt datorer för utbildning av hela byar. Premien har inte bara stärkt farmarna och arbetarna, utan också stärkt och utvecklat hela byar så att de har kunnat ta till sig mer information och utveckla sin produktion och infrastruktur.



Ernest Adzin har arbetat med fairtrade hela sitt liv.

Fördelarna med fairtrade kan, enligt Ernest Adzin, beskrivas i följande punkter.

- Fairtrade stärker de små enskilda odlarna som inte annars skulle få tillgång till en marknad.
- Fairtrade för konsumenten och producenten närmare varandra. Det möjliggör en utökad produktion, vidareutveckling av produktionen och höjd kvalitet på produkten.
- Fairtrade gör det möjligt för arbetare och producenter att organisera sig för att tillsammans exempelvis driva arbetsrättsliga frågor vid anställning på plantage och säkerställa minimilön, kollektivavtal samt att hälso- och säkerhetsföreskrifter finns och följs. Kvinnors deltagande i den demokratiska processen har ökat och kvinnans ställning och position har förstärkts. De har fått en röst!
- Fairtrade-premien "is the icing on the cake" och möjliggör byggande av skolor och tillgång till skolgång, hälsa och sjukvård, infrastruktur etc.

Det som motiverar en privatägd plantage att vara fairtrade är framför allt marknaden och tillgången till en organiserad motpart.

– Marknaden. Det är alltid marknaden som styr. Det som efterfrågas det odlas, säger Ernest Adzin. Som t.ex. den engelska marknaden, den kräver enbart fairtrade-bananer numera. Marknadsmässigt kan ett företag utnyttja fördelar av fairtrade, profilera sig som ett företag med fokus på miljö- och sociala frågor. Det skapar identifikation för ett företag, kvalitet och prestige.

För fruktproducenten Bomarts är just marknaden och avsättningen för deras fairtrade-certifierade ananas för närvarande ett problem. Ett utbrott av en svampsjukdom år 2002 gjorde att företaget drabbades av ett katastrofår. Samtidigt startade Costa Rica en massiv säljoffensiv och de är numera marknadsledande på ananas. Resultatet blev att Bomarts försäljning av fairtrade-ananas sjönk kraftigt. Om inte marknaden efterfrågar mer fairtrade-ananas kommer Bomarts även i fortsättningen att få sälja en stor del av sin ananasproduktion utan fairtrade-märkning och då får inte arbetarna någon premie på den försäljningen.

Bomarts har även tagit fasta på att efterfrågan på torkad fairtrade-frukt ökar och byggt ut sin kapacitet för att leverera torkad mango och ananas. Denna förädling av frukt minskar sårbarheten vid dåliga skördar och tuff konkurrens på världsmarknaden.

Plantagen ser också organisatoriska fördelar med att vara fairtrade-certifierade.

– De får en facklig organisation att föra en dialog med, det blir mer ordning och man kan undvika strejker.

Enligt Ernest Adzin finns det ett generellt intresse bland odlare att bli fairtrade-producenter eftersom de ser fördelarna med fairtrade. Men det är inte enkelt att bli fairtrade-producent. De främsta hindren för producenter att bli fairtrade-certifierade är marknaden.

– Den första frågan jag ställer till producenterna när de vill bli fairtrade-certifierade är om de har en marknad. Om det inte finns efterfrågan och om de inte får tillgång till marknaden första eller andra året, då får jag problem att övertyga andra producenter nästa gång.

Ernest Adzin menar att fairtrade-organisationen har en viktig uppgift i att informera producenterna om marknadsvillkoren och om alla andra villkor som man måste uppfylla som fairtrade-producent. Den informationen måste också finnas på det lokala språket.

Fakta om fairtrade i Ghana

Fairtrade i Ghana startade 1993. Den första produkten var kakao. Tre år senare kom bananer som produkt nummer två. Idag finns sju olika jordbruksprodukter i Ghana som är fairtrade-certifierade och 36 olika producenter. Tio av dessa är plantager med anställda arbetare.

Kooperativ och plantager måste möta olika krav.

Av: Sofia Ludvigsson, Krister Runebrand, Brita Schedin & Susanna Walfridsson.
Deltagare i Röda Korsets Folkhögskolas Fairtrade-utbildning 2014.