

Röda korsets folkhögskola
Rättvis handel
2008

Slutrapport

Rättvist handlade smycken i Nepal

Maria Collin
Joanna Palmquist
Andréa Råsberg
Lisa Staxäng

Innehållsförteckning

Inledning	sid 3
Syfte	sid 4
Frågeställning	sid 5
Teori	sid 6
Metod/Medel	sid 10
Verksamhetsbeskrivning företag	
Tillvägagångssätt	
Resultat	sid 13
Diskussion	sid 16
Källor	sid 18
Bilagor	sid 19

Inledning

En vanlig uppfattning om vad Rättvis handel innebär är bl.a. att man kontrollerar de olika leden i produktionen. Att kontrollera hela kedjan har blivit en allt vanligare målsättning för många aktörer, både inom Rättvis handelsrörelsen och den konventionella handeln. Men är det möjligt, och kan Rättvis handelsrörelsen leva upp till de förväntningar som många har gällande detta?

Det ställs höga krav på aktörerna inom den konventionella handeln idag. Många anser att företag som producerar eller importerar från länder i Syd bör ha full kontroll av de olika leden, att deras uppsatta "codes of conduct" efterföljs hela vägen genom kedjan. För att uppnå detta krävs det stor mansstyrka och stora investeringar, vilket vi ser alltfler företag göra. Pressen är stor på denna typ av företag, de omnämns i olika typer av rapporter, och det händer att de blir kritiserade i media. Allt fler väljer att köpa Rättvis handels produkter och varor certifierade av Rättvisemärkt. Men hur ser det egentligen ut med kontrollen av de olika leden inom Rättvis handel, d.v.s. de företag som är ansluta till IFAT, *the International Fair Trade Association*?

Vi besökte Nepal under tre veckor för att där undersöka huruvida företag som tillverkar silversmycken och är anslutna till IFAT arbetar med att kontrollera alla delar av produktionen, och hur de förhåller sig till den diskussion som pågår gällande denna fråga.



Syfte

Vårt syfte med den här studien är att utröna om IFAT-anslutna företag inom smyckeshandeln i Nepal arbetar för att kontrollera hela produktionskedjan trots att detta inte är ett av IFAT:s kriterier. Vi vill också undersöka hur Rättvis handelsaktörerna förhåller sig till detta, om det är en prioriterad fråga och om de anser att det är viktigt för förtroendet för IFAT att arbeta med att kontrollera hela ledet.



Frågeställning

Kontrollerar de IFAT-anslutna företagen inom smyckesindustrin i Nepal de olika leden i smyckesproduktionen; från producenterna de anlitar till de som arbetar med att framställa råmaterialet?

Om inte, är kontrollen över hela ledet en prioriterad fråga för de IFAT-anslutna företagen? Anser de att det är en viktig fråga att arbeta med för att inte förtroendet för IFAT ska påverkas negativt?



Teori (Jämförelse IFAT och FLO)

Som grund till vår studie ligger en nyfikenhet om hur företag anslutna till IFAT förhåller sig till det faktum att det inom systemet inte finns något krav på att kontrollera hela ledet i produktionen.

När det gäller denna punkt arbetar IFAT och FLO (*Fairtrade Labelling Organisations International*) väldigt olika. Inom IFAT finns ett brett sortiment; allt från råvaror till sammansatta produkter såsom hantverk, kläder och smycken etc. IFAT:s främsta mål är att stärka småskaliga producentgrupper, och att de som tillverkar de varor som vi konsumerar har rimliga arbetsvillkor och får en möjlighet till social och ekonomisk utveckling.

FLO utvecklar kriterier och fungerar som stöd till odlare och anställda i utvecklingsländer som främst producerar råvaror såsom kaffe, kakao, te, bananer mm. FLO:s kriterier utgår därför från råvaran, medan IFAT:s kriterier i stor utsträckning berör det sista ledet i produktionen, där varan "sätts ihop". Därför menar vi att en jämförelse dessa båda organisationer emellan är av intresse, och presenterar nedan en kort sammanfattning av de två organisationernas arbete och uppsatta mål.

IFAT (the International Fair Trade Association)

IFAT är det globala nätverket för Rättvis handelsorganisationer, med över 300 medlemmar i 70 länder. Medlemskapet är väldigt brett; allt från små producenter till stora kooperativ, och importörer bestående av en person till återförsäljare med en omsättning på flera miljoner euros. Två tredjedelar av IFAT:s medlemmar är lokaliserade i utvecklingsländer. IFAT:s kriterier är utvecklade av "the Standards and Monitoring subcommittee" med inlägg från olika aktörer, vilka inkluderar producenter, Sydexperter, importörer, återförsäljare och Fair Trade support organisationer, och är i slutändan godkända under "the Annual General Meeting".

IFAT:s kriterier kan sammanfattas enligt följande:

1. Skapa möjligheter för marginaliserade producenter.
2. "Transparency and Accountability"
3. Utövning av handel – stöd till produktutveckling, export och

marknadstillträde

4. Informationsspridning
5. Betalning av ett rättvist pris
6. Jämställdhet; icke diskriminering och rätt till kollektiv organisering
7. Bra arbetsvillkor
8. Inget barnarbete och påtvingat arbete
9. Miljömedvetenhet
10. Långsiktiga handelsförbindelser

Varje kriterium är satt med mättningsindikatorer, och utvecklade för både ingångs- och utvecklingsnivå. För försäkran om att de efterföljs har tre kontrollsystem utvecklats:

1. Vartannat år utförs en intern utvärdering av varje medlem
2. "Peer Review", vanligtvis utförd av en handelspartner.
3. Slumpvis extern verifiering av 5-10% av organisationerna varje år.

Kontrollsystemet är kompletterat med en klagomålsprocedur. Om ett klagomål är rättfärdigat, kan en extern verifiering utföras. Den utredningen kan leda till avstängning eller fråntaget medlemskap, och tillbakadragna rättigheter av att använda IFAT:s logotyp.

FLO (Fairtrade Labelling Organisations International)

FLO startade 1997 i samarbete med 20 stycken nationella märkningsinitiativ, vars mål var att propagera för och marknadsföra "the Fair Trade Certification Mark" i deras respektive land. FLO är den ledande standarden för märkta produkter. Organisationens certifieringsorgan FLO-Cert utför regelbundet inspektioner och har certifierat över 600 producentorganisationer i totalt 59 länder i Afrika, Asien och Sydamerika. Organisationens kriterier är utvecklade av "FLO Standards Committee" som arbetat fram dem tillsammans med FLO:s märkesinitiativ, producentgrupper, grossister/importörer och externa experter.

Producenter och grossister/importörer måste följa dessa standards, som är utvecklade både för små bönder (small farmers) och anställd arbetskraft (hired labour).

FLO:s kriterier kan sammanfattas enligt följande:

1. Odlare och anställda får förbättrade ekonomiska villkor
2. Barnarbete och diskriminering motverkas
3. Demokratin och organisationsrätten främjas
4. Lokalsamhället utvecklas socialt och ekonomiskt
5. Miljöhänsyn och ekologisk produktion främjas

Kriterier för produkter är än så länge framtagna för 17 mat och icke mat produkter, t.ex. kaffe, te, socker, kakao, ris, frukt, blommor, bomull och sportbollar. Produktkriterierna specificerar minimum pris och premien och andra produktspecifika krav. Certifieringen som är kopplad till dessa kriterier utförs av FLO-Cert.

Certifieringsprocessen består av tre olika faser:

1. Ansökan
2. Initialt certifikat.
3. Förlängt certifikat.

Förlängningscykeln av certifikatet varierar mellan ett till tre år. Om allvarliga utsvängningar från kriterierna upptäcks, måste förbättringar ske och en uppföljningsinspektion utförs. Detta kan leda till indraget certifikat, om inga förbättringar kan påvisas.

Som tidigare nämnades finns det några skillnader inom FLO och IFAT som vi varit nyfikna på i samröre med vår studie. FLO, som idag certifierar nästan enbart råvaror, är genom sin natur ett tydligare kontrollerande organ från första produktionsstadiet med ambition att med tiden även nå sammansatta varor "högre" upp i produktionsleden. IFAT å andra sidan har sin utgångspunkt i att stödja marginaliserade producenter och arbetare genom att fokusera på långsiktiga handelssamarbeten som ska garantera bättre handelsvillkor och rättigheter för dessa grupper. Producenter inom IFAT arbetar många gånger med sammansatta varor, så som i vårt studiefall smycken, och inget krav finns på att kriterier uppsatta inom IFAT ska efterlevas även av producenternas underleverantörer.

Grunden till dessa skilda arbetssätt kan utläsas i initiativen till de olika organisationernas uppkomst. IFAT bildades som ett uttryck för den önskan som fanns bland rättvis handelsaktörer runt om i världen om att samlas under ett tak och skapa en gemensam definition av vad "rättvis handel" är och ska stå för. Samarbetet inom organisationen bygger på dialog, öppenhet

och respekt parterna emellan och rörelsen är i ständig utveckling. FLO å sin sida har ett mer "nord"-orienterat ursprung där utgångsläget var en konsument-efterfrågan av märkning på varor i butikshyllan. Därmed blir perspektiven i verksamheterna av helt olika karaktär. FLO bygger på certifiering av varor medan IFAT är organiserat som ett samarbetsorgan för gemensamma kriterier.



Medel/metod

Studien genomfördes på plats i Nepal genom besök hos företag dels inom Rättvis handelsrörelsen och dels på den konventionella marknaden. Vi har även träffat några av de producenter företagen samarbetar med. För att nå resultat och komma fram till svar på vår studie besökte vi tre företag med anknytning till Rättvis handelsrörelsen. Dessa är:

- **Mahaguthi**
- **Manushi**
- **Yak & Yeti**

Vi besökte också två konventionella företag för att få ett jämförelsematerial:

- **Sherman & Sons**
- **Buddhacharya Jewellers**

Kontakten med de två senare företagen förmedlades av Nepals **Guld- och Silverfack** (Gefont) i Pokhara, som också gav oss sin syn på situationen inom silverindustrin i Nepal under ett givande möte.

Genom producenterna vi träffade ville vi få en bild av verkligheten "på golvet" och vår ambition var hela tiden att få tala enskilt med arbetarna för att få fram en bra balans på information både från "ledning" och "arbetare". Producentgrupperna inom silverindustrin är ofta små familjeföretag och benämns som regel efter familjens namn. Vi träffade följande producenter:

- **Shakya Workshop** (Producerar silversmycken åt Mahaguthi)
- **Ghattani** (Producerar silversmycken åt Manushi)
- **Indra Gartula** (Producerar silversmycken åt Yak & Yeti)
- **Raj Kumar Sunar** (Producerar silver- och guldsmycken åt Buddhacharya Jewellers)
- **Shjana Sunar** (Producerar guldsmycken åt Sherman & Sons)

Verksamhetsbeskrivning företag

Mahaguthi är en icke vinstdrivande rättvis handelsaktör, som är ansluten till Fair Trade Group Nepal och därigenom även till IFAT. All vinst återinvesteras i företaget. Mahaguthi har gått med vinst ända från starten och har aldrig varit beroende av externa medel. I dagsläget arbetar Mahaguthi med ca 1100 personer i omkring 100 producentgrupper. Dessutom har de 65 personer direkt anställda som producenter och 37 anställda som arbetar administrativt. Mahaguthi arbetar mycket med utbildning av sina producenter, exempelvis inom ekonomi/driva företag, säkerhet och hälsa.

Manushi startade 1991 som en NGO för att bevara kunskapen om traditionell konst och hantverk runt om i Nepal, tillverkat av framförallt fattiga och missgynnade kvinnor. Företaget är en icke vinstdrivande rättvis handelsorganisation som genom sitt medlemskap i Fair Trade Group Nepal är anslutna till IFAT. All vinst återinvesteras i företaget.

Manushi samarbetar med ca 300 producentgrupper runt om i Nepal, med fokus på att hjälpa unga kvinnor. Totalt arbetar 100 personer med silver för Manushi i sex olika producentgrupper. Fyra ligger belägna i Patan, och två utanför Kathmandu. Manushi har genom åren byggt upp ett gediget arbete runt Mikrokredit-lån som de erbjuder producentgrupper bestående av kvinnor.



Yak & Yeti är ett vinstdrivande företag, som låter sig inspireras av Rättvis handelsrörelsen. De eftersträvar att följa IFAT-kriterierna, men är varken medlemmar i Fair Trade Group Nepal eller IFAT. Swoyambhu, VD, säger att Fair Trade betyder att man behandlar människor "as humans". Han följer alla IFAT:s tio punkter, inte för att han måste utan för att dessa representerar det sätt han vill behandla sina anställda på.

Yak & Yeti arbetar i dagsläget med runt 100 familjegrupper, varav 50 tillverkar smycken.

Yak & Yeti har ett nära samarbete med Nepali Paper Products som är det enda av de två som har en koppling till Fair Trade Group Nepal (via Hatale Udhyog Pvt. Ltd, som inte har utländskt ägande, till skillnad från Nepali Paper Products). Nepali Paper Products tillverkar dock inga smycken, och lägger därför ut alla smyckesordrar på Yak & Yeti, precis som Yak & Yeti lägger ut "pappersordrar" på Nepali Paper Products.

Buddhacharya Jewellers – Gold & Silver Shop är ett konventionellt smyckesföretag beläget i Pokhara. Verksamheten ägs av Ninanjan sedan 6 år tillbaka då han övertog företaget efter en morbror. Buddhacharya Jewellers arbetar främst med guld, men också en del silver och säljer hela sin produktion på den lokala marknaden. Förutom fyra permanent anställda smyckestillverkare kontrakterar man smyckesproducenter efter behov.

Sherman & Sons är ett familjeföretag som har funnits i flera generationer. De har 15 permanent anställda smyckestillverkare, som endast producerar smycken till dem. Utöver detta har de mellan 50 och 60 arbetare som anställs genom kontrakt när det finns mycket arbete. Företaget ligger i det smyckesbutiksstäta området i Pokhara, där också de flesta smyckesproducenterna bor och är verksamma. Sherman & Sons arbetar uteslutande med guld och ädelstenar, och säljer hela sin produktion på den lokala marknaden.

Tillvägagångsätt

Studien har vi utfört dels genom intervjuer och dels genom egna ögonvittnesskildringar. Vi bokade in möten med ledningen på respektive företag och intervjuade varje VD utefter en framarbetad frågemall.¹ På samma sätt träffade vi producentgrupper och kunde genom att intervjua de anställda verifiera de svar vi tidigare fått från företagen. Samma mall användes. Producentgrupperna kom vi i kontakt med genom företagsledningarna. I samband med varje producentbesök gjorde vi även en djupare intervju i enskildhet med en av arbetarna på plats. Denna person tillfrågade vi på egen hand under vårt besök.

¹ Bilaga nr 1

Resultat

Nedan skall besvaras huruvida de producenter som vi besökt vet varifrån materialet som används i smyckena kommer och hur det framställs. Dessutom ska företagens och producenternas syn på en eventuell kontroll av hela kedjan presenteras.

De smycken som de besökta producenterna arbetar med är i regel silver och halvädalstenar. De konventionella producenter vi besökte arbetade i guld och hel/halvädalstenar. Dessa producerade enbart till den lokala, nepalesiska marknaden, till skillnad från de rättvis handelsföretag vi besökt, vilka dels exporterar, dels säljer en mindre del på den lokala marknaden.

Varifrån kommer råmaterialet?

Silver

Det silver som producenterna använder sig av köps i regel in på den lokala marknaden i Kathmandu. Varifrån det silvret kommer är det få producenter som vet, mer än att det köps in vid råvarubörser i Dubai eller Hong Kong. Eftersom silver är en råvara som handlas på en världsmarknad likt andra råvaror såsom olja eller kaffe, är silvret svårt att härleda till sin utvinnare.

Av slutkund köps i princip alltid silver i form av en sammansatt produkt, som t ex ett smycke. För sammansatta produkter är det av naturliga skäl (fler beståndsdelar) besvärligare att kontrollera hela kedjan, på grund av ökade kostnader, men också på grund av handelns natur som t ex vid silver, som precis förklarats. På så sätt skiljer sig silver från andra råvaror som t ex kaffe. Slutprodukten består då av *en* råvara. Ett krav på kontroll av hela kedjan blir för det första enklare för en slutkund att formulera, för det andra är det mindre kostsamt att kontrollera *en* råvara. Utan konsument/köparkrav finns det därför antagligen i regel litet intresse hos producenten att härleda alla beståndsdelars hela kedja, då det medför stora kostnader.



Om utvinnare, d v s gruvägare, skulle kunna märka sitt silver som bra framställt skulle det möjliggöra att ha en kontroll över hela kedjan, men något sådant existerar vad vi vet inte idag.

Ädelstenar



Halvädelstenarna som används kommer i princip alltid via stencentrat Jaipur i Indien. De flesta producenter köper dock sina stenar i Kathmandu. Längre bak i kedjan än Jaipur är det ingen som vi har pratat med som vet mer än möjligtvis var stenarna kommer ifrån, t ex Iran eller Tibet.

Stenarna som kommer ifrån gruvorna behandlas, d v s delas och slipas, i Jaipur. Detta steg är således kontrollerbart i teorin såtillvida att inköpare kan åka till Jaipur och se hur denna behandling går till. Frågan blir om praktisk möjlighet till detta finns och om någon utnyttjar den potentiella möjligheten. Till oss uttryckte Manushi en önskan om att kunna åka till Jaipur, just för att kunna utöka sin kontroll över hur behandlingen av stenarna går till, men de uppgav också att de inte hade finansiell möjlighet. Ett liknande svar fick vi hos Mahaguthi. Möjligheten till kontroll ökar givetvis i takt med en kunds ekonomiska styrka. Generellt upplevde företagen inom Rättvis handelsrörelsen att de lägger för små order för att kunna ställa krav på underleverantörerna. The Fair Trade Group har därför inlett ett samarbete som innebär att de respektive företagen lägger ihop sina ordrar för att kunna öka sin kontroll över de inköpta varorna. Detta har exempelvis genomförts med textilfärg, dock inte med halvädelsstenar eller silver.

Yak & Yeti åker däremot regelbundet till Jaipur för inköp av stenar. De har fått besöka lokalerna där stenarna förädlas, men upplevde också de att de var en för liten köpare för att kunna ha något inflytande över processen. Yak & Yetis VD ställde oss kritiskt frågan hur långt vi ansåg att man skall kontrollera kedjan. Han ställde uppenbarligen hela-kedjan-frågan i klar kontrast till kostnaden för kontrollen och om/hur den kostnaden betalar sig.

De konventionella producenterna fick det guld de behövde från ägaren av den affär som de arbetade åt för tillfället och hade därmed ingen kontroll över materialets härkomst. De affärsägare som vi talade med köpte in guld från Dubai och hel/halvädelstenar från Indien. De ansåg att kvaliteten är viktigare än att veta varifrån råmaterialet kommer. Vad gällde arbetarnas förhållanden

där råvaran togs fram nöjde de sig med att lita på att de arbetade med bra mellanhänder.

Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan sägas att ett smyckes hela kedja är speciellt svår att ha kontroll över, på grund av silver- och stenindustrins natur. Det är lättare med t ex råvaror eller textil- eller filtindustrin, då materialen kan produceras i Nepal. Varken silver eller stenar utvinns nämligen i Nepal i någon större utsträckning.

Diskussion

Vet de företag som tillverkar rättvist handlade smycken varifrån råmaterialet kommer, och hur arbetsförhållandena ser ut för dem som arbetar med det? Har de själva besökt silvergruvorna? Vet de hur förhållandena är för de personer som bearbetar stenarna?

När vi inledde vår studie var det detta vi ville ta reda på, och vi relaterade frågorna till situationen som den ser ut i Sverige idag när det gäller stora företags ansvar. H&M blir anklagade för att förhållandena för arbetarna som odlar bomullen som finns i deras kläder är usla, och konsumenter kräver att barn inte ska vara involverade i IKEA:s mattproduktion, etc. Samma krav borde man rimligtvis kunna ställa även på de aktörer som befinner sig inom Rättvis handelsrörelsen, men under vår studie har vi funnit att så inte är fallet. När vi påbörjade studien var vi medvetna om att det inom IFAT inte finns några krav på att kontrollera hela kedjan, vilket däremot är en av grundbultarna inom FLO. Vår utgångspunkt har varit att undersöka om detta ändå finns som en viktig fråga inom IFAT, och hur de olika aktörerna som vi besökt ser på framtiden gällande dessa frågor. Ytterligare en aspekt är huruvida detta är en viktig fråga när man diskuterar förtroendet för och tilliten till IFAT.

Som vi har sett har de olika aktörerna olika inställning till frågan. Ingen har möjlighet att kontrollera hela kedjan, p.g.a det sätt på vilket man handlar både silver och stenar, men det finns en skillnad i hur Rättvis handelsaktörerna och de konventionella aktörerna resonerar. Inom Fair Trade Group Nepal, som är samordningsorganet för Rättvis handelsaktörerna i Nepal, pågår en diskussion om hur man skulle kunna få bättre kontroll på hela ledet. Däremot är resurserna relativt knappa, och ingen har en reell möjlighet att exempelvis åka till Jaipur i Indien för att se hur stenarna bearbetas. Bland de stora, konventionella aktörerna däremot är det vanligt att man åker till Jaipur för att köpa stenar, och de har nära samarbete med återförsäljare som ständigt befinner sig på plats. Det som saknas är dock en verklig vilja att förbättra förhållandena, och en fråga som vi fick gång på gång var: "Where does the limit for all this go?", var går egentligen gränsen för långt man kan gå när det gäller att ställa krav på arbetsförhållanden?

I takt med konsumenters intresse för hela varans ursprung ökar, tror vi att frågan kommer att bli allt viktigare, både inom och utanför Rättvis

handelsrörelsen. Något som vi sett i vår studie är att ju mer pengar ett företag har, desto större förmåga har det att faktiskt påverka. Dels för att de, exempelvis gällande stenbehandlingen, faktiskt kan åka till Jaipur i Indien och se hur det ser ut, och börja ställa frågor och krav, och dels för att de kan lägga större ordrar vilket ökar inflytandet. Något vi reflekterade mycket över var huruvida det påverkar om en organisation eller företag är vinstdrivande eller inte. Vår första tanke var att det måste öka chanserna att lyckas kontrollera hela kedjan om företaget är vinstdrivande och på så sätt tjänar mer pengar som kan investeras på kontroller. Men på plats i Nepal insåg vi också något annat väldigt viktigt, nämligen att se "the ground reality", och förstå sammanhanget i vilket de olika aktörerna verkar. Under vår slutdiskussion fick vi lära oss att skillnaden mellan vinstdrivande och icke vinstdrivande företag och organisationer i Nepal i praktiken inte nödvändigtvis är så stor, utan att det främst handlar om olika juridiska begrepp och organisationsformer. Det finns inget som säger att ett vinstdrivande företag nödvändigtvis alltid vinstmaximerar och inte återinvesterar sin vinst i företaget. Eller att en icke-vinstdrivande organisation alltid får pengarna att stanna kvar inom verksamheten. Huruvida vinstpengar återinvesteras i företaget är en ledningsfråga och krasst finns bra och dåliga ledare överallt.

Att se till sammanhanget är oerhört viktigt när vi för diskussionen om kontroll över hela kedjan. De smyckestillverkare vi besökte är oerhört småskaliga och det absolut viktigaste för dem, enligt dem själva, var att få fler ordrar. Det handlar om att få marknadstillträde och en värdig inkomst som det går att leva på, och med det perspektivet blir det ganska avlägset att ifrågasätta varifrån råmaterialet kommer. Däremot inte oviktigt, och de företag och organisationer som de levererar till bör ta sitt ansvar gällande detta. Främst de inom IFAT, för att tilliten till och förtroendet för organisationen inte ska äventyras. Men innan man nått dit är det oerhört viktigt att vara tydlig i kommunikationen – vad är det vi lovar? Vad står IFAT:s kriterier för? Det är viktigt att vara tydlig med att man aldrig hävdar att kontrollen över hela kedjan finns med som ett krav, även om detta vore önskvärt.

Vår slutsats gällande frågan var gränsen egentligen går för hur långt man kan gå när det gäller att ställa krav på arbetsförhållanden landar i att det inte är rimligt att ställa dessa krav på den enskilde, småskalige producenten. De är alldeles för små aktörer på marknaden, och är i en så pass utsatt situation i nuläget att detta inte vore rimligt. Däremot menar vi att ett krafttag bör tas

högre upp i leden. I Nepals fall skulle detta kunna ske via Fair Trade Group Nepal, men ännu viktigare är att det sker via IFAT. Ett konkret exempel på hur man skulle kunna öka möjligheterna att påverka och förbättra chanserna till kontroll längre ner i leden är att inköp görs centralt så att man kommer upp i större mängder. Ett annat att man börjar undersöka möjligheten att lokalisera gruvor där framställningen av metaller sker under bra villkor. Detta skulle organisationer som arbetar med mänskliga rättigheter kunna ha en del i. Vi inser att vägen dit är lång, men också att det är oerhört viktigt att börja gå i denna riktning i takt med att vi som konsumenter äntligen börjar ställa allt högre krav.

Källor

www.ifat.org

http://www.ifat.org/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=612

www.varldsbutikerna.org

www.rattvisemarkt.se

Bilaga 1- Intervjufrågor till ledningen

1. What's your name?
2. How many are employed at your company? Men/woman? Average age? How old is the youngest/oldest?
3. What's the origin of your organization? Cooperative? Non-profit/profit? NGO?
4. How is your production organized?
5. What's your main market?
6. How much do you export? To which countries? Sweden?
7. How big is your capacity?
8. In what way do you work with quality? Do you have a guarantee?
9. How long is your delivery time? (Start of production to delivery)
10. What kind of warranty do you have for your customers?
11. What materials do you use in your jewelry?
12. Do you know where the raw material comes from?
13. If yes, do you know anything about their working conditions?
14. Do they follow the IFAT criterias?
15. What are the problems with the raw materials in Nepal? Importation? Expensive? Control?