

Sprawiedliwy Handel

Choć w Europie Zachodniej ruch Sprawiedliwego Handlu (ang. *Fair Trade*) obecny jest już od kilkudziesięciu lat, to w Polsce dopiero zaczyna przebijać się do świadomości konsumentów, odpowiadając na rosnące zainteresowanie jakością oraz pochodzeniem kupowanych produktów.

Sprawiedliwy Handel jest inicjatywą ukierunkowaną na poprawę warunków pracy oraz rozwój lokalnych społeczności w krajach rozwijających się. W rozwój ruchu Sprawiedliwego Handlu zaangażowani byli początkowo misjonarze z Wielkiej Brytanii i Niderlandów, którzy rozprowadzali produkty rękodzieła etnicznego w parafiach w swoich macierzystych krajach. W latach 60-tych popularności nabrało hasło „*Trade not Aid*”, wzywające do rozwijania relacji handlowych z krajami rozwijającymi się, jako najlepszej recepty na ich rozwój gospodarczy. Ideę tę szybko podchwycili aktywiści społeczni, otwierając sklepy z produktami sprowadzanymi wprost od producentów z państw Afryki, Azji, czy też Ameryki Środkowej i Południowej.

Najważniejsze zasady ruchu Sprawiedliwego Handlu to:

- godziwa, wyższa od rynkowej cena, jaką otrzymują drobni wytwórcy za swoje produkty;
- bezpieczne, długoterminowe umowy oraz przedpłaty dochodzące do 50% wartości dostaw;
- zapewnienie sprawiedliwych płac i wypłata premii socjalnej na rozwój lokalnej społeczności;
- wyeliminowanie praktyk dyskryminacyjnych, zakaz pracy dzieci, swoboda zrzeszania się;
- demokratyczne zarządzanie organizacją producencką;
- zwiększenie niezależności producentów poprzez eliminację pośredników i bezpośredni kontakt z organizacjami importerskimi;
- budowa wrażliwości konsumentów na problem biedy w krajach rozwijających się.

Począwszy od lat 80-tych, w Sprawiedliwym Handlu coraz większe znaczenie zyskiwały, obok rękodzieła, produkty spożywcze, będące podstawowym źródłem dochodów dla krajów rozwijających się. Do niedawna bezpośrednie kontakty z drobnymi producentami były domeną organizacji Sprawiedliwego Handlu stowarzyszonych w World Fair Trade Organization, WFTO. Prawdziwym przełomem w historii ruchu stało się opracowanie w 1988 r. przez holenderski oddział organizacji Max Havelaar¹ systemu certyfikacji, pozwalającego na wprowadzenie towarów z logo Fairtrade do masowej dystrybucji, a także systematyczne rozszerzanie standardów Sprawiedliwego Handlu na kolejne grupy produktów.

Jak dotąd opracowane zostały kryteria dla następujących towarów: banany, cukier, herbata, kakao, kawa, komosa ryżowa (*quinoa*), miód, owoce suszone, świeże owoce i warzywa, soki, orzechy i ziarna oleiste, przyprawy, ryż, wino, kwiaty cięte, rośliny ozdobne, bawełna, piłki sportowe. W trakcie opracowywania są standardy dla roślin strączkowych, soi, drewna i owoców morza. Dla Fairtrade Labelling Organizations International² certyfikacja piłek futbolowych jest wstępem do rozwinięcia standardów dla następnych produktów przemysłowych, w celu dywersyfikacji oferty, zdominowanej do tej pory przez produkty rolne.

¹ www.maxhavelaar.nl.

² Międzynarodowe organizacja skupiająca krajowe inicjatywy certyfikujące, zajmująca się tworzeniem standardów i certyfikacją produktów Sprawiedliwego Handlu.

W wielu krajach rozpoznawalność znaku Fairtrade wśród konsumentów jest tak wysoka, iż można mówić o powszechnym ruchu obywatelskim na rzecz Sprawiedliwego Handlu (w Wielkiej Brytanii za sprawą wieloletnich działań organizacji OXFAM i Fairtrade Foundation odsetek ten osiąga poziom 70%³). Dużą popularnością cieszy się on również w Belgii, Francji, Niemczech i Szwajcarii. Oprócz dynamicznie rosnącej sprzedaży produktów poparcie dla ruchu Sprawiedliwego Handlu objawia się też zabieganiem przez miasta o uzyskanie statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu. W 2000 r. brytyjskie Garnstag zostało pierwszym tego typu miastem na świecie⁴. Rosnące zainteresowanie lokalnych społeczności sprawiło, iż obecnie takich miast jest 719, z czego w Wielkiej Brytanii 448, w Belgii 93, w Irlandii 38, a we Włoszech 36. Uzyskanie ww. statusu wiąże się z wypełnieniem określonych kryteriów, co jest równoznaczne z zaangażowaniem lokalnych społeczności oraz władz w propagowanie idei i wspieranie sprzedaży produktów Sprawiedliwego Handlu.

Inną inicjatywą są Szkoły Sprawiedliwego Handlu. Ta wpisująca się w założenia edukacji globalnej kampania edukacyjna skierowana jest do uczniów i nauczycieli. Odnawiany corocznie tytuł placówka oświatowa może uzyskać m.in. poprzez wprowadzenie do programu nauczania tematyki Sprawiedliwego Handlu, zaangażowanie w wydarzenia i imprezy promujące ten ruch w szkole i poza nią, a także wprowadzenie produktów z logo Fairtrade do sklepiku i stołówki szkolnej oraz wykorzystanie ich w trakcie organizowanych imprez.

Znaczenie oraz potencjał Sprawiedliwego Handlu dostrzega także UE. Komisja Europejska opublikowała w tym zakresie m.in. Komunikat *Wkład w zrównoważony rozwój: rola Sprawiedliwego Handlu i związanych z handlem pozarządowych systemów zapewnienia zgodności ze zrównoważonym rozwojem*⁵, w którym podkreśla, że działania podejmowane w ramach Sprawiedliwego Handlu mają istotne znaczenie dla wielu dziedzin będących przedmiotem zainteresowania polityki UE, takich jak: ochrona konsumenta, rozwój gospodarczy i społeczny, społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility*, CSR), czy też ochrona środowiska, wpisując się jednocześnie w realizację Milenijnych Celów Rozwoju ONZ. Ponadto w kontekście prawa o zamówieniach publicznych Komisja Europejska rekomenduje stosowanie klauzuli społecznej przy formułowaniu warunków przetargowych. Wytwarzane z uwzględnieniem kryteriów moralnych i sprawiedliwości społecznej produkty Sprawiedliwego Handlu wskazywane są w tym przypadku jako wzorcowy przykład.

16 czerwca 2009 r. przyjęte zostało Stanowisko Rządu RP⁶, w którym popierane są działania mające na celu zwiększenie politycznego wsparcia inicjatywy Sprawiedliwego Handlu i uznawane jest jej znaczenie dla zrównoważonego rozwoju w wymiarze globalnym. W dokumencie podkreśla się szczególną wagę kwestii stymulowania zachowań wśród konsumentów, aby ich decyzje zakupowe w większym stopniu wspierały rozwój produktów o wysokich standardach społecznych i środowiskowych. Dostrzega się jednocześnie istnienie wielu barier, które pomimo rosnącego zainteresowania społeczeństwa produktami zrównoważonymi, powstrzymują konsumentów od ich wyboru, np. dostępność, przystępność

³ Źródło: www.fairtrade.org.uk.

⁴ Zobacz więcej: <http://www.garstangfairtrade.org.uk/>

⁵ Komunikat Komisji COM(2009)215 z 5 maja 2009 r.

⁶ Stanowisko Rządu RP w sprawie Komunikatu Komisji do Rady, Parlamentu i Komitetu Ekonomiczno-Społecznego „Wkład w zrównoważony rozwój: rola sprawiedliwego Handlu i związanych z handlem pozarządowych systemów zapewniania zgodności ze zrównoważonym rozwojem”.

cenowa, wygoda zakupu i użycia, siła przyzwyczajień i sceptycyzm, czy też opakowanie i ustawienie na półce sklepowej.

Do niedawna produkty Sprawiedliwego Handlu były mało dostępne, jednak obecnie nabyć je można nawet w sieciach supermarketów, np. w ok.100 tys. punktów sprzedaży w Niemczech. W Polsce, pomimo rosnącego zainteresowania etycznymi zakupami, według szacunków organizacji pozarządowych, rozpoznawalność logo Fairtrade kształtuje się na poziomie poniżej 3%. Rynek tego typu produktów jest w naszym kraju dopiero w początkowej fazie rozwoju. Dzięki staraniom Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu towary ze znakiem Fairtrade dostępne są w sieciach delikatesów i sklepach ze zdrową żywnością na specjalnie oznaczanych półkach. Ciągle jednak nie można mówić o ich powszechnej dostępności.

W Polsce w promocję Sprawiedliwego Handlu zaangażowane są m.in. Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”, Fundacja na rzecz Edukacji Obywatelskiej im. Alana Turinga, Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych, Fundacja Współpracy Międzynarodowej LIBERTOS, Grupa eFTe Warszawa, Ośrodek Działań Ekologicznych "Źródła", Polska Akcja Humanitarna, Polska Zielona Sieć, Salezjański Wolontariat Misyjny "Młodzi Światu", Stowarzyszenia Lokalnych Ośrodków Twórczych oraz Towarzystwo dla Natury i Człowieka. Wymienione organizacje skupione są w Koalicji Sprawiedliwego Handlu⁷.

Komu i jakie korzyści daje Sprawiedliwy Handel?

- konsumentom zapewnia możliwość zakupu produktów wysokiej jakości, wsparcia lokalnych społeczności w krajach rozwijających się oraz manifestacji poparcia dla etycznych praktyk handlowych;
- firmom sprzedającym produkty Sprawiedliwego Handlu stwarza szansę bliższej współpracy z dostawcami, kształtowania wizerunku, wykazania się odpowiedzialnością społeczną, pomaga odpowiedzieć na potrzeby klientów, jak też zapewnia poparcie organizacji pozarządowych;
- producentom gwarantuje stabilne ceny, dostęp do kredytów, dotacje na projekty rozwojowe, pomoc merytoryczną, a także lepsze warunki współpracy z partnerami handlowymi z krajów rozwiniętych.

⁷ www.fairtrade.org.pl.