



# ARENGUPOLIITIKA TEATAJA

2/2016

Menüü gurmaanidele:  
õiglasem maailm  
meie toidulaul

Kuidas saab arenguriigi tööliste  
ja tootja elu mõjutada Eesti ...  
3-4

Kuidas parandada  
toidu maitset?  
5-7

Mida me tegelikult teame?  
Mida me tegelikult sööme?  
7-9

Poekettide  
omatoodete tarneahel  
10-11

Vastutustundliku tarbimise  
ökosüsteem  
14-15



ISSN 2461-2286

- Miks peaksime hoolima kaugel toidukasvataja muredest?
- Kelle arvelt tuleb soodne toidukaup?
- Mis takistab meid rohkem õiglaselt toodetud toitu müümast, ostmast ja tarbimast?
- Kuidas valmis poeketi omatoode?
- Kuidas on meil seis toidu raiskamisega?

# EELROOG

Riina Kuusik-Rajasaar  
MTÜ Mondo juhatuse liige

Käesolev Mondo Arengupoliitika Teataja on mõeldud gurmaanidele – neile, kes hindavad head toitu ja head seltskonda. Hea toit ja selle valmistamine kannavad endas universaalseid väärtusi, nagu tooraine kõrge kvaliteet, tootjale makstud vääriline tasu ja keskkonda säästev tootmisviis. Hea seltskond tähendab võrdväärseid partnereid, kes on kokku leppinud käitumisreeglites, hoolivad teineteise käekäigust ning tunnevad vastastikku vastutust ja solidaarsust.

Hea toidu ja hea seltskonna eest seisab ka MTÜ Mondo, kelle visioon on stabiilne ja hooliv maailm, kus kõigil on võimalus inimväärsele elule. Vahekoostöö ja solidaarsus arengumaade kogukondadega on võti vaesuse leevendamise ja inimeste heaolu suurendamise juurde.

Viimasel ajal oleme tähelepanu alla võtnud poekettide omatooted, mis Euroopa Liidus moodustavad pea 40% kogu toidu-kaupade jaemüügist, kuid mille puhul pole alati selge, kus ja mis tingimustel on need toodetud ja kuidas tarnitud. Kampaania

„SUPPLY CHA!NGE“ raames töötab Mondo koos 29 organisatsiooniga üle Euroopa välja soovitusi poekettidele, et nad toodaksid kaubamärkide omatooted õiglaselt ja säästlikult, ning ootab Euroopa Komisjonilt ebaausate kauplemissvõtete vastaste meetmete harmoniseerimist ja meie valitsuselt samme, millega panna nendele võtetele piir. Nagu on öelnud Vincent van Gogh: „Suured asjad ei sünni ainult impulsil, nad sünnivad, kui üksteisele järgnevad paljud omavahel seostatud väikesed asjad.”

Sellest Arengupoliitika Teatajast saab lugeda meie toidu suhetest arengumaadega. Teeme selgeks, mis peitub õiglast kaubandust edendavate mõistete taga, loeme põnevate uuringute kokkuvõtteid, kuulame poekettide seisukohti, kuidas nad valivad välja selle, mida müüki panevad, ning arutleme, miks on vaja poliitilisel tasandil kontrollida ja vältida ebaausaid kauplemissvõteteid ning avalikustada rahvusvahelise toiduainetööstuse tarneahelaid. Head nautimist!

## SELLEKS ET MEIE TOIDULAUAL SÜNNIKS MIDAGI SUURT JA HEAD, ON MEIL VAJA

### vastutust:

kaupluseketid peavad vastutama, milliseid tooteid nad valikusse võtavad ja kuidas nende omatooted ehk oma kaubamärgiga tooteid toodetakse. Kaupluseketid peavad seadma omatoodetele vastutus-tundlikud jaemüügihinnad ja muutama tootmistingimused tarbija jaoks läbipaistvaks. Kuigi tarbija vastutab selle eest, mida ta korvi paneb, vastutab poekett selle eest, mida ta pakub ning kuidas seda toodab ja tarnib;

### kontrolli:

nii tootvate kui ka tarbivate riikide valitsused peavad võtma vastu ja rakendama õigusakte, mis kohustavad kauplusekette oma tootmis- ja tarneahelates austama töötajate ja inimõigusi, hoiduma ebaausatest kauplemissvõtetest, soodustama säästlikke hankeid ning käituma keskkonnaküsimustes vastutus-tundlikult;

### mõistlikku suhtumist:

nii ettevõtteid, organisatsioone, meedia kui ka kodanikke saavad igaüks teha midagi, et mõista oma vastutust arenguriigi tootja ees; teha valikuid, mis toetavad võrdsemaid suhteid ja vaesuse vähendamist, mitte süvendamist, ning hoiduda toidu raiskamisest.



Catarina Marinho nägemus õiglaselt ja säästlikult toodetud toidust, mis võitis üle-euroopalise fotokonkursi.

### Mondo Arengupoliitika Teataja 2/2016

Väljaandja: MTÜ Mondo  
Sisutoimetaja: Kristina Mänd, Janika Tamm  
Keeletoimetaja: Katrin Kern  
Kujundus: Triinu Tulva  
Kaane-fotod: Kair Käsper, Open Grid Scheduler / Grid Engine, Geneva Vanderzeil

Teatajas on Creative Commons litsentsi alusel kasutatud järgnevate autorite fotosid: Open Grid Scheduler / Grid Engine, Tom Page, Geneva Vanderzeil, A Pair & A Spare, mis pärinevad Flickr.com leheküljelt.

ISSN 2461-2286

MTÜ Mondo on Eesti organisatsioon, mis töötab humanitaarabi, arengukoostöö ja maailmahariduse vallas. Aastast 2013 koordineerib MTÜ Mondo vastutustundliku tarbimise alast tegevust Eestis, vedades projekte, tehes teavitustööd ja huvikaitset, liites õiglase kaubanduse sõpru ning tähistades õiglast kaubanduse nädalat oktoobris ja Fairtrade'i päeva mais.

Mondo Arengupoliitika Teataja on valminud projekti „Fair Superbrands“ kampaania „SUPPLY CHA!NGE. Muudame poeketid õiglaseks“ raames, mida rahastab osaliselt Euroopa Komisjon. Projekti eesmärk on lahendused üha pakilisemale probleemile: kuidas vähendada keskkonnale tehtavat kahju ja parandada töötingimusi üleilmsetes tar-

neahelates, mille kaudu jõuavad Euroopa toidupoekettide riikidele kaupluste omatooted. Teataja ei pruugi väljendada Euroopa Komisjoni vaateid.

Teataja on saadaval ka veebis, aadressil [mondo.org.ee](http://mondo.org.ee).



EESTI  
ARENGUKOOSTÖÖ

# KUIDAS SAAB ARENGURIIGI TÖÖLISE JA TOOTJA ELU MÕJUTADA EESTI ...



Kuigi arenguriigi talunikud ja töölised elavad meist kaugel, kasvatavad nad meile vajalikke asju ja soovivad sama, mis meie – väarikat, õnnelikku ja turvalist elu endale ja oma peredele. Foto: Karolin Kruuse

## ... MINISTEERIUM

*Marko Gorban, Maaeluministeeriumi põllumajandus- ja maaelupoliitika asekancler*

Sõltub ostuotsustest ja tarbimisharjumustest nii tootevaliku kui ka ostukoha puhul (suurest poest, turult, otse tootjalt), milline tulu jõuab tooraine tootjani ehk põlumehele. Mida lühem on tarneahel, seda läbipaistvamalt kujuneb hind ning seda tõenäolisemalt saab toidutootja oma toote eest õiglast hinda, seda ka arenguriigi põlumehe puhul. Oma valikutega saab igaüks kaasa aidata põllumeeste käekäigu paranemisele nii Eestis kui ka arenguriikides. Ametnik saab panustada eelkõige põllumajandustootjate positsiooni parandavate poliitikavaldkondade kujundamise ja meetmete ellukutsumisega, mis ühelt poolt aitavad vähendada riikidevahelisi kaubandustõkkeid ning teiselt poolt tõstavad tarbijate teadlikkust. Uuringud näitavad, et inimesi huvitab üha rohkem, kust on pärit nende laual olev toit, kes on selle tootnud ning kas tootmine on olnud eetilise ja keskkonnanõidlik.

## ... ETTEVÕTE

*Kristo Tuurmann, Loodusvägi OÜ tegevjuht*

Viimastel aastatel on üsna raske mitte kuulda ja näha seda, mis maailmas toimub: internet teeb väga hästi selgeks, millised ettevõtted võtavad maha vihmametsa või

millise toote valmimiseks on kasutatud lapstööjõudu. Kuid mida rohkem tuleb infot ja mida raskem on seda ignoreerida, seda enam inimesi käib justkui silmaklapid peas, tehes näo, et ei näe ega kuule – see justkui õigustab tehtud tegusid ja ostueelistusi. Loodusvägi on hakanud veel rohkem rõhku panema õiglase kaubanduse toodetele, ja kuigi mahetootmises on kogu tooraine päritolu jälgitav, oleme teinud lisasamme, et arenguriikidest tuleva toorainega kaubeldaks õiglase kaubanduse põhimõtete järgi. Meie planeet jääb järjest väiksemaks ja iga meie otsus mõjutab aina enam teisel pool maakera toimuvat. Me kõik hääletame iga päev iga oma euroga – seega võtame vastutuse!

## ... MEEDIA

*Kristen Paris, EPL-i arvamustoimetuse juhataja*

Iga kord, kui avan oma ühistu prügikasti, tabab mind ahastus – klaas, plast, kõik segamini, kuigi piisaks väikesest pingutusest, et taaskasutatav praht õigesse kohta viia. Ja ometi peaks just meie inimeste keskkonnatunnetus olema erakordselt võimas, sest eks alanud ju laulev revolutsiooni keskkonnaliikumisest. Aga teate, mis mõjub? Ikkagi selged rahalised ahvatlused (panditaara tegelikult siiski jõuab tagasi). Riiklik regulatsioon. Võib-olla ka sanktsioonid. Ehk siis: kui meedia suudab survegruppide abil veenda poliitikuid, et nad saavad keskkon-

nakaitse alal õilmitseda, tulevad ka vastavad õigusaktid – ning inimesed kuuletuvad. Nii masendavalt kui see ka ei kõla, istub ori meis sügaval sees. Seda, et inimesed vabatahtlikult massiliselt maailma parandama hakkaksid, ei tasu vist enne nõukogudeaegsete põlvkondade manalasse varisemist loota.

Keskkonnanäide on aga küllap ilmekas, kuivõrd ülesmäge võitluseks kujuneb soov panna hoolima kellestki kuskil kaugel neid, kes omaenese koduse solgipangegagi hakkama ei saa. Ent siiski, üks lootus on. Rollimudelid. Minu pärast seebikate näitlejad. Lauljad. Kui mõni neist võtab teema südameasjaks, võib palju korda saata. Veenda kasvõi seadusandjaid, et arenguriigi tootjate toetamine on *cool* ja toob neile hääli, ja kauplusekette, et ka nemad on osa uuest *cool*'ist maailmast. Vaadake, millega on hakkama saanud Bono! Aga see toimib vaid noorte puhul, *homo soveticus*'t veenab vaid korraldustega.

## ... ORGANISATSIOON

*Riin Savi, Eesti Kaupmeeste Liidu tegevjuht*

Minu igapäevatöö peamine eesmärk on toetav ja stabiilne ärikeskkond Eesti kaupmeestele. Sama tähtis on edendada ka heade kaubandustavade järgimist ja arendamist. Vastutustundlik ettevõtetus ja kauplemine on killuke sellest. Mõne arenguriigi talunik tundub meist kaugel olevat, aga tegelikult on ta meie müüdavate puuviljade, kohvi, tee või kakao kaudu meile väga lähedal. Esiteks saame neid toetada õiglase kaubanduse märgisega tooteid pakkudes: loodame, et Eesti poekettide ja väikepoodide arv, kus märgistatud tooted saada on, kasvab veelgi. Teiseks saame olukorda mõjutada, väärtustades tarneahela kui teraviku eetilist, usaldusväärset ja efektiivset toimimist. Eesti kaupmehed töötavad selle nimel, et koos toidutootjate ja põllumeestega vastu võtta tarneahela head tavad, mille eesmärk on ebaausate kauplemisvõtete vältimine ning heade partnerluspraktikate juurutamine, mis laieneb ka riigipiiri taha. Edumeelne kaupmees on sotsiaalselt vastutustundlik, mis toetab ka arenguriigi tootjate ja tööliste õiglase tasustamise suuremat väärtustamist nii kaupmeeste kui ka klientide seas.

## ... NOOR

Martina Vesper, 13-aastane Kiili kooli õpilane

Mina arvan, et Eesti tarbija peaks rohkem vaatama, mida ja kui palju ta endale koju ostab. Poest tuleb osta mõistlikus koguses head toitu, selleks peab vaatama, kust maalt see toit tuleb, mis firmalt. Igapäevatooteid ostan tavaliselt Eesti omasid, kuid paljusid toiduaineid Eestis ei toodeta. Kui ma ostan sellist toitu, püüan leida õiglase kaubanduse märgiga tooteid (Fairtrade), et seda toetada. Mina tahan, et nii ettevõtte kui ka see inimene, kes tegelikult toodab, saaks õiglase tasu ja normaalselt elada.

Õiglane tootmine pole aga seotud ainult toiduga, vaid ka riiete ja jalanõudega. Meile on koolis palju räägitud tervislikust toitumisest, kuid mitte kunagi õiglase kaubanduse toodetest. Oleks tore, kui meile tuleks kooli rääkima mõni sellest teadev inimene, et me kõik õpiks juba noorena õigesti tarbima.

## ... ÜLIÕPILANE

Seth Amofah, Eesti kunstiakadeemia urbanistika üliõpilane, pärit Ghanast

„Meie ülesanne on kindlaks teha, et maailmaturg kaasaks laialdaselt väärtusi ja tavasid, mis peegeldaks globaalseid sot-

siaalseid vajadusi, ja et kõik inimesed maailmas saaksid osa globaliseerumise hüvedest,” on öelnud Kofi Annan, ÜRO endine peasekretär. Tarbijatena on meil kohustus kindlustada, et iga meie igapäevastele toodetele kulutatud sent parandaks „vaeste” inimeste ja arenguriikide kogukondade elukvaliteeti. Selleks et mõjutada toormetootjate elu positiivselt, peavad Eesti tarbijad ostma rahvusvaheliselt tunnustatud jätkusuutliku toidu tarbimise ja tootmise sertifitseerimismärgistega tooteid. Nii saab tarbija olla veendunud, et toodete eest makstud raha parandab inimeste või kogukondade elu toote päritolukohas.

# ASJAKOHASED SELGITUSED

## Vastutustundlik tarbimine

(ingl *responsible consumption*)

Arusaam võrdsemast ja kestlikumast maailmast ning oma otsuste ja tegevuse tagajärgedest, olgu need üksikisiku, organisatsiooni või riigi tasandil, mis on jõukohane igaühele sõltumata sissetulekust. Mondo pöörab tähelepanu eelkõige sellisele vastutustundlikule tarbimisele, mis mõjutab inimeste elu arenguriikides.

## Õiglane kaubandus

(ingl *fair trade*)

Rahvusvaheline kokkulepe, mis seisab arengumaade väiketootjate huvide eest ja mille raames kaubeldakse arengumaadest

tulevate toodetega, nagu nt kohv, kakao, tee, suhkur, troopilised puuviljad, šokolaad, riis, kinoa, pähklid, õli, puuvill, aga ka kuld, vein, mesi ja kosmeetika, ning mille tootmisprotsessile on loodud rahvusvahelised standardid.

## Fairtrade

Fairtrade International'i juhitava sertifitseerimis- ja märgistamissüsteemi üks märgis, mis lubab, et tootjatele on makstud lepingutega sätestatud miinimumhinda, makstud on lisatasu tootjaühistu või kogukonna arendamiseks, keelatud on lapstööjõu ja orjatöö kasutamine, tootmine on olnud keskkonnasäästlik ning töötajatele on tagatud paremad töötingimused. Märgist

saavad kanda tooted, milles on kasutatud Fairtrade'i standarditega sertifitseeritud toorainet.

## Ebaausad kauplemisvõtted

(ingl *unfair trading practices*)

Jaemüüjate poolt tootjatele ja tarnijatele peale surutud kauplemisvõtted, mis ohustavad viimaste olemasolu, nt jaemüüjate ühepoolne hindade langetamine, kaubanduslepingute muutmise tagasiulatavalt, kulude ja riskide tootja kanda jätmise, lepingusuhete järsk ja ebaõiglane lõpetamine, tellimuste muutmise lühikeses etteatamisega, tootjate ähvardamine lepingu lõpetamisega, kui nad ei suuda jaemüüjate aina kasvavatele nõudmistele vastata, või jaemüüjate kehtestatud trahvid, kui tootjad ei suuda tarnekogustega toime tulla.

## Omamärgitooted

(ingl *private labels*)

Kaupluskettide tellimisel ja nendes müümiseks tehtud kaubad. Nad ei kannu mitte tootja, vaid kas poe enda nime ja logo (nt Rimi riis, Marks&Spenceri teed) või müüjale kuuluvat kaubamärki (nt I love Eco Rimis, Rainbow Primas või Hüva ja Säästu sarjad Coop Eesti kauplustes).

## Miinimumhind

(ingl *minimum price*)

Väikseim võimalik hind, mille kokkuostja (mitte lõpptarbija) Fairtrade'i märgisega tooteid ostes tootjaorganisatsioonile maksub. Miinimumhind on seatud selliselt, et



Meie võimuses on olukorda muuta, eelistades kauplustes õiglase kaubanduse märgisega tooteid. Foto: Merli Jürisoo

tootjaorganisatsioonid saavad hinna, mis katab toodete kestliku tootmise kulud, ning seesama hind kaitseb talunikke ka siis, kui maailmaturu hinnad nende tullekku kahjustama hakkaks. Kulude kujunemist uuritakse ja selleks peetakse läbirääkimisi nii tootjate kui ka asjatundjatega. Miinimumhind ei ole kindlaks määratud lõpphind, vaid madalaim võimalik alus hinnaläbirääkimistele tootja ja ostja vahel. Miinimumhind pannakse paika õiglase ja süsteemse lähenemisega ning seda uuendatakse regulaarselt, et garanteerida tootmiskulude katmine. Kui turuhind on aga kõrgem kui Fairtrade'i miinimumhind, peab kokkuostja siiski tasuma turuhinna. Sel juhul kujundab kokkuostuhinna nt kakaobade kvaliteet.

### Lisatasu

(ingl *Fairtrade Premium*)

Raha, mida Fairtrade'i sertifikaadiga tootjad teenivad lisaks kokkulepitud hinnale ja millega nad vastavalt vajadusele kas toetavad oma töölisi või mida nad investeerivad, et paraneksid kogukondade majanduslikud ja keskkondlikud tingimused ning elukvaliteet.

### Lapstööjõu kasutamine

(ingl *child labor*)

Teatud vanusepiirist nooremad lapsed peavad tegema neile sobimatut tööd, mis segab koolikäimist, õppimist ja puhkust; takistab lapse füüsilist, moraalselt, emotsionaalselt ja psühholoogilist arengut ning võimaldab tootjatel hoida hinnad madalad. Lapsed ei saa või ei tohi töötamise pärast käia koolis, mängida ega olla lapsed. See, et laps teeb tööd koolivälisel ajal ega ole

selleks sunnitud, on üldjuhul hea ja kasulik, sest nii areneb töötegemise harjumus, vastutustunne ja ka iseseisvus. Seda nimetame lapse tehtavaks tööks. Lapstööjõu kasutamine on kuritegu ja sel moel toodetud kaupade ostmine on vale vaatamata sellele, et see võib olla kultuuriliselt või vajadustepõhiselt argumenteeritud.

### Tarneahel

(ingl *supply chain*)

Tarneahel ehk logistiline võrgustik on toote või teenuse tarnijalt kliendile liikumisel kasutatud organisatsioonide, inimeste, tehnoloogiate, tegevuste, info ja muude ressursside süsteem ([http://www.lvrkk.ee/kristiina/Liina\\_Maasik/CM3/v\\_taktika\\_tarneahela\\_juhtimine.html](http://www.lvrkk.ee/kristiina/Liina_Maasik/CM3/v_taktika_tarneahela_juhtimine.html)).

### Supply Chain Initiative (SCI)

2011. a sõnastatud heade tavade põhimõtted, mille kaubandusorganisatsioonid kujundasid Euroopa Komisjoni palvel vabatahtlikuks mehhanismiks. Kuigi komisjon võttis SCI soovitusel 2012. aastal vastu, oli mehhanism jõetu ja tootjatele kasutu.

### Sertifitseerimissüsteem

Tõend, millega kinnitatakse või tõendatakse, et teatud toote tootmine vastab eelnevalt kokkulepitud tingimustele.

### Mitterahaline aruandmine

(ingl *nonfinancial reporting requirement*)

Aruandmine ka oma tegevuse sotsiaalsetest ja keskkondlikest tagajärgedest ja mõjust.

See bülletään on toidust, toidu tootmisest ja tarnimisest ning projekti „Fair Superbrands“ kampaaniast „SUPPLY CHA!NGE. Muudame poeketid õiglaseks“. Vastutustundliku tarneahela üks olulisi osi on kaupluseketid. Kauplusekettidel on tohutu mõju sellele, kuidas kaupa, aga eriti nende omatoodetena (ingl *private labels*) müüdatavat kaupa toodetakse ning kas järgitakse EL-i ja liikmesriikide valitsuste paikapandud reegleid õiglase töötingimuste loomiseks ja keskkonnamõju vähendamiseks. Meie hinnangul ei ole nad seni piisavalt pingutanud, et neid reegleid täita ja oma mõju õigesti kasutada. MTÜ Mondo töötab kampaania „SUPPLY CHA!NGE“ raames koos 29 organisatsiooniga üle Euroopa selle nimel, et sellised reeglid toimiksid ning Euroopa kaupluseketid töötaksid ja toodaksid kaubamärkide omatooted õiglases ja keskkonnanahoidlikes tingimustes: <http://supplychainge.org/projekt-ee/?L=ee>

Projekti „Fair Superbrands“ kampaaniat „SUPPLY CHA!NGE. Muudame poeketid õiglaseks“ rahastab osaliselt Euroopa Komisjon. Tegevused ei pruugi väljendada Euroopa Komisjoni vaateid.



## KUIDAS PARANDADA TOIDU MAITSET? PROJEKTI „SUPPLY CHA!NGE“ ETTEPANEKUD

Oleme harjunud poekettide riulilt leidma kaupa, kus tootja nime asemel on pakendil kaupluse oma. Kui kunagi olid sellised omatooted mõeldud kõige tavalisemate ja odavamate kaupade, nt kuivainete jaoks, siis nüüd polegi vist enam toodet, mida nii ei müüda. Enamgi veel – lisaks enda nimele (nagu Selveri jogurt, Marks&Spenceri teed) on kauplused kasutusele võtnud kaubamärke, mis esmapilgul neile ei viitagi,

olgu siis I love Eco Rimis, Rainbow Prisma või Hüva sari Coop Eesti poodides. Tarbijale tähendavad sellised tooted tavaliselt soodsamat hinda, kauplusele enesereklaami ja suuremat kasumit – kõik peaksid olema rahul. Probleem on aga selles, et jaekaubanduse koondumine Euroopas üha suuremate super-, hüper- ja muude markettide kontrolli alla tähendab ka nende aina kasvavat võimu mõjutada, mis tingimustes

neis müüdatavat toitu kasvatatakse ja valmistatakse. Paraku ei tee nad seda alati õiges suunas.

Sundides varustajatele peale oma tingimused, panevad poeketid neid omakorda koorima viimast nahka toidu kasvatajatelt, kes sageli on arengumaades niigi väga kehvades tingimustes elavad ja töötavad naised, mehed ja pahatihti ka lapsed. Selle tulemuseks on meie jaoks loomulike inim- ja



Kusagil maailmas ei ole omamärgitooted nii levinud kui Euroopa Liidus – praeguseks peaaegu 40% kogu toidukaupade jaemüügist. Kuna suured kauplused kontrollivad turgu üha enam, on nende omamärgitoodetest saanud juhtiv tegur toiduainete hinnakonkurentsis. Foto: Tom Page

tööõiguste rängad rikkumised, normaalset äraelamist mittevõimaldav töötasu, aga ka keskkonnareostus ja liigilise mitmekesisuse vähenemine. Nii on juhtunud Lidl, Aldi ja Tesco poekettidega ja nende vastased süüdistused on olnud tõsised.

Kauge mure? Meie toidu kasvatajate mure ei saa olla meile võõras ega kaugel. Oleme uurinud Eestis Rimi ja Prisma käest, kuidas toodetakse nende omatooteid, mille tooraine tuleb arenguriigist, ning saame tõdeda, et mõlemad pingutavad kõvasti, et ausalt ja hästi toimetada. Koos „SUPPLY CHANGE’i” kampaaniapartneritega oleme välja töötanud ettepanekud, mida soovime kauplusekettidelt, riikide valitsustelt ja Euroopa Liidult, et parandada töötingimusi tarneahelates ja vähendada kahjulikku mõju keskkonnale.



## SOOVIME, ET MEIE POEKETID

### austavad inimõigusi ja parandavad töötingimusi oma tarneahelas

Poeketid peavad mõistma oma vastutust tingimuste eest, milles nende juures müüvat kaupa toodetakse. Haruldane pole ka lapstööjõu kasutamine: ligi sada miljonit 5–17-aastasest poissi ja tüdrukut peavad koolis käimise asemel töötama põllumajanduses, metsanduses või kalanduses.

### lõpetavad raiskamise ja vähendavad oma ökoloogilist jalajälge

Poeketid julgustavad ületarbimist. Eripakendused, kampaaniad stiilis „Osta 2, saada 1 tasuta”, aasta ringi kõikjal maailmas saada olevad marjad ja puuviljad jne mõjutavad bioloogilise mitmekesisuse kadumist, rais-

avad energiat ja saastavad keskkonda. Kas teadsid, et maailmas aastaga müüdava koguse apelsinimahla jaoks on vaja peaaegu pool miljonit tonni pakendimaterjali, millest suur osa rändab pärast kasutamist prügimäele või jääb loodusesse vedelema? Saagikuse tõstmiseks ohtralt kasutatavad putukamürgid reostavad keskkonda ning rikuvad istandustes ja põldudel töötajate tervist. Maailma Tervishoiuorganisatsiooni andmetel sureb maailmas aastas 20 000 inimest põllumajanduses pestitsiidide kasutamise tagajärjel.

Kui iga inimene vastutab selle eest, mida ostab, siis pood vastutab selle eest, mida oma riigilisel müüb. On poekettide teha, et kaup oleks mõistlikult, mitte ülemäära pakendatud, ning ei pakutaks keskkonda kurvalt valmistatud tooteid.

### maksavad õiglast töötasu

Arengumaade töölised ja nende pered peavad saama oma töö eest õiglast tasu ning neil peab olema võimalik elada inimlikult ja väärikalt. Paljudes riikides ei kata miinimumpalk isegi esmavajadusi. Poekettide võimuses on tagada, et nende varustajad – rahvusvahelised suurfirmad, kes tootjalt kauba kokku ostavad – maksavad tootjatele õiglast tasu, kuna tänu nende tööliste pingutustele on poodidel, mida müüa. Eriti otsene on müüjate vastutus poekettide omatoodete puhul.

### lõpetavad oma ostujõu kuritarvitamise

Euroopa jaemüüjate ühised hanked on viinud turu suure kontsentreerumiseni. Jaemüüjad sõltuvad väikesest hulgast tarnijatest, kes omakorda saavad nii kodumaistele kui ka arenguriikide tootjatele

ette kirjutada tingimusi, nagu nt hindade ühepoolne langetamine, kokkulepete tagasiulatuv muutmine või tellimuste muutmine lühikese etteavastamisega.

Eestis on ettevõtete ja tootjate ühendused algatanud selle kohta käiva hea tava väljatöötamise. Euroopa Parlament on otsustanud, et kõikides liikmesriikides tuleb rakendada meetmeid nende jaemüüjate ja firmade suhtes, kes suruvad oma lepingupartneritele ebaõiglaselt peale kahjulikke tingimusi.

**SOOVIME**, et iga poekett ja ka pood Eestis teadvustaks oma mõju ja vastutust terve toote- ja tarneahela ulatuses ning aitaks tarbijatel vastutustundlikult käituda.

Tuleks rõhutada sertifitseeritud kaupade (nt Fairtrade, UTZ Certified, Rainforest Alliance) väärtust, hoiduda kampaaniatest, mis põhinevad ainult hinnal ja kogusel, ning teha enda poolt kõik, et omatooted oleksid sama läbipaistva toote- ja tarneahelaga kui sõltumatult auditeeritud õiglase kaubanduse tooted.



## EUROOPA LIIDULT OOTAME, ET

### võetakse vastu ÜRO Toidu- ja Põllumajandusorganisatsiooni ning Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsiooni suunis vastutustundlike põllumajanduslike tarneahelate kohta

EL peab EL-i ja liikmesriikide tasandil koordineerima, et see suunis vastu võetaks. Suunisega pannakse alus uuele EL-i toidusektori algatusele, kohandades selle ametlikuks EL-i suuniseks või õigustekstiks ja/või EL-i tegevuseks sektori arendamise alal, samal ajal kui liikmesriigid rakendavad riiklikke tegevuskavasid.

### uuendatakse Euroopa konkurentsipoliitika raamistikku

EL peab tegelema selliste struktuuriliste küsimustega nagu ostja jõu ülemäärane kuhjumine ja jaemüügisektoris suurenenud turukontsentratsioon, kasutades muudetud lähenemisviisi ühinemiskontrollile.



## SOOVIME, ET EL-I RIIKIDE JA KA EESTI VALITSUSASUTUSED

### panevad paika õigusraamistiku, sh järelevalvet ja karistusi puudutavad sätted, mis võtavad jaemüüjad vastutusele tarneahelates inimõiguste rikkumise ja keskkonna hävitamise eest

Need õiguslikud mehhanismid peavad

olemas olema nii riikides, kus tooteid müüakse, kui ka riigis, kus asub jaemüüja peakorter, ning need peavad põhinema avalikul jõustamismehhanismil.

### tagavad, et mitterahalised (muu kui finantsteabega seotud) aruandlusnõuded laienevad ettevõtete tarneahelatele

Eestis võeti Euroopa direktiiv küll täies mahus üle, kuid hoiak on olla pigem kohustuste vastu – teha nii vähe kui võimalik, uskumata ise aruandlusnõuete kasulikkusesse. Eestis puudutab mitterahalise aruandluse nõue 50–60 ettevõtet ja nende hulgas ei ole selliseid poekette nagu Maxima, Prisma ja Rimi, kuna need on grupiettevõtted, kes annavad aru oma emaettevõtetele, kes annavad omakorda aru oma riikides. Meie poekettidest puudutab see ainult Kaubamaja AS-i. Peame lähtuma ka sellest, et määrused on üks asi,

kuid olulisem on ettevõtlusorganisatsioonide ja avaliku sektori kommunikatsioon, miks neid vaja on ja mis väärtus ettevõtetele tuleb, sest lihtsalt öelda, et peab, pole väga inspireeriv ja neid ettevõtteid, kes ise tahavad kogu aeg ekstra pingutada, üleliia palju pole.

### korraldavad ebaausate kauplemisvõtete ennetamise ja keelustamise

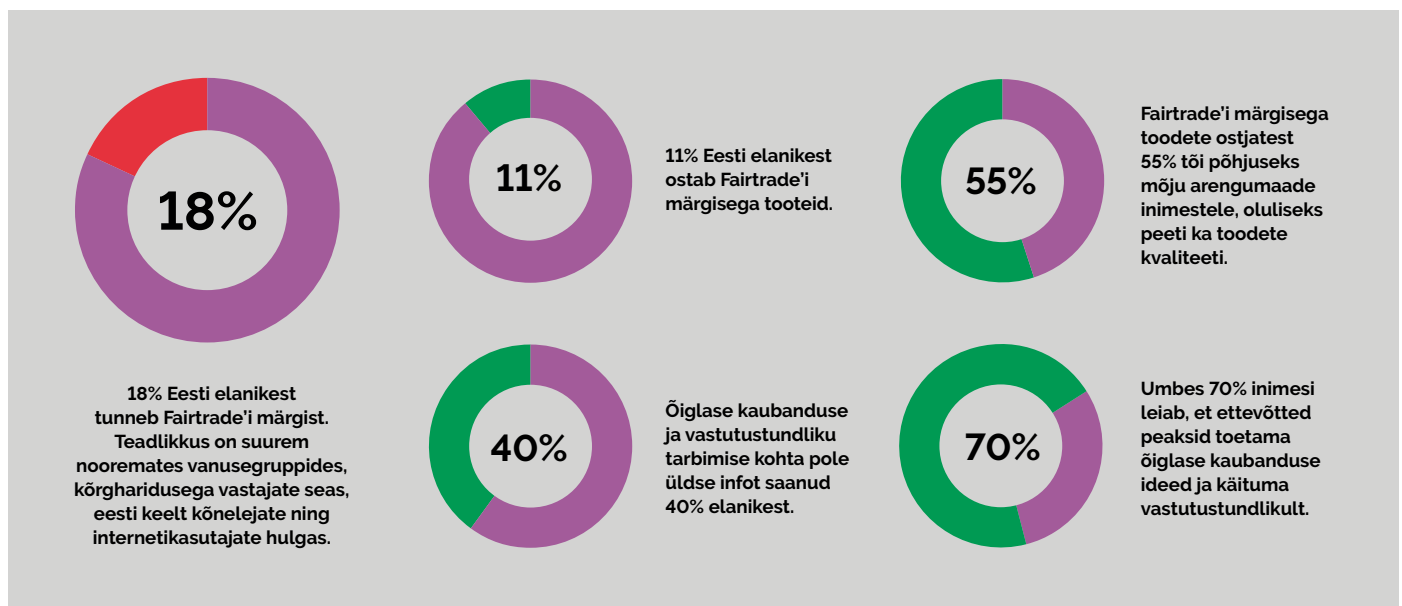
7. juunil 2016. a otsustasid Euroopa Parlamendi saadikud hääletega 600 poolt, 48 vastu (24 erapooletut), et kõikides liikmesriikides tuleb samade põhimõtete alusel rakendada meetmeid nende jaemüüjate ja ettevõtete suhtes, kes suruvad oma lepingupartneritele peale ebaausaid tingimusi. Eestis on ettevõtjate ühendused alustanud ebaausaid kauplemisvõtteid vältiva hea tava väljatöötamisega, millele lisaks kaalutakse ministeeriumi tasandil ka eba-

ausaid kauplemisvõtteid ennetava ja selle eest karistava regulatsiooni väljatöötamist. Euroopa Liidu ühisturg nõuab ka ühist lähenemist.

Koos partneritega jälgime tähelepanelikult õiguslikke meetmeid, mis reguleerivad kauplemisuhteid Euroopa Liidu liikmesriikide ja arenguriikide vahel. Kui Euroopa Liidu liikmesriikides sees ja vahel toimivates kauplemissuhetes on sõltuvalt riigist kontroll ühel või teisel viisil olemas, siis EL-i liikmesriikide ja arenguriikide vahel see puudub. 2016. a suvel Euroopa Parlamendis vastuvõetud otsus reguleerib kauplemisvõtteid sõltumata piirkonnast ja aitab kaasa arenguriikide tootjate elujärje parandamisele.

Soovituste põhjalik tekst on saadaval: <http://supplychainge.org/eestkoste-uus/eestkoste/?L=ee>

## MIDA ME TEGELIKULT TEAME? MIDA ME TEGELIKULT SÖÖME?



Allikas: Turu-Uuringute AS-i Omnibuss küsitlus, 2016 „Eesti elanike arvamus öiglasest kaubandusest“

Suur osa kaupu, mida iga päev tarbime – kohv, tee, suhkur, šokolaad, riis, puuvillast riided jne –, on kas kasvanud arengumaades või tehtud seal kasvanud toorainest. Kaubanduskettide ja rahvusvaheliste kokkuostjate surve hindu alla lüüa ja oma kasumeid suurendada on viinud selleni, et tooraine kasvatajad saavad oma töö eest vaid närust tasu, millest ei jätku vää-

rikaks eluks. Need sajad tuhandet naised, mehed ja sageli ka lapsed on ilma jäetud meile loomulikest õigustest, nagu puhkus, haiguspäevad või kaitse töandja suvast tingitud vallandamise eest – ja neil ei ole enamasti võimalik valida endale muud tööd või kaubelda paremaid tingimusi. Neile pealesurutud intensiivsed tootmisvõtted kurnavad maad ja reostavad loodust.

See ei ole võõras mure. Kuigi need inimesed elavad meist kaugel, kasvatavad nad meile vajalikku toorainet ja soovivad sama, mis meie – väärikat, õnnelikkude ja turvalist elu endale ja oma perele. Keskkonnakahju ei püsi ühes riigis, vaid mõjutab kliimamuutustena kogu meie planeeti. Meie asi on teada, millistes tingimustes meie igapäevast toitu toodetakse:

## BANAANID

Eestis müüakse / ostetakse keskmiselt 12,5 kg banaane inimese kohta (2015. a).

Banaanikilo keskmine hind on 25% madalam kui õuna oma.

Banaani peetakse sageli ekslikult puuviljaks, kuid tegelikult kannavad banaane maailma suurimad rohttaimed.



Banaane kasvatatakse enam kui 150 riigis ja banaanid on teravilja, suhkru, kohvi ja kakao järel viies kõige olulisem toidukaup, mida toodetakse aastas üle 107 miljoni tonni. See kogus laseks kogu Eestimaa katta 6 meetri paksuse banaanikihiga.

Mondo on liitunud üle-euroopalise projektiga „Make Fruit Fair”, mis keskendub just banaanide tootmis- ja tarneahelas olevate probleemide lahendamisele: [makefruitfair.org/et/](http://makefruitfair.org/et/)

„Make Fruit Fair” tehtud uuring räägib, miks muidu magus puuvili võib maitsta päris kibedalt: [makefruitfair.org/the-human-cost-of-cheap-bananas/](http://makefruitfair.org/the-human-cost-of-cheap-bananas/)

## APELSINIMAHL

Eestis ostetakse ligi 32 miljonit liitrit mahlatoodet aastas ning populaarseim on jätkuvalt apelsinimahl.

Töölised korjavad kümneeurose päevatasu eest 1,5 tonni apelsine päevas. Neil puudub kaitse päikese eest ja nad tassivad 30-kiloseid apelsinikoguseid.



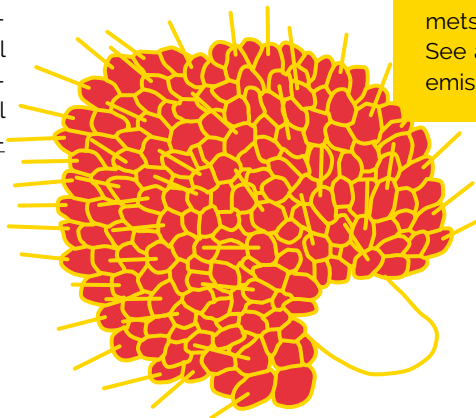
Keskmine eurooplane joob 11 liitrit apelsinimahla aastas, millest 80% on pärit Brasiiliast ehk neli klaasi apelsinimahla viiest tuleb Brasiiliast.

Raportist „Tühjaks pigistatud: apelsinimahlaäri telgitagused” ([supplychainge.org/uuringud/apelsinimahl/?L=ee](http://supplychainge.org/uuringud/apelsinimahl/?L=ee)) selgub, et apelsinimahla tööstusel läheb majanduslikult hästi ja eksportijate kasum on korralik. Paraku juhtub see apelsinikasvatustes ja mahlatehastes valitsevate kehvade töötingimuste ja looduse arvelt.

## PALMIÕLI

Soomlaste Finnwatch tegi 2014. a Malaisia kohta uuringu, mis tõi välja rasked tööõiguse rikkumised ka jätkusuutliku palmiõli ümarlaua (Roundtable on Sustainable Palm Oil ehk RSPO) poolt sertifitseeritud istandustes. 2016. kirjeldas keskkonna hävitamist Indoneesias austerlaste Global 2000 uuring „Palmiõli: hävitatud keskkond, varastatud maa”. Mõlemad uuringud on saadaval siin: [supplychainge.org/research-eu/palm-oil-en/?L=eu](http://supplychainge.org/research-eu/palm-oil-en/?L=eu)

Mõnel palmiõlil on must saladus – metsade hävitamine. Indoneesias raiutakse järjepidevalt maha vihmametsa, et teha ruumi aina laienevale õlipalmikasvandusele (Greenpeace 2014).



Me kasutame palmiõli paljudes toiduainetes, kreekides, seepides, šampoonides, puhastusvahendites, šokolaadis, hambapastas ja isegi biodiislikütuse tootmises. Selle tootmiseks hävitatakse troopilist metsa, et selle asemele õlipalmiistandusi rajada. See aga suurendab oluliselt kasvuhoonegaaside emissiooni atmosfääri.

Indoneesia on palmiõli tootmises esirinnas. Kui palmiõli tootmine jätkub samasuguse tempoga nagu praegu, siis 15 aasta pärast on Indoneesia troopiline mets hävitatud. Palmiõli suurim tootja on Malaisia, mille istandustes töötavatest tööstistest enam kui 80% on migranttöölised Indoneesias, Bangladeshist ja Nepalist.



## KOHV

Pauligi andmetel on suurimad kohvijoojad soomlased, tarbides enam kui 11 kg kohvi inimese kohta, samal ajal kui eestlaste keskmine kohvitarbimine on 5 kg aastas.

Teised suured kohvijoojad elavad Norras, Rootsis, Taanis ja Hollandis. Statistika andmetel tarbitakse neis riikides 10–12 kg kohvi inimese kohta aastas. Iga päev juuakse maailmas 1,8 miljardit tassi kohvi.

Kohvi päritolumaa on Etioopia, kust pärineb ka peamiselt kasvatatav kohvipuu liik – araabika (*Coffea arabica*). Selle osakaal maailmas toodetavast kohvist on kuni 75%. Teine kohvipuu liik on robusta (*Coffea canephora*), mille maitse on araabika omast tugevam.

Kohvi kasvatamine ja korjamine on raske töö. Hea korjaja korjab päevas 50–100 kg kohvimarju, millest saab 10–20 kg kohviube.

Kohvitööstus on peamiseks sissetulekuallikaks enam kui 200 miljonile inimesele. Finnwatchi värske uuring „Puru kohvilaualt” annab hea ülevaate probleemidest kohvitootmises ja sotsiaalsest vastutustundlikkusest Soomes müügil oleva kohvi põhjal: [http://www.finnwatch.org/images/pdf/FW\\_Coffee\\_report\\_18102016.pdf](http://www.finnwatch.org/images/pdf/FW_Coffee_report_18102016.pdf)

## ŠOKOLAAD

Tööga kakaoistandustes teenib elatist üle 14 miljoni maapiirkondade töötaja ja nende pere liikme. Enamik kakaokasvatajaid pole šokolaadi ise mitte kunagi maitsta saanud.

Uuring „Šokolaadi kibe külg: rahvusvahelise šokolaaditööstuse taga peituv tõde” toob nähtavale sektoris valitseva ebavõrdsuse talunike, tootjate ja jaekaubanduse vahel ning heidab valgust kakaotootjate sotsiaalsetele ja keskkonnaprobleemidele: [supplychainge.org/uuringud/sokolaadi-kibe-kuelg/?L=ee](http://supplychainge.org/uuringud/sokolaadi-kibe-kuelg/?L=ee)

2016. aastal suureneb üleilmse šokolaadist tehtud maiustuste turu netokäive hinnanguliselt 100 miljardi dollarini.

Eestis tarbitakse 6 kg šokolaadi inimese kohta aastas. Šveitsis tarbitakse šokolaadi kõige enam – 10 kg inimese kohta aastas.

Samal ajal kui turg suureneb ja kasumid kasvavad, võtavad miljonid kakaotalunikud kulude põhikoorma enda kanda, saades tulust endale aina vähem.

Kakaopuu hakkab vilju kandma umbes viieaastaselt. Puu annab head saaki ligi kümme aastat, seejärel saagikus langeb.

## SUHKRUROOG

Hollandi organisatsiooni SOMO 2015. a tehtud uuring näitas, et jätkusuutlikkuse probleemid on tõsised – töö suhkrurooistandustes on ebakindel ja halvasti tasustatud ning turvanõuetest ei peeta kinni. Mõnikord kasutatakse ka orjatööd ja lapstööjõudu: [supplychainge.org/research-eu/sugar-cane-en/?L=eu](http://supplychainge.org/research-eu/sugar-cane-en/?L=eu)

Kuigi 80% maailmas kasutatavast suhkrust toodetakse suhkruroost, on vaid 4,5% ülemaailmsest tootmisest sertifitseeritud. Ainult 20% EL-is tarbitavast suhkruroost vastab tegelikult EL-i kehtestatud standarditele. See aga suurendab oluliselt kasvuhoonegaaside emissiooni atmosfääri.

Suhkruuroo taimemahlast tehakse suhkrut, suhkrutootmise jääkidest aga rummi. Lehti söödetakse koduloomadele, neist toodetakse paberit, riiet, kiudplaate ja kemikaale. Neid kasutatakse ka kütteks.

# POEKETTIDE OMATOODETE TARNEAHEL

## KONVENTSIOONID, STANDARDID, KOKKULEPPED, TINGIMUSED

**Millised on teie põhimõtted seoses ettevõtja sotsiaalse vastutusega, mis puudutab just tootjaid ja töölisi arenguriikides?**

**Prisma:** Prisma kuulub S-Gruppi (SOK) ning inimõigustel on SOK korporatsiooni eetilistes põhimõtetes keskne koht. Lisaks sellele oleme pühendunud Business Social Compliance Initiative'i (BSCI) põhimõtete järgimisele, mis kaasavad ka ÜRO äritegevuse ja inimõiguste põhimõtteid.

**Rimi:** Õiglane kaubandus ja eetiline äritegevus on üks viiest teemast Rimi sotsiaalse vastutuse programmis. Töötame pidevalt selle nimel, et meie tarneahel oleks maksimaalselt läbipaistev. 2015. aasta algusest on Rimi ostulepingu standardpaketi nõue, et tooted oleks toodetud ÜRO ja ILO (International Labour Organization, Rahvusvaheline Tööorganisatsioon) konventsioonidega vastavuses. Arenguriikides, või õigemini Worldwide Governance'i indeksi (WGI) kohaselt sotsiaalselt kõrge riskiga riikides valmistatud toodete või tooraine puhul kehtib Rimi omamärgitoodete hanke korral nõue, et tootjad läbiks kolmanda poole või Rimi (emafirma) auditi, mille käigus kontrollitakse ka töötajate õiglast kohtlemist ja inimõiguste tagamist.

**Palun kirjeldage omatooteid: millised märgised, millised tooted, miks just need?**

**Prisma:** Meie igapäevase toidu omamärgitooded Prismas on Xtra, Rainbow ja Kotimaista. Kotimaista tooted vastavad Hyvää Suomesta tootemärgi nõuetele, Soome päritolu toodete puhul Sirkkalehti tootemärgi nõuetele. Rainbow ja Xtra tootesarjas on lai valik tooteid, mille tooraine tuleb arenguriikidest. Lisaks on omamärgitooded House ja Ciraf. House'i märgi all on majapidamistarbed ja tekstiilitooded, Ciraf on lastetoodete sari.

**Rimi:** Lisaks juba kirjeldatud nõuetele lisanduvad olenevalt omamärgitoote grupist ja seeriast omamärgitoodetele veel täiendavad nõuded. Rimi omatoodete seeriad on nt Selection by Rimi, Rimi, Rimi Basic või Rimi eritellimusel toodetud muunimelised brändid (nt Poesia, Loving Touch). Ka loeme Rimi omamärgitoodeteks Eesti tarbijate

poolt väga hästi vastu võetud sarju meie emafirmalt ICA: I love ECO ja Skona. Eri sarjade toodetel on erinevad kriteeriumid. Näiteks Selection by Rimi ja Rimi kohv ning Selection by Rimi kiirkohv peab valmima vaid UTZ või Fairtrade'i ubadest. Kui mõne toote tarbijat huvitab täpsem info toote kohta, võib julgelt ühendust võtta meie klienditeenindusega, kes ka kohe vastab või vajadusel küsimuse edasi suunab.

**Kuidas tagate, et omatooded, mille puhul tuleb tooraine arenguriikidest, on õiglased ja sotsiaalselt jätkusuutlikud? Sertifitseerimine, kontrollkäigud, järelevalve?**

**Prisma:** Prisma S-Grupi ostulepingutega sätestatakse tingimus, et tarnija peab olema alustanud tarneahela kontrollimise protsessi, kaasa arvatud toorainete tootmise vastavus riigi seadustele ning töökaitse seadustele, ILO miinimumnõuetele, ÜRO ülemaailmsetele inimõiguste ülddeklaratsioonile ja ÜRO lapse õiguste konventsioonile. Eristat tähelepanu pöörab S-Grupp töötingimustele riskiriikides. S-Grupp kasutab BSCI süsteemi ning Supplier Ethical Data Exchange'i (Sedex) andmebaasi, et jälgida sotsiaalset vastutust. Lisaks tunnustab S-Grupp teisi samalaadseid kolmanda poole sotsiaalse vastutuse viise, nagu auditeid ja sertifikaate. Jälgitakse ka tehaseid ning nende aastaauditeid, mille viivad läbi S-Grupi koostööpartnerid. S-Grupp teostab ostetud kauba inimõiguste riskihindamist, kasutades järgmisi meetodeid: tarnijate sotsiaalse vastutuse tavade hindamine, korrapärased tarnija küsitlused, riigipõhine riskiriigi klassifitseerimine ning BSCI ja võrdväärsete auditid. [Hea otsene allikas on külastused tootmispaikadesse.](#) Auditi käigus antakse soovitusi, mille täideviimist hiljem jälgitakse. Lisaks arendab S-Grupp süstemaatiliselt oma sertifitseeritud toodete valikut.

**Rimi:** [Rimi ostulepingutes on nõue ILO ja ÜRO konventsioonide järgimise kohta.](#) WGI indeksi kohaselt sotsiaalselt kõrge riskiga riikides asuvate tootjate puhul eeldame meie (ema)firma ICA sotsiaalse vastutuse auditi läbimist või vastavust ühele järgmistest sertifikaatidest: sotsiaalse vastutuse standard 8000 (SA 8000:2008), Business

Social Compliance Initiative (BSCI), Ethical Trading Initiative (ETI/SMETA), Fair Labor Association (FLA), Fairtrade (FLO-CERT), International Council of Toy Industries (ICTI), Rainforest Alliance, Soil Association Ethical Trade, UTZ Certified, Initiative Clause Sociale (ICS), Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP), Milieu Project Sierteelt, MPS Socially Qualified, Fair Wear Foundation (FWF), Global Organic Textile Standard (GOTS).

**Kui kaugele me solidaarsusega üldse minna saame või minema peaksime? Kuidas hoiate tervet tasakaalu vastutuse ja kasumi vahel?**

**Prisma:** ÜRO äritegevuse ja inimõiguste juhtpõhimõtted on järgmised: „Selleks, et kindlaks teha, ennetada, leevendada ning aru anda inimõigustega seotud mõjudega tegelemistest, peaksid ettevõtjad inimõigustega seotud nõudeid arendama samm-sammult.“ S-Grupp kasutab oma töös BSCI põhimõtteid, mis tuginevad ÜRO äritegevuse ja inimõiguste juhtpõhimõtetele. S-Grupp võtab seda pühendumust tõsiselt ning kindlustab, et meie tegevus lähtuks nendest põhimõtetest. [Meie eesmärk on inimõiguste edendamine ning üks S-Grupi väärtusi on hoolida inimestest ja keskkonnast.](#)

**Rimi:** Rimi usub, et sotsiaalse vastutusega tuleks minna tarneahela alguspunkti välja. Vastutustundlik äritegevus on kasumlik äritegevus, eriti pikemas perspektiivis. Rimi ning meie emafirma soovivad tegutseda veel aastakümneid. Mida stabiilsem on nii kohalik kui ka globaalne majandus- ja sotsiaalne keskkond, seda lihtsam on ettevõttele sellistes tingimustes ellu jääda. Eetiline ja õiglane kaubandus aitab kaasa tarneahela tõrgeteta toimimisele.

**Kas teil on olnud probleeme ebaõiglaste kauplemissvõtetega, on teid selles süüdistatud? Mida olete teinud?**

**Prisma:** Meil ei ole esinenud ühtegi selletaolast probleemi. Küll aga oleme me teadlikud, et on probleeme teatud toodete ja toormaterjalidega. Meie eesmärk on

panustada tarneahela läbipaistvuse arendamisse, mis võimaldab paremat riskijuh- timist. Lühemad tarneahelad tähendavad ka seda, et kõik ahela osad mõistavad pa- remini väljakutseid, ning oskust ette võtta vajalikke muutusi.

**Rimi:** Hetkel seostub teemaga küll vaid piimahinna küsimus, kus Eesti põllume-

hed-piimakarjakasvatavad oma toorme eest saadava hinnaga rahul ei ole. Möödu- nud aasta detsembrist alustas Rimi prog- rammiga, mis võimaldab tarbijatel Rimi või Alpenrose piima ostes annetada 2 senti igalt pakilt otse Eesti piimakarja kasvataja- tele. Õigemini on annetus juba piimahinna sisse arvestatud, kliendil on võimalus kas- sas annetusest loobuda. Arengumaadest

pärinevate toodetega seotud ebaõiglase kaubanduse süüdistusi minu praktikas ette ei ole tulnud.

*Prisma poolt: Anna Mäenpää, CR-manager (ettevõtja sotsiaalse vastutuse juht) SOK*

*Rimi poolt: Evelin Edro, Rimi kvaliteedijuht*

## TOIDUGA EI MÄNGITA!



**Me peame teadma, kuidas toit meieni jõuab. Aga samamoodi peame oskama toiduga ringi käia.**

### TARBI TOITU TARGALT!

*Kadri Järve ja Helen Saarniit, Stockholmi Keskkonnainstituudi Tallinna keskus*

Toidu raiskamine on ülemaailmne prob- leem, mis muutub päev-päevalt aktuaalse- maks. Toitu raisatakse tootmis- ja tarneahela igal etapil alates põllumajandusest kuni tar- bimiseni. Sellega ei kaota me mitte ainult raha, vaid ka tohutult muid ressursse: maad, vett, energiat ja töajõudu. Lisaks tekitab toidu tootmine tõsise keskkonnakoormuse, sest saagikuse tõstmiseks kasutatakse väe- tisi ja muid kemikaale. Samuti kaasnevad toidu raiskamisega süsihappegaasi taseme tõus ja mõju kliimale.

Maailma Toiduorganisatsioon (FAO) on oma toiduraiskamise jalajälje raportis<sup>1</sup> reastanud maailmas enim CO<sub>2</sub>-t tekitavad riigid. Riik- kide tabelisse on paigutatud ka globaalse toiduraiskamise CO<sub>2</sub> jalajälg ning see on Hiina ja USA järel lausa kolmandal kohal. Kõnekas on ka toiduraiskamise probleemi rahaline ulatus. Samas raportis mõõdeti 2007. aasta globaalse toiduraiskamise majanduslikuks kahjuks 750 miljardit USA dollarit, mis võrdub Türgi või Šveitsi 2011. aasta SKT-ga.

Kuigi Eesti inimene tekitab vähem toidu- jäätmeid kui globaalsel tasandil või lää- neriikides keskmiselt, on ka meil märgata tõusutrendi. Eesti inimene viskab aastas ära keskmiselt 20 kg toitu, mis oleks olnud veel söögikõlblik, see tähendab kogu Eesti peale aastas lausa enam kui 63 miljoni euro eest toitu.

Toidupanga ja Stockholmi Keskkonnainsti- tuudi Tallinna keskuse (SEI Tallinn) ühis- kampaania „Tarbi toitu targalt“ tõstatab Eesti

ühiskonnas toiduraiskamise teema ning pa- kub lahendusi targemaks ja teadlikumaks tarbimiseks, et vähem toitu läheks raisku ja kulutataks vähem ressursse.

Kampaania koduleht [www.tarbitoitutargalt.ee](http://www.tarbitoitutargalt.ee) annab ülevaate SEI Tallinna läbi viidud uuringutest, milline on Eestis seis toidujää- metekkega, ja praktilisi näpunäiteid, kui- das toiduraiskamist vähendada. Muu hulgas leiab kodulehelt mitme Eesti toidublogija retsepti, mis õpetavad, kuidas varasemate toidukordade ülejääke nutikalt kasutada uute maitsevate roogade valmistamiseks.

Kampaaniat toetab Keskkonnainvestee- ringute Keskus, partneriks on Eesti Kaup- meeste Liit. Kampaania sõnumit aitavad edasi kanda ka Rimi, Prisma, Coop, Selver, ABC supermarketid, Aldar grupp, Maxima ja restorani einete päästmisele suunatud rakendus ResQ.

<sup>1</sup>FAO Food wastage footprint. Impacts on natural resources. Summary rept. <http://www.fao.org/docrep/018/i3347e/i3347e.pdf>

### NÄLJA KAOTAMISEKS ON VAJA TEADMISI, KOOSTÖÖD JA JÄRJEPIDEVUST

*Madeleine Fogde, Rootsi rahvusvaheline põllumajandusvõrgustik (SIANI)*

Hiljuti ÜRO-s kokku lepitud 17-st säästva arengu eesmärgist teine seab 2030. aas- taks sihi kaotada maailmas nälg ja ala- toitumus mistahes kujul. Selle eesmärgi saavutamise määrab miljonite inimeste elu ja võimalused. Sealjuures on oluline keskenduda mitte üksnes toidu kogusele, vaid ka sellele, kuidas toitu toota ja kuidas see aitab kaasa teiste ÜRO säästva arengu eesmärkide saavutamisele.

Hea näide on kliimaga seotud kaheteist- kümnes eesmärk. Põllumajandus on üks suurimaid kliimamuutust tekitavate kas- vuhoonegaaside õhkupaiskajaid, põhjus- tades 20–25% globaalsest heitest. Samas mõjutab kliimamuutus omakorda juba tu- gevalt põllumajandust nii muutuvate sa- jusageduste, tõusva temperatuuri kui ka



Milline toidukadu: Eesti peredes raisatakse aastas söögikõlblikku toitu ca 20 kg inimese kohta. Info ja foto: SEI Tallinn

äärmuslike ilmastikunähtuste kaudu. Seega praeguste valdavate põllumajandusmudelite laiendamine mitte ainult ei tee raskeks kliimamuutuse pidurdamist, vaid ka muudab põllumajanduse vähem tootlikuks. Kuidas muuta toidusüsteemid ehk toidu tootmine ja tarbimine säästvamaks ja vastupidavamaks? Üks ülesanne on välja töötada põllumajandusmeetodid, mis arvestavad laiemalt ökosüsteemi heaolu, ning neid levitada. Saame suurendada põllukultuuride mitmekesisust ja valida kohalikesse tingimustesse paremini sobivad taimed. Peame

tasakaalustama tööstuse, kodumajapidamiste, põllumajanduse ja ökosüsteemide konkureeriva veevajaduse ning kasutama tõhusamalt toitaineid ja orgaanilist ainet. Kuid ilma koostöö ja strateegilise partnerluseta ei ole isegi tehnoloogia abil võimalik neid eesmärke saavutada.

Rootsi rahvusvaheline põllumajandusvõrgustik (SIANI) asutati 2008. aastal, et osutada suuremat tähelepanu põllumajandussektori rollile säästvas arengus ning poliitike ja majanduse vahelise siduse tugevdamisele, nagu on ka sätestatud

Rootsi globaalse arengu poliitikas (PGD). SIANI aitab arendada teadmisi, oskusi ja mõistmist eri valdkondades ja erialadel, juhindudes PGD põhimõtetest. SIANI-l on liikmed 127 riigis ja organisatsiooni eesmärk on aidata kaasa Agenda 2030 täideviimisele, pöörates erilist tähelepanu säästvale põllumajandusele, toiduga kindlustatusele ja nälja kaotamisele.

Madeleine Fodge esines Stockholmis Keskonnainstituudi Tallinna keskuse korraldataval säästva arengu foorumil 8. novembril 2016 ettekandega toidu- ja kliimamuutusealaste ÜRO säästva arengu eesmärkide saavutamise kohta.

## „SUPPLY CHA!NGE” MENÜÜ KAKS OLULIST KOMPONENTI

MTÜ Mondo koos teiste kampaania „SUPPLY CHA!NGE” partneritega seisab selle eest, et Eesti tarbijatel oleks õigus teada, millistes tingimustes on toodetud meie turule jõudvad tooted, sh puuviljad. See teadmine võimaldab inimestel teha paremaid ostuotsuseid ja vältida tooteid, millega on seotud orjatöö ja inimkaubandus. Meie kampaanias on kaks olulist teemat, mida tõstatame poliitikute ja ametnikega, sest nende põhiprobleemide lahendamine on võti vastutustundliku tarneahela tagamise ning hea toidu tootmise juurde.

### Kõiki tarneahela majanduslikke pooli tuleb kaitsta: ausad kauplemisvõtted

Eva Izquierdo, Euroopa Keskkonnabüroo ja SUPPLY CHA!NGE

Euroopa Komisjon on defineerinud ebaausad kauplemisvõtted kui tavad, mis kalduvad jämedalt kõrvale heast kaubanduslikust käitumisest, on vastandlikud headele töekspidamistele ja õiglasele käsitlemisele ning mille üks kaubanduspartner on teisele peale surunud. Sellist praktikat võib kohata vaid kahe äripartneri, mitte äripartneri ja tarbija suhtes. Suured, enamasti arenenud riikidest pärit firmad kasutavad seaduslikke võtteid, et lõigata kasu arenguriikide tootjate pealt. Näiteks makstakse kauba eest viivitusega, puuduvad kirjalikud tingimused või lepingud, rakendatakse mõlemapoolseid tagasiulatuvaid mahaarvamisi jne.

Kampaania „SUPPLY CHA!NGE” üks tähtsamaid eesmärke on tõhusalt likvideerida

ebaausad kauplemisvõtted toidu tarneahelast. Eelmisel aastal keskendusime tööle vähem koostööaldiste Euroopa Parlamendi fraktsioonidega, et nad nõuaksid Euroopa Komisjonilt teatud muudatuste tegemist, et kindlustada tõhusad täideviimise mehhanismid, nt Euroopa Liidu tasandil ühtselt tunnustatud riiklike võimuorganite võrgustiku arendamine ja koordineerimine. Selline mehhanism on oluline, et võtta nõrgimatelt hirm: põllumehed aktsepteerivad tavaliselt ebaõiglaseid tingimusi, kuna kardavad ilma jääda oma peamistest ostjatest. Juunis oli meil põhjust tähistada seda, et Euroopa Parlament on meie ideid kuulda võtnud: hääletati raporti poolt, millega määratakse, et kõiki toidu tarneahela majanduslikke pooli tuleb kaitsta, hoolimata nende geograafilisest asukohast. See tähendab, et mitte ükski Euroopa jaeettevõte ei saa kasutada ebaõiglaselt oma võimu, et lõigata kasu talunike pealt Euroopas või Euroopast väljas. Nüüd jälgime Euroopa Komisjoni tegevust, et vaadelda, kuidas Euroopa Parlamendi raportit järgitakse.

### Tootja informatsiooni avalikustamine on oluline inimõiguste kaitseks: tarneahela läbipaistvus

Anu Kultalahti, Finnwatch

Paljude kaubanduskeskustes müüdavate toodete tarneahelad on tavaliselt saladuskatte all, pikad ja keerulised. Läbipaistvuse puudus tarneahelates ning tootja informatsiooni puudumine takistavad töötingimuste parandamist, inimõiguste kaitse tugevda-

mist ning ohvritele abi pakkumist. Üks kõige tavalisemaid riske kaubanduskeskusele, mis toodab ja turundab omatooteid, on seotus tööjõu õiguste kuritarvitamisega omatoodete tarneahelates. Strateegiad, kuidas tulla toime inimõiguste riskidega tarneahelates, sõltuvad läbipaistvusest. Läbipaistvus on oluline selleks, et pooled saaksid järjekindlalt jälgida töötingimusi ning juhtida firmade ja ametivõimude tähelepanu võimalikele probleemidele, sh kahtlustatavatele tööjõu kuritarvitamise juhtumitele, sunnitööle või inimkaubandusele. Läbipaistvus on oluline ka tarbijatele, kel on õigus olla teadlik asitõenditega kinnitatud süüdistustest, et tootmisprotsessi käigus on rikutud inimõigusi, nii et nad saaksid ostes seda arvesse võtta. Mitte keegi ei taha osta toodet, mille on valmistanud sunnitöölised.

Firmadelt tuleb karmimalt nõuda, et nad avalikustaksid info tootjate kohta. Valitsused peaksid tegema firmadele kohustuslikuks aruandmise nii oma tarnijate, alltöövõtjate kui ka koostööpartneritega seotud inimõiguste kuritarvitamise riskidest kui ka juriidilistest sammudest, mida firmad on seoses nende riskidega ette võtnud.

Tollinformatsioon sisseveokauba kohta, kaasa arvatud info tarneprotsessi kaasatud firmade nimede, lõpliku sihtkoha ja vastuvõtja kohta, peaks olema kättesaadav ot-singu kaudu andmebaasides või vähemalt järelepärimise korraljuhul, kui on hästi põhjendatud kahtlus, et kaubad on toodetud eksploateerivates tingimustes ja siis Euroopa Liitu imporditud.

Info avalikustamise ja tarneahela läbipaistvuse vastu huvi tundes küsisime Eesti Maksu- ja Tolliametilt, kas ettevõtte nimega Natural Fruit Company Ltd on aastast 2014 kaupu Eesti turule importinud. Meie huvi aluseks oli kampaania „SUPPLY CHA!NGE” mure, kas arenguriikidest pärit toodete tarneahelad on ikka läbipaistvad. Kui tarneahel on läbipaistmatu, võib juhtuda, et meil müüdav arenguriikide kaup on toodetud orjavoõi lapstööjõudu või inimkaubanduse ohvreid kasutades. Soome ühenduse Finnwatch 2013. aasta uuring tõestas, et Natural Fruit Company Ltd on oma ananasside töötlemise tehases Prachuap Khiri Khani provintsis Tais kasutanud

sunnitööd ja inimkaubanduse ohvreid. Kuna Natural Fruit keeldus sõltumatuid audiitoreid oma tehasesse laskmast, ei ole olnud võimalik kontrollida, kas töötingimused on paranenud. Seepärast uurisime EL-i liikmesriikide tollidelt, kas sellise nimega ettevõtte impordib meie riikidesse, et valmistada ette järgmised sammud ettevõtte käitumise suhtes. Saime EMTA-lt vastuse, et maksukorralduse seaduse kohaselt ei saa maksu- ja tolliamet väljastada isikute kohta maksumisandusega kaetud infot, sh konkreetse isiku tolliandmeid. Selline piirang on kehtestatud üldjuhul isiku ärisaladuse kaitseks. Isiku tegevuse kohta on võimalik saada infot muudest avalikest

allikatest, sh ka näiteks avalikest kohtuotsustest, ametlikest teadaannetest jms. Sõltumatud sertifitseerimissüsteemid, nagu nt Fairtrade või UTZ Certified, annavad kindluse, kuid sertifitseerimata toodete puhul sõltub tarbija jaemüüja ja tolli käest saadud infot. Seepärast on tolli roll tarneahelate läbipaistvuse tagamisel ja võitluses sunniviisilise tööga ülioluline, et tarbija saaks teha teadliku ja vastutustundliku otsuse ning ettevõtteid, sh jaemüüjad võtaksid enam vastutust inim- ja tööõiguste eest. Aga Eesti seaduste tõttu ei saagi me teada, kas tarneahel on läbipaistev ning millised ettevõtted meile toitu tarnivad.

## MEIE TEGEVUS – KÕRBEELNIKE SAATUS

Janika Tamm

MTÜ Mondo vabatahtlike koordinaator



Keskonnale tehtud kahjud ei püsi ühes riigis, vaid mõjutavad kliimamuutustena kogu meie planeeti. Foto: Janika Tamm

„Meil ei ole juba aasta aega vihma sadanud,” ütleb Keenias poolkõrbes elava Pokoti hõimu rändkarjane tõlgi vahendusel. „Ma ei ole sellist asja veel kunagi varem näinud, tavaliselt kestab põuaperiood mõned kuud. Kitseidel pole enam mitte midagi süüa ning nad ei anna piima, jõgedest ei saa enam joogivett ning kuumus, joogivee- ja toidupuudus on tapnud juba mitu nõrgemat inimest, eriti väikelapsi ja rasedaid.” Pokoti rändkarjased usuvad, et vihma toob neile vihmajumal. Kliimamuutustest ei tea nad midagi. Me kõik oleme kasvõi korra juhtunud pealt

kuulama vestlust (või selles isegi osalenud), kus inimesele, kes toitu ära viskab, meenutatakse, et Aafrikas lapsed nälgivad, mille peale tuleb vastuseks, et ega ma seda toitu ju neile saata ei saa. Toitu visatakse ära kõikjal: arengumaades 630 tonni ning arenenud riikides 670 tonni aastas<sup>[1]</sup>. Olen olnud tunnistajaks Rootsis korraldatavatele toiduloopimismängudele ja sellele, kuidas Kanadas viskavad üliõpilased külmpakki koristades ära kilode kaupa toitu. Ka Keenia rikkamates peredes tehakse pidustusteks ikka suure varuga toitu, kuna selle lõppe-

mine oleks häbiasi, ning pole harv nähtus, et toidujäägid ära visatakse.

Kolmandik maailmas toodetud toidust kas läheb raisku toomisprotsessis või viskavad tarbijad selle ära<sup>[2]</sup>. Toidu valmistamisel ja tarnimisel eraldub atmosfääri süsihappegaasi ning mida rohkem me toitu ära viskame, seda rohkem peab toitu valmistama, mis omakorda mõjutab otseselt süsihappegaasi kontsentratsiooni atmosfääris ja kliimat. Kliimamuutuste tõttu on kõige haavatavamas olukorras keerulistes kliimatingimustes elavad inimesed, kelle toidulaud sõltub tihti täielikult loodusest.

Pokoti rändkarjased elavad pikenenud põuaperioodid üle tänu abiorganisatsioonide toetusele. USAID-i toiduabiga saadud maisijahukotid ja õlikanistrid on iga kõrbehüti nurgas, kottide ja kanistrite materjali kasutatakse isegi majade ehituses. On paradoks, et kliimamuutuste tõttu kannatavad enim inimesed, kes nendes kõige vähem süüdi on. Euroopa tarbijad viskavad aga samal ajal inimese kohta aastas ära keskmiselt 100 kg toitu<sup>[3]</sup>. Vähim, mida saame, on proovida teha iga päev väikseid muutusi, mis mõjutaks globaalset soojenemist. Olgu selleks siis ühistranspordi kasutamine, taastuvenergiale üleminek või toidu raiskamise lõpetamine.

[1] [www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/](http://www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/)

[2] [www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/](http://www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/)

[3] [www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/](http://www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/)

# VASTUTUSTUNDLIKU TARBIMISE ÖKOSÜSTEEM

## MTÜ Mondo annab Eestis välja õiglase kaubanduse sõbra märgist.

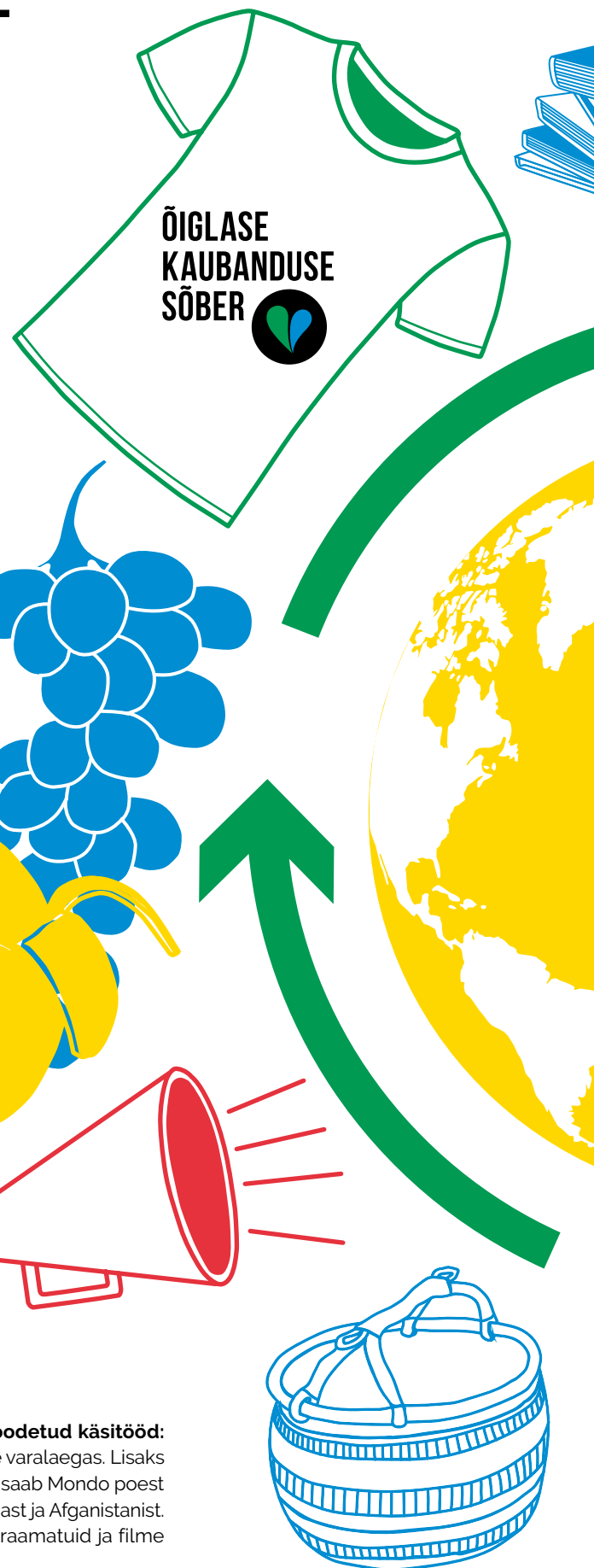
Meil on 36 sõpra, kes hoolivad talunike õiguste ja looduskeskkonna kaitsest arengumaades: poed, kohvikud, kodanikuühendused, ettevõtted ja kogudused, kes müüvad või kasutavad mitmesuguseid õiglase kaubanduse märgisega tooteid, on sellega teerajajad ning inspireerivad teisi. Tunnustus on rajatud usaldusele ja heale tahtele, mitte rangetele kriteeriumidele. Koos nendega ja poekettidega tähistame mais õiglase kaubanduse päeva ja oktoobris õiglase kaubanduse nädalat. Õiglase kaubanduse sõbra märgist võib taotleda iga organisatsioon, kes soovib üles näidata hoolivat suhtumist, tarbib vastutustundlikult või müüb õiglaselt toodetud kaupa. [www.fairtrade.ee](http://www.fairtrade.ee)

**Uued teemad tähelepanu all:** Lisaks „SUPPLY CHA!NGE“ projektile oleme toonud Mondosse veel mitu rahvusvahelist projekti, mille tähelepanu keskmes on sarnased teemad. Projekt „Sotsiaalne ja solidaarne majandus: mõistlik lähene mine arengule ja jätkusuutlikkusele“ ehk Susy liidab 26 organisatsiooni 23 riigist ja selles uuritakse, kuidas kestlikumad, inimestest ja keskkonnast hoolivad majandusmudelid saavad toetada vaesuse vähendamist ja õiglasemat ühiskonda nii siin kui ka arenguriikides. Üleuroopaline projekt on „Make Fruit Fair!“, mille keskmes on troopilise puuvilja õiglane tootmine ja läbipaistev tarneahel. [makefruitfair.org/et/](http://makefruitfair.org/et/)

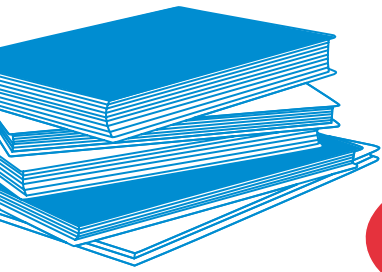
**Ajalooline taust:** Mondo on teinud õiglase kaubanduse ja vastutustundliku tarbimise teavitus- ja eestkostetööd üle viie aasta. Aitasime 2014. aastal Hiiu vallal saada esimeseks õiglase kaubanduse omavalitsuseks Eestis. Hiiu vallale omistatud tiitel lisas Eesti nende 25 maailma riigi hulka, kus asuvad õiglase kaubanduse linnad. 16 Euroopa riiki koondava kampaania „Make Chocolate Fair!“ käigus andis oma allkirja pea 123 000 inimest, et nõuda magusatööstuselt kakaotalunikele äraelamiseks vajaliku sissetuleku tagamist ning sõltumatult sertifitseeritud kakao kasutamist. Eestis andis Mondo juhitud kampaanias oma hääle 12 000 inimest. Kampaania „SUPPLY CHA!NGE“ raames ettevalmistatud petitsioonile, milles Euroopa poekettidelt soovitakse omatootena müüdava apelsinimahla õiglasemaid ja jätkusuutlikumaid tarneahelaid, on andnud oma hääle üle Euroopa 24 500 inimest.

## Toodame ja müüme õiglaselt toodetud käsitööd:

Mondo kontor Telliskivis on tõeline varalaegas. Lisaks õiglase kaubanduse materjalidele saab Mondo poest käsitööd Ghanast, Ugandast, Keeniast ja Afganistanist. Mondo kontorist saab laenutada raamatuid ja filme ning korraldada üritusi.



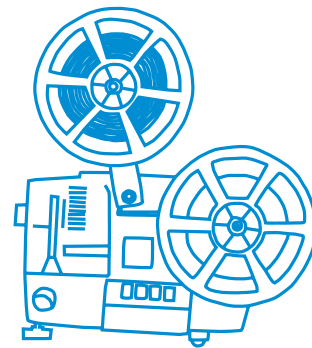
**Trükised:** Mondo on teinud lõbusaid postkaarte ja kasulikke juhiseid targale tarbijale, millele poes tähelepanu pöörata ja milliseid märgiseid jälgida, ning faktehti eriti teadlikele inimestele. Mondo kontoris on raamatukogu, kust saab laenata ja ka võtta vajalikke materjale.



**Peavoolumeedia:** iga kuu on mõnes lehes, raadios või teles lugu vastutustundlikust tarbimisest ja õiglasest kaubandusest. Uuringu kohaselt on enamik inimesi saanud vajalikku infot just peavoolumeediast.



**MONDO VISIOON** on stabiilne ja hooliv maailm, kus kõigil on võimalus inimväärsele elule. Mondo soovib, et aastal 2020 toimib Eestis õiglasemat majandust toetav õigusruum, õiglase kaubanduse toodete valik poodides on laialdane ja vastutustundlik tarbimine on meile kõigile harjumuspärane. Selle eesmärgi nimel väärtustame õiglast kaubandust, uurime solidaarsusmajanduse võimalikkust ning toetame vastutustundlikku ja läbipaistvat tarneahelat.



**Teadmised:** õpetajate suvekooli, poodide teavituspäevade, filmide, raamatukogu, esinemiste ning koolituste kaudu pakume inimestele võimalust saada teada, mis on vastutustundlik tarbimine ja õiglase kaubanduse, kuidas meie käitumine ja tarbimine mõjutavad inimeste elu ning millised valikud toodavad vähem ebavõrdsust.



**Sotsiaalmeedia:** vastutustundliku tarbimise teemadega saab end kursis hoida, jälgides MTÜ Mondo Facebooki lehte ([www.facebook.com/muudamaailma](http://www.facebook.com/muudamaailma)) ning õiglase kaubanduse klubi ([www.facebook.com/okklubi](http://www.facebook.com/okklubi)) lehte.



**Pakume õiglaselt toodetud tooteid:** suvel oli Mondo väljas õiglase kaubanduse kohvikutega Telliskivi toidufestivalil, Viljandi folgil, Arvamusfestivalil, Ökofestivalil, Tõrva dokfilmide festivalil, Maijooksul ja Räpinas Hea Kodu päevadel. Pakkusime õiglaselt toodetud kohvi, teed, küpsetisi ja maiustusi ning rääkisime juurde toodete päritolust. 2016. a oli meil kaheksa kohvikut ning müüsimise sadu topse õiglast kohvi.

# MIS TAKISTAB, ET EESTIS POLE ÕIGLANE KAUBANDUS JA VASTUTUSTUNDLIK TARBIMINE PRAEGU NORM?

Toidu ja seltskonna nautimise teevad heaks ka jagatud väärtused. MTÜ Mondo jaoks on selleks vastutustundlik tarbimine, mis on palju rohkem kui ainult seaduste järgimine või kohusetundlik olemine. Eelkõige tähendab vastutustundlik tarbimine julgust tegutseda selle nimel, millesse usud, aktiivsust oma seisukohti väljendada, valmisolekut teha õigeid asju, ka siis kui see pole popp. Vastutustundlik tarbimine tähendab austada teiste inimeste õigust inimväärsel elule, mõeldes enne tarbimisotsuse tegemist tagajärgedele ja mõistes, et kogu tarbimine mõjutab maailma, igal ostuotsusel on mõju. Vastutustundlikult tarbida aitavad isiklik eetika, läbimõeldud käitumine, teadmised, oskused ja solidaarne suhtumine. Vastutustundlik tarbimine ei tähenda, et oled alati perfektne või tead alati, mida teha, kuid see tähendab, et tarbimisotsuseid on lihtsam teha. Vastutustundlik tarbimine pole alati kerge, kuid on alati austust ja tunnustamist vääriv tegevus.

Vaesus ja ebavõrdsus on nii looduslikud kui ka inimtekkelised. Meie vastutus on mõista meie võimalusi seda ebavõrdsust tasakaalustada. Meil on võimalus valida: kodanikuna saan valida, millistel tingimustel toodetud tooteid ma ostan; ettevõtjana saan aga otsustada, kust pärineb minu tooraine ja milline on selle tootmise mõju kohalikule töötajale, tema kogukonnale, looduskeskkonnale, aga ka seda, kuidas ma üldse äri ajan: kui palju õigusi annan oma töötajatele, kas kaasan äripartneriks üksikud „haid“ või hoopis ühistud, mis kuuluvad tootjatele endile ning kus kasum jaotatakse kõigi vahel. Valitsusel on võimalus otsustada, milliste reeglitega juhtida majandussuhteid Eestis ja arenguriikide vahel ning kuidas hoida tarneahelad läbipaistvad ja korraldada säästlikke hankeid.



Ole sõnumilevitaja – räägi oma õiglastest valikutest sõpradele, lähedastele ja kolleegidele teistest organisatsioonidest ning kutsu neid sama tegema. Kiida poode, kes õiglase kaubanduse tooteid müüvad, ja utsita tagant neid, kes seda veel ei tee. Foto: Aleksei Jašin

## IGA INIMENE SAAB

- tarbida targalt ja teadlikult. See tähendab teada pakutud valikuid ja eelistada tooteid, mis on toodetud ja tarnitud õiglaselt ja ausalt;
- levitada sõnumit ja nõuda poodnikelt-ettevõtelt sertifitseeritud toodete saadavust;
- kutsuda oma töökohas, kootis, asutuses üles kasutama eetilist toodetud/sertifitseeritud tooteid.

Hea toit tähendab ka õiglust toidu kasvataja ja tootja seisukohast. Lisaks poliitiku-tele või toiduainetööstuse tippjuhtidele

saavad selle saavutamisele kaasa aidata kõik inimesed oma igapäevaste ostuvalikutega, mõjutades kaupmehi, millist kaupa ja kuidas kauplused müüki võtavad. Sellest omakorda sõltub ettevõtete tegevus, kes tootjatelt nende saaki kokku ostavad – ning sellel ongi otsene mõju kümnete tuhandete arengumaade tööliste elule. Uuri, kuidas on nende asjadega lood maailmas ja sinu kodulähedases toidupoes. Eristil tähelepanu pööra kaupluste omatoodetele, mille puhul on pakendil sageli tootja kohta väga napilt infot. Fakt, et sa nende küsimuste vastu huvi tunnend – ja su eeskujul loodetavasti teisedki –, ütleb poeketile, et neist teemadest ei tohi mööda vaadata.