



UURING

Eesti toidupoekettide vastutustundlikkus banaanitööstuse tarneahele



Avaldaja: Estwatch MTÜ

Estwatch on avalikes huvides tegutsev iseseisev mittetulunduslik organisatsioon, mis edendab õiglast, läbipaistvat ja kestlikku majandussüsteemi, uurides ja tuues esile ettevõtete ja avalike asutuste majandustegevuse mõju keskkonnale ja ühiskonnale.

Autorid:

Martin Tikk, Uku Lilleväli

Tänuõnad:

Uuringusse andsid olulise sisendi ettevõtete esindajad. Uuringu läbiviimisesse ja raporti koostamisse panustasid MTÜ Mondo esindaja Kristina Mänd, Fairtrade Baltikumi esindaja Jana Jesmin, Fairtrade inimõiguste ja keskkonnalaase hoolsuskohustuse tippkeskuse esindaja Maija Lumme ning Estwatchi juhatuse liige Kadri Org.

Päringud:

info@estwatch.ee, www.estwatch.ee

Avaldatud:

märts 2023

Kujundaja:

Taavet Kutsar

Esikaane foto:

Kio Fausto, Pexels

Rahastaja:

Projekti rahastab EMP toetuste Aktiivsete Kodanike Fond, mida vahendab Avatud Eesti Fond koostöös Vabaühenduste Liiduga.

Island 
Liechtenstein
Norway **Active
citizens fund**

Sisukord

Executive summary	4
Lühikokkuvõte	6
1. Sissejuhatus	8
2. Metoodika	9
3. Banaanituru ülevaade	11
Eksporditava banaani Cavendish tarneahel	11
4. Banaanitööstuse keskkondlik ja sotsiaalne mõju	13
Keskkonnamõju	13
Sotsiaalne mõju	14
Sertifikaadid ja märgised	15
5. Vaatlusuuring	16
6. Suhtlus toidupoekettidega ja analüüs	18
Banaanide soetamise strateegia ja maht	18
Tarnitavate banaanide vastutustundlikkus	18
Poekettide plaanid banaani tarneahelas vastutustundlikkuse edendamiseks	19
7. Soovitused	20

Executive summary

CONTEXT. Bananas are one of the most popular fruits among consumers in Estonia and Europe. Its production contributes to the economic well-being of producing countries, but also threatens the environment and communities in those countries. In particular, driven by the lowest-price-oriented competition model, supermarkets and other companies in banana supply chains keep banana production costs to a minimum, at the expense of, among other aspects, biodiversity, and the health, education and future of workers and people living around banana farms.

RESEARCH AIM. The aim of the study is to understand and analyse how Estonian supermarkets address sustainability issues in the banana supply chains and to map out opportunities for promoting companies' responsibility in the Estonian context.

METHODOLOGY. The study consists of three parts. First, it provides an overview of the banana market and its environmental and social impacts based on secondary data. Second, an observational study has been carried out to map the origin and sustainability of bananas in stores of the major Estonian supermarkets: Grossi Toidukaubad, Selver, Rimi, Maxima, Lidl, Prisma and Coop. Thirdly, through interviews and email requests, the same companies and two wholesalers, Bambona and Karlskroona, have been contacted to find out if and how companies ensure that the bananas they sell are produced responsibly.

RESULTS. The observational study confirmed that more responsibly produced bananas were available in almost all shops and e-shops, but at more than 80% higher prices. Communication with supermarkets revealed that bananas are mostly part of companies' general sustainability policies, but these in most cases do not describe in sufficient detail what conditions and requirements apply specifically to bananas or tropical fruits, e.g. in terms of pesticide use, worker and community health, and biodiversity. In addition, supermarkets shared minimally how compliance with sustainability-related procurement requirements is verified, and those that did confirmed it is mostly based on suppliers' or producers' own social audits, which are not independently verified. For ensuring responsible sourcing of bananas, supermarkets see less responsibility on themselves and more on producers, suppliers and consumers.

RECOMMENDATIONS for promoting responsibility in the banana supply chain.

Supermarkets should

- **publicly acknowledge the environmental and social risks and harms in the banana industry, minimise these risks in internal policies and procurement conditions, and monitor compliance.** It is important to comply with internationally recognised standards, to ensure as strong sustainability labelling of bananas as possible and to put pressure on wholesalers and producers. At a minimum, the following should be guaranteed in banana supply chains: **i.** decent wages and respect for human and labour rights, such as the freedom to join independent trade unions and equal access for women to the labour market and training; and **ii.** environmentally friendly production, by not using toxic chemicals and minimising the adverse impact of banana plantations on ecosystems;
- **not use bananas as a strategic commodity to be sold at low or no profit margins,** as this encourages price minimisation throughout the supply chain and thus perpetuates environmentally and socially harmful produc-

tion conditions in banana plantations;

- **guide consumer purchasing behaviour by raising awareness** of the environmental and social challenges of banana and other fruit supply chains and of more responsible alternatives.

Public authorities should

- **ensure that supermarkets take responsibility for environmental and social impacts in producing countries** – e.g. via mandatory and independently audited self-monitoring plans and due diligence – and **that stores cannot abuse buyer power in the supply chain**;
- **support policies that promote the fair and sustainable production of bananas and other fruits**;
- **allow only responsibly produced and certified fruits, including bananas, in public procurement**; and
- **carry out supervision to ensure responsible procurement of bananas and other fruits** in both public and private sector procurement.

Consumers can

- **research more about the environmental and social impact of bananas sold**, particularly in producer countries; and
- **encourage supermarkets, through purchasing decisions and direct feedback, to offer more responsible bananas** with strong certifications.

Civil society organisations can

- **raise awareness of the environmental and social impact of the banana production**;
- **encourage supermarkets to offer more responsibly produced bananas**; and
- **nudge the public sector to promote a greater supply of more responsible fruit**, including bananas.

More detailed recommendations can be found at the end of the study.

Lühikokkuvõte

KONTEKST. Banaan on Eesti ja Euroopa tarbijate seas üks populaarsemaid vilju, mille tootmine ühest küljest panustab tootjariikide majanduslikku heaolusse, aga teisalt ohustab nendesamade riikide keskkonda ja kogukondi. Nimelt hoitakse suuresti toidupoekettide ja teiste banaanitarnehelaga seotud ettevõtete madalaimast hinnast lähtuva konkurentsimudeli tõttu banaanide tootmiskulud minimaalsed muuhulgas elurikkuse ning tööliste ja banaanifarme ümbritsevate inimeste tervise, hariduse ja tuleviku arvelt.

EESMÄRK. Uuringu eesmärk on mõista ja analüüsida Eesti toidupoekettide vastutustundlikkust banaanitööstuse tarneahelas ning kaardistada võimalusi ahela vastutustundlikkuse edendamiseks Eesti kontekstis.

METOODIKA. Uuring koosneb kolmest osast. Esiteks antakse teistele andmetele tuginedes ülevaade banaaniturust ja selle keskkondlikest ning sotsiaalsetest mõjudest. Teiseks on banaanide päritolu ja jätkusuutlikkuse kaardistamiseks teostatud vaatlusuuring Eesti suuremate poekettide kauplustes: Grossi Toidukaubad, Selver, Rimi, Maxima, Lidl, Prisma ja Coop. Kolmandaks on intervjuude ja meilipäringute kaudu suheldud samade poekettide ja kahe hulгимүүja, Bambona ja Karlskroonaga, kellelt on uuritud, kas ja kuidas ettevõtted banaanide vastutustundlikkust tagavad.

TULEMUSED. Vaatlusuuring kinnitas, et vastutustundlikumalt toodetud banaanid olid müügil pea kõikides kauplustes ja e-poodides, ent üle 80% kallima hinnaga. Poekettidega suhtlusest selgus, et banaanid on enamjaolt osa ettevõtete üldisest hangete jätkusuutlikkusega seotud eeskirjadest, aga need enamasti ei kirjelda piisavalt detailselt, mis tingimused ja nõuded rakenduvad konkreetsetele banaanidele või troopilistele viljadele, nt pestitsiidide kasutusel, tööliste ja kogukondade tervise hoidmisel ning elurikkuse tagamisel. Lisaks jagasid poeketid minimaalselt, kuidas kontrollitakse kestlikkusega seotud hankenõuete täitmist, ning need, kes seda jagasid, kinnitasid, et see põhineb enamasti tarnijate või tootjate endi audititel, mis pole aga sõltumatu osapoole poolt valideeritud. Jaaketid näevad vastutust banaanide vastutustundlikkuse tagamise eest vähem endil ja rohkem tootjatel, tarnijatel ja tarbijatel.

SOOVITUSED banaanitarnehelas vastutustundlikkuse edendamiseks.

Toidupoeketid peaksid

- **banaanitööstusega seotud keskkondlike ja sotsiaalseid riske ja kahjusid avalikult teadvustama, neid oma sise-eeskirjades ja hanketingimustes minimeerima ning tingimuste järgimist monitoorima.** Oluline on järgida rahvusvaheliselt tunnustatud standardeid, hankida müüki võimalikult tugevate vastutustundlikkust tõendavate märgistega banaanid ning avaldada survet hulгимүүjatele ja tootjatele. Müüdavate banaanide tarneahelates peaksid olema garanteeritud vähemalt **i.** inimväärsed palgad ja inim- ning tööõiguste austamine, nt vabadus ühineda sõltumatute ametiühingutega ja naistele võrdne ligipääs tööturule ning koolitustele, ja **ii.** keskkonnasõbralik tootmine, mitte kasutades toksilisi kemikaale ja minimeerides banaanitarnehelate mõju ökosüsteemidele;
- **mitte kasutama banaanitarnehelal strateegiliselt madala või olematu kasumimarginaaliga müüdava tootena,** kuna see soodustab kogu tarneahelas hinna minimaalseks surumist ja seekaudu taastoodab keskkondlikult ja sotsiaalselt kehvaid kasvatus- ja tootmistingimusi banaanitarnehelates;
- **suunama tarbijate ostukäitumist, tõstes teadlikkust** banaanide jt viljade tarneahelate keskkondlikest ja sotsiaalsetest probleemidest ning vastutustundlikumatest alternatiividest.

Avalikud asutused peaksid

- tagama, et toidupoeketid võtaksid vastutuse keskkondliku ja sotsiaalse mõju ees tootjariikides – nt kohustuslikud ja sõltumatult auditeeritud enesekontrolliplaanid ja hoolsuskohustus – ning et poeketid ei saaks kurnatavalt ostja mõjuvõimu tarneahelas;
- toetama poliitikavaldkondi, mis soodustavad banaanide ja teiste viljade õiglast ja kestlikku tootmist;
- võimaldama riigihangetes vaid vastutustundlikult toodetud ja sertifitseeritud viljade, sh banaanide hankimist; ja
- teostama järelevalvet, et nii avaliku kui ka erasektori hangetes oleks banaanide jt viljade vastutustundlikkus tagatud.

Tarbijad saavad

- uurida, milline on banaanide keskkondlik ja sotsiaalne mõju eeskätt tootjariikides; ja
- julgustada poekette ostuotsuste ja otsese tagasisidega pakkuma nn tavabanaanide asemel vastutustundlikumaid alternatiive tugevate sertifikaatidega.

Vabaühendused saavad

- tõsta teadlikkust banaanide kasvatamise keskkondlikust ja sotsiaalsest mõjust;
- nügida poekette pakkuma vastutustundlikumalt toodetud banaane ning
- kutsuda avalikku sektorit soodustama vastutustundlikumate viljade, sh banaanide suuremat pakkumist.

Täpsemad soovitused on kirjeldatud uuringu lõpus.

1. Sissejuhatus

Banaan on Eesti ja Euroopa tarbijate seas õunte ja tsitruseliste järel populaarsuselt kolmas vili ning banaanitööstus on oluline sissetulekuallikas tööliste ja tootjatele selle kasvatuspiirkondades. Banaani-kasvatusest ja -eksportist tulenevad sissetulekud tootjariikide riigieelarvesse võimaldavad edendada erinevaid eluks vajalikke valdkondi, sh haridus, tervishoid, taristu ja sotsiaalteenused.¹

Vaatomata majanduslikele hüvedele on arvukad uuringud toonud välja banaanisectori negatiivse sotsiaalse ja keskkondliku mõju, sh väiketootjate ja tööliste madalad sissetulekud ja tervistkahjustavad töötingimused² ning pöördumatud kahjud tootjariikide ökosüsteemidele³. Viimased tulenevad muuhulgas väetiste ülekasutamisest ning banaani-farmide laiendamisest vihmametsade või teiste väärtuslike elupaikade arvelt, mis omakorda võimendavad ulatuslikke tormi, üleujutusi jt looduskataastroofe.

Ettevõtete, sh toidupoekettide madalaimast hinnast lähtuv konkurentsivõime ning banaani lõppväärtuse ebahühtlane jaotumine tarneahelas raskendab tootjatel rakendada kestlikke tootmis-süsteeme ning pakkuda sealsetele töölistele elamis-väärset ja stabiilset palka.⁴ Poeketid määravad tarbijatele lõpphinna ehk ühest küljest selle, kui palju on tarneahelas võimalik tootjate, tööliste jt osapoolte vahel väärtust jaotada, ja teisalt, mil määral saab banaani lõpphind arvestada tegelikke kulusid ehk lisaks majanduslikele kuludele ka keskkondlike ja sotsiaalseid kahjusid. Poekettide seatud hinnad sõltuvad suuresti ettevõtete eeskirjadest, mille kohaselt on banaan strateegiline toode, mis kutsus kliente poodi ostma teisi, kõrgema hinnaga tooteid. Toidupoekettide surve tootja-

tele hindade alandamiseks viib aga tootjate jt osapoolte kulude minimeerimiseni, mis omakorda soodustab töölis- ja inimõiguste ning keskkondliku heaolu ohverdumist. Kui tootjad ei suuda hindu rohkem alandada, saavad jae- ja hulgimüüjad otsida järgmise tootja, kes võib tegutseda teises riigis ja/või on nõus toodet veel odavamalt müüma.⁵

Kuna seni puudub süstemaatiline ülevaade, kas ja kuidas Eesti turul banaanitööstusega seotud kahjusid maandatakse, on käesoleva analüüsi eesmärk mõista ja analüüsida banaanitööstuse vastutustundlikkust Eesti toidupoekettide kontekstis. Täpsemalt koosneb analüüs neljast alaeesmärgist:

1. anda ülevaade Eesti banaaniturust, sh kust ja kuidas banaanid Eestisse jõuavad,
2. kaardistada banaanitööstusega seotud keskkondlike ja sotsiaalseid probleeme,
3. hinnata avalikele allikatele ja intervjuudele tuginedes, kuidas Eesti toidupoeketid antud probleemkohti arvestavad ja maandavad, ja
4. teha ettepanekuid banaanitööstuse vastutustundlikumaks muutmiseks.

¹ Saha, C., Ahamed, H., Nandi, R., Kabir, M. (2021). Post-harvest losses of banana in fresh produce marketing chain in Tangail District of Bangladesh.

² Banana Link (2019). The Social, Environmental and Health Impacts of Banana Supply Chains.

³ Fairtrade Foundation (2021). Better in a bunch: Fairtrade banana farmers weathering the storm together. Better in a Bunch: Fairtrade Banana Farmers Weathering the Storm Together. Fairtrade Foundation.

⁴ BASIC (2015). Banana value chains in Europe and the consequences of Unfair Trading Practices.

⁵ Arutelu (2022). Kristina Mänd. Õiglase kaubanduse ekspert. MTÜ Mondo.

2. Metoodika

Uuring vastab uurimisküsimustele kolmes osas: teisetele andmetele tuginev banaanituru ülevaade, Eesti jaekettides läbi viidud vaatlusuuring pakutavate banaanide kaardistamiseks ning suhtlus Eesti toidupoekettide ja hulгимүүjatega.

Banaanituru ülevaade

Banaanituru ja selle jätkusuutlikkuse ülevaade kirjeldab banaanitööstuse tarneahelat ning sellega seotud sotsiaalseid ja keskkondlikke kitsaskohti. Ülevaates on tuginetud valdavalt kirjutuslauauuringule, sh teised uuringud ja teadusartiklid, ning lisaks on konsulteeritud vabas vormis valdkonna ekspertidega: Maija Lumme, kes on jätkusuutlikkuse spetsialist ja ärisuhete juht organisatsioonis Fairtrade Centre of Excellence on Human Rights and Environmental Due Diligence, ja Kristina Mänd, kes on organisatsioonis MTÜ Mondo keskendunud erinevate toiduainete, sh banaanide tarneahelatega seotud probleemide eestkõnelemisele õiglase kaubanduse kontekstis.

Vaatlusuuring

Eestis pakutavate banaanide ja nende päritolu kaardistamiseks teostati 13. septembril 2022 vaatlusuuring nii füüsiliste poevisiitide kui ka e-poodide külastamise kaudu.

Poevisiite tehti Tallinnas vähemalt ühes kaupluses järgnevates jaekettides: Grossi Toidukaubad, Selver, Rimi, Maxima, Lidl, Prisma ja Coop. E-poode vaadeldi jaekettidel, kel need on olemas: Coop, Rimi, Prisma, Selver ja Maxima (Barbora). Müüdavate banaanide kohta pandi kirja nende hind, päritoluriik, pakendil olev teave ning märgisega banaanide puhul sertifikaat.

Suhtlus Eestis tegutsevate ettevõtetega

Kolmandaks suheldi meili, telefoni ja videokõne teel 2022. aasta augustis ja septembris Eesti suuremate

jaekettide ja hulгимүүjatega, et mõista banaaniturgu ning selle vastutustundlikkust ettevõtete vaatest. Intervjuudes ja vestlustes uuriti muuhulgas, kui palju banaane müüakse, kuidas on korraldatud nende tarnimine (sortiment, bränd, tarnija), kui teadlikud ollakse banaanitööstusega kaasnevatest keskkondlikest ja sotsiaalsetest riskidest ning kas ja kuidas neid ettevõtte tasandil tarnetes maandatakse. Lisaks uuriti, mis võimalusi nähakse banaanitööstuse vastutustundlikkuse edendamiseks, mh kes ettevõtete silmis selle eest vastutama peaks.

Allolev Tabel 1 annab ülevaate uuringusse kaasatud ettevõtetest koos emafirma päritolu, jaeketi brändinime, ettevõtte tüübi (jae- või hulгимүүja) ja esindaja nimega. Analüüsi panustasid kõik tabelis olevad poeketid peale Coop, Rimi ja Karlskroona, kes vaatamata korduvatele palvetele otsustasid mitte vastata, ja Bambona, kes ei soovinud osaleda, kuna nemad ei pidavat suurtele poekettidele banaane tarnima.

Piirangud

Käesolevas analüüsis on mitmeid uuringu ulatusest, andmete kättesaadavusest ja ressurssidest tulenevaid piiranguid. Esiteks tugineb analüüs banaanitööstuse tarneahela alguses olevast mõjust ülevaate andmisel teisetele allikatele, mille kontrollimine kohapeal on käesoleva analüüsi ulatusest väljas. Küll maandatakse teisestest allikatest tulenevaid piiranguid ja kitsaskohti vajadusel mitmest allikast andmete kontrollimise ja allikakriitilise lähenemisega.

Teiseks keskendub käesolev uuring valdavalt banaanitööstusega kaasnevate ohtude mõistmisele ja maandamisele. Seetõttu pööratakse vähem rõhku banaanitööstuse positiivsetele mõjudele, nt töökohade loomine ja elatusallikate tagamine ning sissetulek tootjariikide riigieelarvesse. Kolmandaks on vähe olemasolevaid andmeid Eestist, sh turu ja tarneahelate vähene läbipaistvus. Seetõttu viidi läbi vaatlusuuring kauplustes ja veebipoodides ning suheldi poekettide ja hulгимүүjatega, et Eesti turgu, konteksti ja ettevõtete seisukohti paremini mõista.

Neljandaks, vaatlusuuring oli põgus ja käsitles vaid ühel päeval tehtud vaatlust valitud poodides pealinnas. On tõenäoline, et banaanivalik ühes jaeketis erineb nii päeviti kui ka kaupluseti, eriti üle Eesti teistes keskustes ja maapiirkondades. Seetõttu ei saa vaatluse põhjal teha

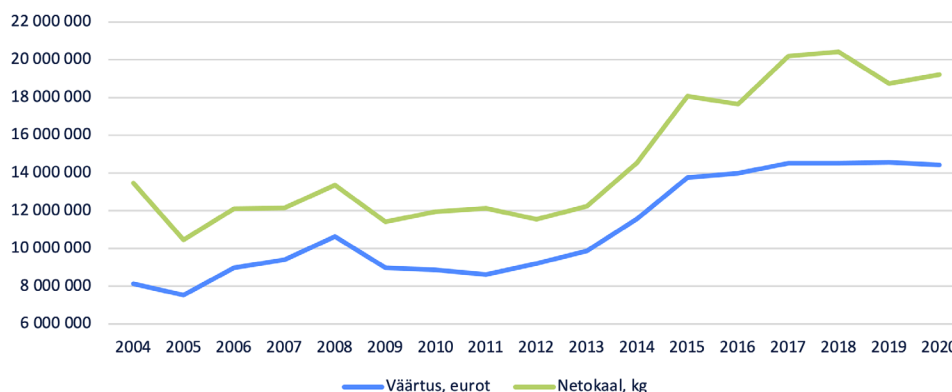
laiemaid järeldusi, aga selle tulemused annavad indikatsiooni sellest, mis märgiste ja hindadega banaane Eesti turul pakutakse.

Tabel 1. Uuringusse kaasatud banaanide kauplemisega tegelevad toidupoekestid

Ettevõtte	Emafirma päritoluriik	Bränd	Ettevõtte tüüp	Esindaja
Maxima Eesti OÜ	Leedu	Maxima	Jaemüüja	Tiia Schapel, turunduse ja avalike suhete osakonna juht
Selver AS (Tallinn Kaubamaja Grupp)	Eesti	Selver	Jaemüüja	Rivo Veski, kommunikatsioonijuht
Prisma Peremarket AS	Soome	Prisma	Jaemüüja	Piret Sirila ja Kristi Reisel, kategooriajuhid
Lidl Eesti OÜ	Saksamaa	Lidl	Jaemüüja	Daiga Helena Židelune, ühiskondliku vastutuse konsultant
OG Elektra AS	Eesti	Grossi Toidukaubad	Jaemüüja	Rita Uukkivi, juhatuse liige
Bambona AS	Eesti	Bambona	Hulgimüüja	- (otsustas mitte panustada)
Coop Eesti	Eesti	Coop	Jaemüüja	- (otsustas mitte panustada)
Rimi Eesti Food	Rootsi	Rimi	Jaemüüja	- (otsustas mitte panustada)
Karlskroona OÜ	Eesti	Karlskroona	Hulgimüüja	- (otsustas mitte panustada)

3. Banaanituru ülevaade

Joonis A. Banaanide import Eestisse väärtuse ja kaalu järgi 2004-2020.



Allikas: Eesti Statistikaamet (andmestik VK200)

Banaan on maailma enim tarbitud magusvili ja enim eksporditud vili, mida toodetakse aastas umbkaudu 150 miljonit tonni ja eksporditakse 25 miljonit tonni ning mille rahvusvaheline kaubandus on väärt ligikaudu 11 miljardit dollarit⁶, ⁷.

Maailma suurimad tootjad on India (20 miljonit tonni) ja Hiina (11 miljonit tonni), suurimad eksportijad Ecuador, Filipiinid, Costa Rica ja Kolumbia.⁷ Banaanide suurim importija oli 2020. aastal Euroopa Liit (26% maailma importturust), kellele järgnesid USA (21%), Hiina (9%) ja Venemaa (8%).⁸

Eestis on banaanimport viimase 10 aastaga hüppeliselt kasvanud, tõustes veidi alla 9 miljonilt eurolt ja 12 miljonilt kilogrammilt 2010. aastal üle 14 miljoni euroni ja 19 miljoni kiloni 2020. aastal (vt ülemine joonis A)⁹. Perioodil 2010-2020 Eestisse imporditud banaanid pärinevad valdavalt Costa Ricalt (37%), Ecua-

dorist (23%), Panamast (13%) ja Kolumbiast (7%).

Euroopa banaaniturul domineerivad suured vahendajad: Fresh Del Monte, Chiquita Brands International Sàrl, Fyffes, Dole Food Company ja Reybanpac.⁷

Eksporditava banaanini Cavendish tarneahel

Vaatamata banaanisortide mitmekesisusele eksporditakse maailmas, sh Eestisse valdavalt vaid ühte sorti, Cavendish, millel on selgelt defineeritud valmimisomadused ja mida on monokultuurina mürgiste kemikaalide kaasabil (vt järgmine peatükk) efektiivsem istutada, kasvatada, korjata, protsessida ja transportida pikki vahemaid ilma võimalike kahjustusteta^{10,11}.

Eksportsordil Cavendishil on selgelt väljajunenud tarneahel. Cavendish sordi banaanikobaraid

⁶ FAOSTAT, 2011-2020 keskmine, "banana" ja "plantain and other" kategooriad

⁷ Voora, V., Larrea, C., & Bermudez, S. (2020). Global market report: Bananas. IISD

⁸ Banana Market Review. (2020). Food and Agriculture Organization of the United Nations.

⁹ VK200: Kaupade eksport ja import kaubakoodi (KN 4-kohaline kood) ja riigi järgi (2004-2021). Kood 0803, värsked või kuivatatud banaanid, sh jahubanaanid. Eesti Statistikaamet.

¹⁰ Bebbler, D. P. (2022). The long road to a sustainable banana trade. *Plants, People, Planet* published by John Wiley & Sons Ltd.

¹¹ FAO (2022). Banana facts and figures.

kasvatatakse üheksa kuud, misjärel need korjatakse rohelisena, valitakse värvi, küpsusastme ja kuju nõuetele vastavalt sobivaimad, puhastatakse, märgistatakse ning eksporditakse¹². Banaane kasvatatakse polüetüleenist kilekottide sees, mis tõrjuvad haiguseid, tõstavad niiskustaset ja süsihappegaasi ning vähendavad hapnikku¹³. Banaanid jõuavad Euroopa sadamatesse enamasti Lõuna-Ameerikast säilivusaega pikendavates nn külmutuslaevades 10 päeva kuni 4 nädalaga¹⁰, pärast mida need saadetakse 72-96 tunniks etüleengaasiga valmimisruumidesse. Eestis müüdavate banaanide järelvalmimine viiakse tavaliselt läbi Lätis, Leedus või Soomes¹⁴. Seejärel on banaanid valmis kauplustesse saatmiseks. Costa Ricalt ja Ecuadorist Eestisse jõudmiseks läbivad banaanid 10 kuni 11 tuhande kilomeetrise vahemaa.

Kuna banaanide kiire riknevuse tõttu on tarnitavad kogused ja tarnimise kiirus esmatähtsad, esitavad poeketid tellimuse terveks järgneva aastaks ning korrigeerivad seda jooksvalt¹⁵.

Banaanide tarneahelas visatakse ära üle viiendiku banaanidest, peamiselt algaasis tulenenud mehaaniliste ja füüsiliste kahjustuste ning jaemüügifaasis viljade üleküpsemise tõttu.¹



Banaaniistandus Costa Rical. Foto: Ali Eminov

¹² Inside Edition (2019). How Do Bananas Grow and End Up in the Store? Youtube.

¹³ Hernandez, C. E., & Witter, S. G. (1996). Evaluating and managing the environmental impact of Banana production in Costa Rica: A systems approach. *Ambio*, 25(3), 171–178.

¹⁴ Intervjuu (2022). Maija Lumme. Sustainability Specialist, Business Partnership Manager. Fairtrade HREDD Centre of Excellence

4. Banaanitööstuse keskkondlik ja sotsiaalne mõju

Keskkonnamõju

Monokultuursed Cavendish sordile keskendunud banaanifarmid on teiste, rohkemate banaanisortidega farmidega võrreldes vastuvõtlikumad haigustele ja kahjuritele, mistõttu kasutatakse nende kasvatamisel ulatuslikumalt mürgiseid agrokemikaale ehk pestitsiide¹⁵. Pestitsiidide intensiivsest kasutamisest tulenev mulla viljakuse vähenemine on omakorda muutnud banaanid üha haavatavamaks aina arenevate farmides levivate haiguste suhtes. Üks levinumatest haigustest mh domineerivale banaanisordile Cavendish on Panama närtsimishaiguse tüvi TR4 (troopiline rass 4), mille levik ohustab terveid banaanistandusi ja seega ka elatusallikaid ning toiduga kindlustatust viljast sõltuvas piirkonnades.¹⁶

Banaanahaiguste pidev muutumine nõuab sagedamini ja intensiivsemalt toksiliste pestitsiidide kasutamist. Pestitsiidid hõlmavad muuhulgas Euroopa Liidus keelatud parakvaati (*Paraquat*) ja Mancozebi, mis tekitavad mürgiseid reaktsioone elusorganismide siseorganites, põhjustades muuhulgas südame-, neeru- ja maksapuudulikkust, kopsukahjustusi, loodete väärarengut ja arenguhäireid, erinevaid vähitüüpe, viljatust, kasvajaid

ja surma. Pestitsiidide pihustamise sagedus ühes istanduses on kasvanud varasemalt umbkaudu 20 korralt aastas täna 45-90 korrani aastas, sõltuvalt asukohest.^{17,18}

Pestitsiide pihustatakse sageli ebatäpselt näiteks lennukilt pihustades ning need levivad tuule, vihma, veekogude, irrigatsiooni ja jäätmekäitlusega istandustest kaugemale, mürgitades istandustes töötajaid ja ümbritsevaid kogukondi^{19,20}. Näiteks Costa Rical hinnatakse, et istandustes banaanikobarate ümber olevatest kilekottidest jõuab looduskeskkonda 22.5 tonni putukamürki¹⁸. Ecuadori banaaniregioonides on riigis enim sünnidefekte ning banaanistanduste ümber elavates peredes sünnib sagedasti puuetega lapsi¹⁷. Pinnast ja veekanalaid saastades kahjustavad pestitsiidid ka mulla viljakust ja vee-elustikku, mh korallriffe²¹.

Banaanitööstuses monokultuuri kasutamine on kahjustanud ka bioloogilist mitmekesisust, vähendanud pinnases vee imbumist ja suurendanud erosiooniohtu, mis on muutnud ökosüsteeme ja neist sõltuvaid kogukondi haavatavamaks ulatuslikele tormidele, üleujutustele, põudadele jt looduskatastroofidele^{3,22,23,24}. Monokultuuriistandused on sageli varasemate toitainerikaste vihmametsade pinnasel, kus metsakatte

¹⁵ C., Mlot. (2004). Greening the World's Most Popular Fruit. *National Wildlife*, Feb/Mar2004, Vol. 42 Issue 2.

¹⁶ FAO (2022). What is Fusarium Tropical Race 4?

¹⁷ Calabria, R. (2017). The poison comes from the sky. *Danwatch*.

¹⁸ Altabtabae, R. L.; Chaudhary, O.; Clement, C. & Polidoro, B. (2016). Loss of Chlorpyrifos from Plastic Bags used in Commercial Banana Production. *International Journal of Environmental Science and Toxicology Research*, Vol. 4(2) pp. 19-24.

¹⁹ Lunder, S. (2014). Banana Cultivation Is Pesticide-Intensive. *Environmental Working Group*.

²⁰ Gamboa, L. C., Diaz, K. S., Diaz, Ruepert, C., Wendel de Joode, B. (2020). Passive monitoring techniques to evaluate environmental pesticide exposure: Results from the Infant's Environmental Health study (ISA). *Environmental Research*.

²¹ Banana Link (2022). The Problem With Bananas: Environmental, Social & Corporate Issues.

²² Clift, L. (2022). Bananas in Crisis. *Great Ecology*.

²³ Zumbado, J. A. R. (2020). The Pacuare Reserve Landscape: land cover change and implications for biodiversity conservation in Costa Rica. TH Köln – University of Applied Sciences

²⁴ Noleppa, S., Gornott, C., Lüttringhaus, S., Hackenberg, I., Gleixner, S. (2021). Climate change and its effects on banana production in Colombia, Costa Rica, the Dominican Republic, and Ecuador. *Potsdam Institute for Climate Impact Research*.

hävitage on mulla produktiivsust oluliselt kahan-
danud²⁵. Seetõttu on suured banaaniistandused ühest
küljest põhjuseks vihmametsade raadamisele, teisalt
ei võimalda ühele banaanisordile keskendumine vara-
semat mulla viljakust taastada.

**Banaanifarmide vähese elurikkuse tõttu on tootjad
sageli kasvatusalade suurendanud, et korvata kaha-
nenud produktiivsust.** See on võimendanud aga kasva-
tuste ja monokultuuride laiendamise ning nendega
kaasneva negatiivse mõju nõiarangi¹¹.

Sotsiaalne mõju

Banaani tööstust iseloomustab madalaimale
hinnale keskenduv konkurentsimehhanism, millest tulenev
hinnasurve kahjustab tarneahelas enim ahela alguses
olevaid töölisi ja esmatootjaid, eriti kuna töölise
palgad moodustavad suure osa kõigist tootmiskulu-
dest². Näiteks jääb banaaniistanduste töölisele hinnan-
guliselt vaid 10% lääneriikides lõpptarbija makstavast
banaani lõpphinnast, samal ajal kui poeketid saavad
umbkaudu 40% ja ülejäänud turuosaliste vahel jaotub
50%⁴. Banaani tööstuse töölise palgad on sageli mada-
lamad ka tootjariikide miinimumist: näiteks Indias ja
Costa Ricas teenivad keskmiselt kaks töölise viiest alla
sealse miinimumpalga²⁶.

**Hinnasurve tõttu kasutavad tootjad üha enam
sissetulekute stabiilsust ja suurust kahandavaid
töövorme**, mh juhutööd, tükitöötasu, ajutine töö, alltöö-
võtt ja mitteametlikud töösuhted. Näiteks Ecuadoris
on osades provintsidel palgad langenud umbkaudu
kolmandiku võrra ning kui varem võeti inimesi tööle
terveks töönaädalaks, siis nüüd vaid kaheks-kolmeks
päevaks^{27, 28}.

**Madal sissetulek ja ebakindlad töötingimused
ilmselgavad töölise ja tootjate ning nende perede
puudulikku sotsiaalkindlustust**, kuna kahandavad
ligipääsu sotsiaaltoetustele ja -hüvitistele. Lisaks ei
võimalda vähene või puuduv sotsiaalkindlustus töölisel
ja väiketootjatel koguda säästusid või end kindlustada
ootamatute kulude leevendamiseks ja katmiseks, mh

aina sagenevate ja intensiivistuvate tormide ja teiste
looduskatastroofide vastu.³

**Hinnasurve on viinud liigsete kokkuvõetudeni ka
puhkeaegades, turvavarustuses ja töötervishoios.**
Erinevad uuringud on tõendanud töölise ebapiisavat
ligipääsu joogiveele ja isikukaitsevahenditele.²⁷ Lisaks
sunnitakse tööliseid sageli töötama samal ajal, kui
pestitsiidide pihustatakse, selmet minna istandustest
vähemalt 24 tunniks eemale, mis on vajalik näiteks
Mancozeb pestitsiidi puhul¹⁷. Koormust on suuren-
datud ka puhkeaega ja töötasu vähendades: 2018.
aastast kaotati Ecuadoris nõue pakkuda töölisele kaks
vaba päeva nädalas ja vähendati 75% ulatuses nädala-
vahetuste ületunnitöötasu²⁸.

**Naistöölisel on lisaks kehvemale majanduslikule
olukorrale ja diskrimineerimisele tihti psühholoo-
gilise, füüsilise ja seksuaalse vägivalla ohvrid.** Nais-
töölisel teevad meestega võrreldes sageli kehvemate
töötingimustega töid, näiteks pakkimine ja istutamine,
mis hõlmavad madalamat palka ja väiksemat kindlust
töökoha ja sissetuleku osas. Lisaks kasutatakse mitmes
paigas praktikat, kus naised peavad rasedustestiga
tõendama, et saavad produktiivselt töötada.²⁸

**Regulatsioonide ja nõuete vähendamine on
soodustanud banaani tööstuses vägivalla kasutamist,
lapstööjõu rakendamist ja narkokaubanduse ning
maffia toetamist.** Sageli kasutatakse suuri banaane
vedavaid konteinerlaevu narkootikumide transportimi-
seks Euroopa ja Põhja-Ameerika turgudele.²⁹ Ka Eestis,
Muuga sadamas leiti 2022. aasta kevadel Ecuadorist
saadetud banaani külmutuskonteineritest ligi poole
miljardi euro väärtuses kokaiini, mis on üks suurimatest
kogustest, mis Balti- ja Põhjamaade piirkonnas on taba-
tud.³⁰

**Banaaniistandused mõjutavad tööliseid ja istan-
dusi ümbritsevaid kogukondi mitmeti ka majandus-
likult.** Näiteks kuna maa on sageli võetud banaani kas-
vatuse alla ja/või pestitsiididega mürgitatud, ei saa
töölised ja kohalikud inimesed seal enda tarbeks toitu
kasvatada ning sõltuvad varem omakasvatatud toidu
asemel imporditud toodetest.⁵ Töötingimuste ja kogu-
kondade majandusliku ja sotsiaalse heaolu edenda-

²⁵ Morton, J. F. (1987). Banana. In: Fruits of Warm Climates.

²⁶ ILO (2020). Wages & Working Conditions in the Banana Sector: the Case of Costa Rica, Ethiopia, India, Indonesia & Vietnam

²⁷ Banana Link (2021). Ecuadorian banana workers report deteriorating wages and job security.

²⁸ Oxfam (2018). The Plight of Pineapple and Banana Workers in Retail Supply Chains.

²⁹ EU Drug Markets Report (2019). European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction.

³⁰ Maksu- ja Tolliamet (2022). MTA töötajad pidasid kinni viimaste aastate rekordkoguse kokaiini.

mist tõkestab tõik, et banaaniistanduste omanikud ei luba töölistel liituda ametiühingute või teiste sarnaste, tööliste õiguseid kaitsvate rühmadega. Ametiühingud ja sarnased rühmad võimaldaksid töölistel asuda tööandjatega ühiselt mh kollektiivlääbirääkimistesse näiteks töötingimusi puudutavatel teemadel.⁵

Sertifikaadid ja märgised

Banaanitööstusega kaasnevate keskkondlike ja sotsiaalsete mõjude juhtimiseks – nt ohtude ja kahjude vähendamine ning tarneahelas esmatootjate, tööliste jt nõrgemate osapoolte võimestamine – on loodud erinevaid sertifikaate ja märgiseid. Need hõlmavad õiglase kaubanduse ja mahetoodete märgiseid, mis tõendavad teatud jätkusuutlikkuse standardit (nt Fairtrade, World Fair Trade Organisation, Euroopa Liidu mahetoote märgis jpt), ning kestliku arengu algatusi ja märgiseid, mis püüavad ühildada kestliku arengu eesmärgid tarnijate tootmisnõuetega (nt Rainforest Alliance).³¹

Viimaseid peetakse nõrgemaks alternatiiviks näiteks õiglase kaubanduse sertifikaatidele, kuna need

ei vasta peamistele õiglase kaubanduse nõuetele, mis on seotud tootjate majandusprobleemide leevendamise, näiteks toodete tootmiskulusid katva õiglase miinimumhinna tagamine ja lisatasu kogukondadele orgaanilise põllumajanduse eest. Allolev Tabel 2 võrdleb valitud aspektide põhjal Eestis müüdavatel banaanidel kahte levinumat sotsiaalset vastutustundlikkust tõendavat märgist: õiglase kaubanduse märgis Fairtrade ja kestliku arengu märgis Rainforest Alliance.

Eelnevatest erinevad keskkondliku fookusega mahetoote märgised. Näiteks Euroopa Liidu mahetoote märgise saamiseks peab kasvatamis-, tootmis- ja tarnimisprotsess vastama kindlatele kriteeriumitele, nt peab kasvatades kasutama vähemalt 95% orgaanilisi aineid ja ülejäänud maksimaalselt 5% puhul kohaldama rangeid tingimusi.³²

Tabel 2. Fairtrade ja Rainforest Alliance märgiste võrdlus³¹

	Rainforest Alliance	Fairtrade
ILO töökonventsioonide järgimine	Jah	Jah
Tagab miinimumhinna sertifitseeritud toodetele	Ei	Jah
Farmerite osalus standardites	Puudub	50%
Fikseeritud lisatasu kogukonnaprojektidele	Ei	Jah
Lisatasu orgaanilise põllumajanduse eest	Ei	Jah
Eesmärk tagada farmeritele elamisväärne sissetulek	Ei	Jah
Rõhuasetus tööliste kollektiivlääbirääkimistel	Ei	Jah

³¹ Arnold, N. et al. (2020). International Guide to Fair Trade Labels. Fair World Project.

³² European Commission (2022). The organic logo.

5. Vaatlusuring

13. septembril 2022 teostatud vaatlusuringus külastati iga suurema jaepoeketi vähemalt üht esindust. Kokkuvõtlikud tulemused on järgnevas Tabelis 3.

Tabel 3. Banaanide valik ja hinnad poekettide kauplustes

Jaekett	Füüsiline kauplus			E-pood
	Külastatud pood	Tavaline (märgiseta või nõrga märgisega): hind, päritolu, märgis	Vastutustundlikum (tugevama märgisega): hind, päritolu, märgis	Vastutustundlikuma banaan müük
Coop	Mustakivi	1,29€/kg (Ecuador)	-	Ecuador 0,3€/tk
Grossi	Kivila	1,19€/kg (Nicaragua), Rainforest Alliance	-	E-pood puudub
Lidl	Tammsaare	1,19€/kg (Ecuador), Rainforest Alliance	2,19€/kg (Ecuador), ELi mahetoote märgis	E-pood puudub
Maxima	Tammsaare	1,19€/kg (Costa Rica)	2,19€/kg (Ecuador), Dole Organic märgis; ELi mahetoote märgis	Partneril Barbora on vaid märgiseta (1,19€/kg, Ecuador)
Prisma	Tammsaare	1,19€/kg (Kolumbia)	1,99€/kg (Peruu), Fairtrade; ELi mahetoote märgis	Vastutustundlikum alternatiiv: 1,99€/kg, (Peruu), Fairtrade
Rimi	Telliskivi	1,19€/kg (Kolumbia)	-	Vastutustundlikum alternatiiv: 2,19€/kg, (Ecuador), ELi mahetoote märgis
Selver	Kärberi	1,39€/kg (Panama)	-	Vastutustundlikum alternatiiv: 2,99€/kg (Costa Rica); Dole Organic; EL mahetoote märgis.
	Balti Jaam	1,39€/kg (Panama) 1,99€/250 g (Ecuador)	2,99€/kg (Costa Rica), Dole Organic; ELi mahetoote märgis	

Vaatlusilmestas, et vastutustundlikumalt toodetud banaanid on teistest oluliselt kallimad. Tavabanaanide soodsaim kilohind oli poodides kohapeal vaatlushetkel 1,19 € (Grossi toidukaubad, Rimi, Maxima, Lidl, Prisma) ning kalleim 1.39 € (Selver). Tugevamate märgistega

banaanide kilohinnad olid vahemikus 1,99 € (Prisma) kuni 2,99 € (Selver). Arvestades, et vaatluse ajal oli tavaline hind poodide lõikes tavabanaanil 1,19 € ning vastutustundlikumal banaanil 2,19 €, oli vastutustundlikum banaan 84 protsenti kallim.



Pestitsiidide pihustamine banaanistanduses. Foto: Martignani

Vastutustundlikumad banaanid olid müügil pea kõikides külastatud toidupoekettides ja kauplustes, välja arvatud Coopi ja Grossi Toidukaupade poed ning Selveri Kärberi kauplus. Viimane näitab, et ka ühe jaeketi siseselt võib valik sageli erineda ning jätkusuutlikum alternatiiv ühes kaupluses olla ja teises puududa.

Veebipoodides oli valik tavapoodidega valdavalt sarnane: märgisega banaane müüdi Rimi, Prisma ja Selveri veebipoodides ning ainsa erandina puudusid veebist märgisega banaanid Maxima partneril Barboral. Selveri e-poes on selgitatud ka banaanide ajalugu, olemust ja soovitatud hoiustamise tingimusi, aga mitte teavet banaanide tootmise vastutustundlikkusest. Lidlil ja Grossi Toidukaupadel veebipoodi pole.

Kui märgiseta banaanid saavad tarbijad osta endale sobivas koguses lahtiselt, siis märgisega banaanid on müües üldjuhul pakendatud, mistõttu saab osta vaid kindla koguse, näiteks 5-7 banaanit korraga. Mitmes poes, näiteks Prisma, ei asunud märgiseta ja märgisega banaanid kõrvuti, mistõttu oli vastutustundlikumat valikut keerulisem leida. Samas võis eri paigutus tuleneda ka poe taktikast, näiteks et vähendada ohtu, et tarbijad valiksid kõrvuti paigutatud banaanide hinnavahe tõttu soodsama, märgiseta banaanit.

Märgisega banaanidel oli peamiselt Euroopa Liidu mahetoote märgis. Lisaks oli külastatud Grossi Toidukaupade ja Lidli kauplustes nõrgema, Rainforest Alliance'i märgisega banaanid (vt ülal märgiste alapeatükki). Rainforest Alliance'i märgise piiratud mõjule viitab muuhulgas ka turu soodsaim hind.

Sildid banaanide müügikohtades kinnitavad statistikas väljatoodut, et Eestis müüdatav banaan on peamiselt pärit Lõuna-Ameerikast: Ecuadorist, Kolumbiast ja Costa Ricalt. Prisma Fairtrade banaanid saabusid Peruust, Grossi Toidukaupade tavabanaanid Nicaraguast ja Selveri tavabanaanid Panamast.

6. Suhtlus toidupoekettidega ja analüüs

Allolev tugineb vaatlusuuringule, kirjavahetustele ja vestlustele toidupoekettide esindajatega ning suhtlusest tulenevate andmete, nt ettevõtete käitumisjuhiste analüüsile. Analüüsist on välja jäetud hulгимүүjad Bambona AS ja Karlskroona OÜ, kes otsustasid uurin-gusse mitte panustada.

Banaanide soetamise strateegia ja maht

Jaeketid hangivad banaane hulгимүүjate kaudu, aga kasutavad erinevaid strateegiaid. Selver ostab banaane maaletoojalt Karlskroona, kelle partner on Chiquita Brands International Inc ja kes tarnib banaane Panama ja Costa Rica kasvandustest. Kui Lidlis otsustab emafirma sätestatud kriteeriumite raames tütarfirma Eestis, mis banaane müüakse, seadmata piiranguid valitud brändidele, siis Prisma teeb püsisortimentide, sh banaanide tarnijate valiku emafirma Soomes. Grossi Toidukaubad tarnivad banaane hulгимүүjate kaudu, aga ei täpsustanud, milliste ettevõtete kaudu või kuidas täpsemalt.

Üldiselt ei soovinud poed jagada konkreetseid andmeid banaanide müügi ja hulгимүүjate osas, viidates ärisaladusele. Ainsate eranditega avaldasid oma müüginumbrid läbipaistvamalt Prisma ja Selver: Prisma moodustasid 2021. aastal Fairtrade märgi-sega banaanid üle 26% kõigist müüdud banaanidest ja Selveril 2022. aastal mahebanaanid ligi 2% müüdud banaanidest (täpsed andmed on uuringu läbiviijatele kättesaadavad).

Tarnitavate banaanide vastutustundlikkus

Kõik poeketid, kellega suheldi, kinnitasid, et neil on oma koostööpartneritele loodud suunised, käitumis-juhend või käitumiskodeks, millele tuginedes lepivad tarnijatega hankelepingutes kokku põhimõtetes ja kriteeriumites, mis kohustavad tarnijaid arvestama erinevaid inimõiguste ja/või keskkonnaga seotud aspekte.

Ettevõtted jagasid aga minimaalselt ja nende suunised kirjeldavad vähe, kui üldse, mis tingimused ja nõuded rakenduvad konkreetset banaanidele või troopilistele viljadele. Grossi Toidukaubad³³, Maxima³⁴, Rimi³⁵, Lidl³⁶ ja Selver³⁷ toovad oma suunistes välja, et nende äripartnerid (tootjad ja/või tarnijad) on kohustatud pakkuma tooteid, mille tootmisel on tagatud töötajatele ohutu töökeskkond ja sotsiaalkindlustus, keskkonna hoidmine jt jätku-suutlikkuse aspektid, mis on aktuaalsed ka banaanitööstuses. Samas ei kirjeldata enamikes dokumentides, kui sügavuti ettevõtted antud kriteeriumeid banaanitarnete puhul järgivad, nt kasutatavate pestitsiidide ja nende pihustamisviisi mõju töölistele, kogukondadele ja elurikkusele. Lisaks ei pruugi enamik eeskirjadest tagada keskkondlike ja sotsiaalsete tingimuste piisavat järgimist, kuna need on sageli sõnastatud mitte nõuete, vaid püüdluste ja ootustena ettevõtetele, ning mitme poeketi sise-eeskirjas on rõhutatud, et vastutustundlikkuse nõuded peaksid vastama vaid kohalikes seadustes väljatoodule, mitte rahvusvaheliselt tunnustatud standarditele. Positiivse erandina kirjeldas Lidl, et ettevõtte (i) ostab vaid neid banaane, mille pestitsiidide kogus on maksimaalselt kolmandik seadustes nõutust ning kus pole kasutatud üle viie kemikaali ning (ii) nõuab puu- ja

³³ AS OG Elektra (2022). AS OG Elektra eetilise käitumise raamistik.

³⁴ Maxima (2022). Käitumiskodeks.

³⁵ Rimi (2020). Jätksuutlikkuse suunised.

³⁶ Lidl (2022). [Kvaliteet; Vastutus; Schwarz Group Business Partner Code of Conduct](#).

³⁷ Tallinna Kaubamaja Grupp (2022). [Hea äritava; 2021. majandusaasta aruanne](#).

köögiviljade tarnijatelt ka GLOBALG.A.P või analoogset sertifikaati, mis keskendub viljade kvaliteedile või teatud juhul ka kasvatamise sotsiaalsetele nüanssidele. **Coopi** ja **Prisma** veebilehtedelt ei leitud teavet ettevõtete tegevusest või suunistest tarneahelate vastutustundlikkuse tagamisel.

Poeketid kirjeldasid suhtluses minimaalselt, kuidas nad jätkusuutlikkusega seotud hanketingimuste järgimist kontrollivad, ja töid välja, et nad näevad vastutust banaani jätkusuutlikkuse tagamise eest vähem endil ja rohkem tootjatel ning tarnijatel. Näiteks toonitasid **Selver**, **Maxima** ja **Grossi Toidukaupad**, et käitumiskoodeksid ja tarnelepingud näevad ette, et usaldus ja vastutus toodete jätkusuutlikkuse tagamisel on tootjatel ja tarnijatel. **Selver** täiendas, et väidetavalt on kogu banaani tarneahel poeketile teada ja kontrollitud ning et kauba vastutustundlikkust puudutavad teemad on vastavate sertifikaatidega kinnitatud. **Grossi Toidukaupade** sõnul välistatakse koostöö hankijatega, kes jätkusuutlikkuse põhimõtteid ei järgi, aga käitumiskoodeksist nähtub, et peamised meetmed vastuolude leidmiseks seda eesmärki tõhusalt täita ei võimalda: kas hankijate endi perioodilised enesehinnangud või hankijate töötajate vabatahtlik rikkumiste raporteerimine. **Maxima** kirjeldas, et kontserni keskne ostuüksus viib tarnijate seas tarneahela ulatuses läbi regulaarseid vastutustundlikkuse auditeid, sh väidetavalt teostatakse banaanifarmides auditeid tootmistingimustele vastamise osas. Lidli sõnul tellib ettevõtte Eestis regulaarselt pestitsiidijääkide hindamist sõltumatu sertifitseeritud teenusepakkuja poolt. **Lidli** tarnijatelt küsitud GLOBALG.A.P või analoogne sertifikaat on aga vabatahtlik standard, mis tugineb tarnijate endi audititele, mitte sõltumatule hinnangule³⁸.

Vastutustundlikkusele keskendunud raamistiku, käitumiskoodeksi või eeskirja olemasolu ei tähenda iseeneses sotsiaalselt ja keskkondlikult vastutustundlikumat banaani valikut. Näiteks **Grossi Toidukaupadel** on eetilise käitumise raamistik, millega välistatakse mitte-vastutustundlikud koostööpartnerid, aga isegi kui jaeketi esindaja sõnul on neil "võimalus pakkuda tarbijale ka mahe/ökomärgistusega toodet", ei näidanud poevaatlus, et valitud kaupluses pakutakse vastutustundlikumat valikut. **Grossi Toidukaupade** esindaja väitel võis märgisega banaani puudumine tuleneda konkreetsest päevast või sellest, et poeketil on

välja selgitatud piirkonnad, kus nõudlus kallima mahebanaani järele on olemas ja kus seda pole, mistõttu mõnest kauplusest ei saagi mahebanaane leida.

Poekettide sõnul on banaaniturul jätkusuutlikkuse edendamiseks lisaks tootjate-tarnijate vastutusele olulised kaks aspekti: tugevate sertifikaatide tagamine ja tarbijate teadlikkuse kasvatamine. Sertifikaatide puhul on ettevõtete sõnul oluline leida ja hoida neid sertifikaate, mis järgivad kõiki vajalikke kriteeriumeid, ning tähtis on lävida lähedalt sertifikaatide esindajate ja turundajatega, et tagada nende tugev esindatus poelettidel. Veelgi rohkem rõhutati aga vajadust muuta tarbijate ostukäitumist, tõstes teadlikkust banaani ja toodete vastutustundlikkusest, mh sertifikaatidest. Viimast pärsib ettevõtete sõnul aga Eesti tarbija üha suurem hinnatundlikkus, mistõttu jätkusuutlikkus pole ostuotsuseid tehes väidetavalt nii oluline.

Poekettide plaanid banaani tarneahelas vastutustundlikkuse edendamiseks

Lidl plaanib 2023. aasta jooksul edendada banaani tarneahelas vastutustundlikkust kahel tasandil. Esiteks suurendatakse vastutustundlikult kasvatatud ja sertifitseeritud banaani valikut, aktsepteerides troopiliste viljade puhul Rainforest Alliance, Fairtrade ja EL mahe-toote märgiseid. Teiseks plaanitakse tõsta teadlikkust kodanike seas poeketi vastutustundlikkusest laiemalt oma veebilehel, sotsiaalmeediakanalites, reklaamlehtedel ja koostöös kodanikuühendustega.

Selver vastas, et mõistavad, et nende tegevus ei saa toimuda keskkonna arvelt ja et ettevõtte peab oma tegevuses arvestama partnerite, tootjate-tarnijate ja ümbritsevate kogukondade heaolu. Edasiste plaanide osas kirjeldati üldsõnaliselt, et ettevõtte kavatses rohkem rõhku panna jätkusuutlikkuse tagamisele toodete tarneahelates.

Teised poeketid ei kirjeldanud, kas ja kuidas kavatsesid lähitulevikus tagada, et pakutavad banaanid oleksid kasvatatud ja tarnitud senisest vastutustundlikumalt.

³⁸ Oxfam Germany (2016). Sweet Fruit, Bitter Truth. German Supermarkets' Responsibility for the Inhuman Conditions which Prevail in the Banana and Pineapple Industries in Costa Rica and Ecuador.

7. Soovitused

Järgnevalt on kirjeldatud uuringutulemustele tuginevaid ettepanekuid jae- ja hulgimüüjatele, riigiasutustele ja kodanikele, et banaani tarneahelates vastutustundlikkust edendada.

Jaeketid ja hulgimüüjad peaksid:

- **avalikult teadvustama banaanitööstusega seotud keskkondlikke ja sotsiaalseid riske ja kahjusid, minimeerima neid oma sise-eeskirjades ja hanketingimustes tarnijatega ning monitoorima tingimuste järgimist.** Oluline on minna kaugemale miinimumnõuetest ehk tootjariikides seadustega nõutust ning veenduda, et tarnitud banaanid oleksid kooskõlas rahvusvaheliselt tunnustatud parimate praktikatega;
 - **pakkuma tarbijatele vastutustundlikumat banaanivalikut**, mh sertifitseeritud banaane, kasutades võimalikult tugevaid banaanide vastutustundlikkust tõendavaid märgiseid. Müüdavate banaanide tarneahelates peaksid olema garanteeritud vähemalt i. inimväärset palgad ja inim- ning tööõiguste austamine, nt vabadus ühineda sõltumatute ametiühingutega ja naistele võrdne ligipääs tööturule ning koolitustele, ja ii. keskkonnasõbralik tootmine, mitte kasutades toksilisi kemikaale ja minimeerides banaaniistanduste mõju ökosüsteemidele. Poeketid peaksid tagama nii hinna kui ka tootepaigutusega, et vastutustundlikumad banaanid oleksid tarbijatele nähtavad, kättesaadavad ja atraktiivsed;
 - **mitte kasutama banaani strateegiliselt madala või olematu kasumimarginaaliga müüdava tootena**, kuna see soodustab kogu tarneahelas hinna minimaalseks surumist ja seekaudu taastoodab keskkondlikult ja sotsiaalselt kehvasid kasvatus- ja tootmistingimusi banaaniistandustes;
 - **tegema koostöös teiste poekettide, katuse-**
- **organisatsioonide, vabaühenduste ja teiste partneritega kampaaniaid ja üleskutseid**, et kutsuda tarbijaid üles tavaliste banaanide asemel tarbima rohkem jätkusuutlikkuse sertifikaatidega banaane;
 - **avaldama üheskoos partneritega survet hulgimüüjatele ja/või tootjatele**, et vähemkestlikumate banaanide hind arvestaks kõiki negatiivseid mõjusid tarneahelates, mh keskkondlikke, sotsiaalseid ja tervishoiuga seotud kahjusid, ning et vastutustundlikumalt toodetud banaanid muutuksid konkurentsivõimelisemaks.

Avalikud asutused peaksid:

- **tagama, et toidupoeketid võtaksid vastutuse keskkondlike ja sotsiaalsete mõjude ees tootjariikides** – nt kohustuslikud ja sõltumatult auditeeritud enesekontrolliplaanid ja hoolsuskohustus – ning **et poeketid ei saaks kuritarvitada ostja mõjuvõimu tarneahelas;**
- **toetama poliitikavaldkondi, mis soodustavad vastutustundlikku tootmist, ning koostööd Eesti, Euroopa ja kolmanda riikide ettevõtete, organisatsioonide (vabaühendused, sertifitseerijad jt) ja avalike asutuste vahel**, et tagada vastutustundlikud banaani jt viljade tarneahelad;
- **võimaldama riigihangetes vaid vastutustundlikult toodetud ja sertifitseeritud viljade, sh banaanide hankimist;**
- **teostama järelevalvet, et nii avaliku kui ka erasektori hangetes oleks banaanide jt viljade vastutustundlikkus tagatud.**

Tarbijad saavad:

- **uurida, milline on müüdavate banaanide keskkondlik ja sotsiaalne mõju eeskätt tootja-**

riikides, ja julgustama poekette ostuotsuste ja otsese tagasisidega pakkuma nn tavabanaanide asemel vastutustundlikumaid alternatiive tugevate sertifikaatidega. Tagasiside võib hõlmata kas kirjalikku tagasiside poeketile või suulist tagasisidet kaupluse personalile.

Vabäihendused saavad:

- **tõsta teadlikkust Eestis müüdavate banaanide kasvatamise keskkondlikust ja sotsiaalsest mõjust eeskätt tootjariikides** ning seekaudu nügida poekette pakkuma vastutustundlikumalt ja kestlikumalt toodetud banaane ning kutsuda avalikku sektorit soodustama vastutustundlikumate viljade, sh banaanide suuremat pakkumist.

