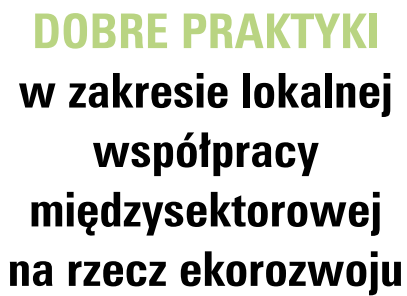




Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych
Kraków, marzec 2010



Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych
Kraków, marzec 2010

Dobre praktyki w zakresie lokalnej współpracy międzysektorowej na rzecz ekorozwoju

Wydanie I

Kraków 2010

Redakcja serii: **Andrzej Żwawa**

Projekt graficzny: **manto.com.pl**

Skład: **paragrafik.com**



Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych

Sławkowska 12 III p.,

31-014 Kraków

tel./fax 0-12/422 22 64, 422 21 47,

tel. 0 603 363 721

zb@eco.pl

zig.eco.pl

Publikacja powstała w ramach projektu:

„Zielona Inicjatywa Gospodarcza. Partnerstwo na rzecz efektywności ekologicznej sektora małych i mikroprzedsiębiorstw w Krakowie” wspartego przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego, a także ze środków budżetu Rzeczypospolitej Polskiej w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych



ISBN 978-83-87331-95-5

Spis treści

Anna Jarzębska

Grupy Partnerskie. Współpraca na rzecz zrównoważonego rozwoju regionów 6

Paulina Pajkiert

Partnerstwa lokalne w ekoturystyce 13

Krzysztof Smolnicki

Dolina Baryczy – naturalne partnerstwo 21

Giulia Paolucci

Lokalna Grupa Działania Flaminia Cesano 26

Dariusz Ochrymiuk

Podlaska Stacja Przyrodnicza „Narew” i Centrum Zielonych Technologii 31

Zbigniew Szalbot

Fenomen Miast Sprawiedliwego Handlu 36

Marcin Gerwin i Kamil Pachta

Transition Towns: miasta wolne od ropy 44

Jonathan Dawson

Ekowioski jako katalizatory regionalnego rozwoju gospodarczego.
Studium ekowioski Findhorn w Szkocji 51

Ralph Scott i Molly Scott Cato

Pieniądze jako rozwiązanie a nie problem. Przegląd brytyjskich dobrych praktyk
w zakresie lokalnej rewitalizacji 56

Sander de Rijke, Edgar Kampers, Rob van Hilten, Bregtje Cals

Ekonomiczne instrumenty stymulowania zrównoważonych zachowań konsumenckich 68

Dodatek

System kart NU 78

Grupy Partnerskie

Współpraca na rzecz zrównoważonego rozwoju regionów

1. Z potrzeby, nie pod przymusem

Partnerstwo trójsektorowe jest dziś często kojarzone z wymogami uzyskania funduszy z Unii Europejskiej, programem LEADER1 bądź nowomową projektową, za którą nie stoi w istocie żadne głębsze przesłanie. Tymczasem ruch partnerstwa w Polsce rozpoczął się na długo przed pojawieniem się programu LEADER, a impulsem do jego rozwoju były rzeczywiste potrzeby rozwojowe.

W drugiej połowie lat 1990. Fundacja Partnerstwo dla Środowiska przyznawała mnóstwo niewielkich dotacji na projekty związane z ochroną przyrody i aktywizacją mieszkańców na terenie całej Polski. Zrealizowano wtedy wiele małych projektów. Gdzieś oznakowano kawałek ścieżki rowerowej, w innym miejscu postawiono kilka tablic informacyjnych, ktoś zorganizował warsztaty dla dzieci, a ktoś inny – ogródek przy szkole. Szybko jednak okazało się, że pojedyncze projekty nie przynoszą trwałych zmian, ponieważ są zbyt odosobnione, rozproszone i krótkotrwałe. Sztandarowym tego przykładem był konkurs, do którego dwie organizacje z sąsiadujących ze sobą gmin złożyły projekty na tworzenie ścieżek rowerowych, które to ścieżki nie łączyły się ze sobą na granicy!

Dlatego Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, korzystając z doświadczeń podobnych instytucji z Wielkiej Brytanii (w szczególności sieci Groundwork2), zaczęła zachęcać lokalne organizacje, instytucje publiczne i przedsiębiorstwa do dialogu i współpracy, a w dalszej perspektywie – do tworzenia trwałych, trójsektorowych partnerstw lokalnych, które nazwano Grupami Partnerskimi na rzecz Zrównoważonego Rozwoju.

2. Korzyści ze współpracy trójsektorowej

Doświadczenia Grup Partnerskich są żywym dowodem na to, że partnerstwo trójsektorowe daje możliwość lepszego wykorzystania zasobów (wiedzy, umiejętności, środków rzeczowych, finansowych itp.) poszczególnych organizacji i instytucji działających w sektorze publicznym, społecznym i gospodarczym. Dzięki połączeniu różnorodnych kompetencji i środków powstaje efekt synergii – działając wspólnie, partnerzy są w stanie osiągnąć więcej, niż gdyby każdy z nich działał osobno.

Partnerstwo jest także ważnym narzędziem aktywizacji obywateli i angażowania ich w działania na rzecz dobra wspólnego, zwiększa bowiem poczucie wpływu jednostki na kierunki rozwoju danego obszaru. Ponieważ każdy partner ma udział w kształtowaniu wizji wspólnej przyszłości, zasada odpowiedzialności, sprawiedliwości i dobra wspólnego nabiera praktycznego charakteru. Udział szerokiej reprezentacji różnorodnych podmiotów zwiększa jednocześnie szansę na to, że owa wizja będzie zgodna z zasadami zrównoważonego rozwoju, gdyż zostanie w niej uwzględniona zarówno potrzeba rozwoju gospodarczego, społecznego, jak i ochrony środowiska, które jest podstawą życia każdego człowieka.



¹ W latach 2004-2006 nosił on nazwę Pilotażowego Programu LEADER+.

² O sieci Groundwork UK można dowiedzieć się więcej na stronie www.groundwork.org.uk.

Tablica 1: Kluczowe cechy partnerstwa trójsektorowego

Partnerstwo międzysektorowe to strategiczne przymierze...

- ▶ organizacji reprezentujących **różne sektory życia społecznego** – publiczny, gospodarczy i społeczny
- ▶ zawarte w celu współpracy przy realizacji projektu lub programu zgodnego **z celami rozwoju zrównoważonego**...
- ▶ do którego wszyscy partnerzy wnoszą swoje **kompetencje i zasoby**,...
- ▶ w którym wspólnie ponoszą **ryzyko i koszty**,...
- ▶ oraz **dzielą się korzyściami** wynikającymi z osiągnięcia wspólnych celów partnerstwa i celów poszczególnych organizacji członkowskich.

Wg R. Tennyson [w:] „Grupy Partnerskie. Od idei do współdziałania. Praktyczny poradnik”, red. R. Serafin, B. Kązior, A. Jarzębska, wyd. Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, Kraków 2005, wyd. II poprawione i poszerzone, str. 8

Choć w powyższym ujęciu partnerstwo trójsektorowe może się wydawać idealnym narzędziem do osiągania trwałych efektów rozwojowych, to trzeba pamiętać, iż jest to tylko jedna z metod działania. Niewątpliwie, metoda stosunkowo czasochłonna, wymagająca od partnerów dużego zaangażowania, otwartości i świadomości istotnych różnic pomiędzy poszczególnymi sektorami. Potrzeba czasu i wiele pracy, by wszyscy zrozumieli, że te właśnie różnice, choć zdają się być barierą, są w istocie bogactwem, z którego może i powinno czerpać efektywne partnerstwo. Są jednak sytuacje, w których od szerokiego porozumienia ważniejsza jest np. szybka i sprawna realizacja powszechnie pożądanых inwestycji. Tworzenie partnerstwa jest wówczas niekoniecznie najlepszym rozwiązaniem.

3. Co wyróżnia Grupy Partnerskie?

Grupa Partnerska jest porozumieniem jednostek i organizacji reprezentujących różne środowiska – sektor publiczny, prywatny i społeczny, które ma na celu wspólne działanie dla poprawy sytuacji społecznej i gospodarczej, a także ochronę środowiska przyrodniczego określonego obszaru. Partnerstwo to jedność interesów, której owocem są wspólne praktyczne działania, a motorem – zaangażowanie, zasoby i umiejętności jego członków.

Grupa Partnerska to porozumienie organizacji pozarządowych, samorządów i firm, które wspólnie działają na rzecz rozwoju regionu w zgodzie ze środowiskiem.

By partnerstwo mogło nosić miano Grupy Partnerskiej, musi spełniać określone standardy jakości³. Zgodnie z nimi Grupa Partnerska m.in.:

- ▶ składa się z partnerów reprezentujących trzy sektory życia publicznego: społeczny (stowarzyszenia, fundacje, koła gospodyń, ochotnicza straż pożarna itp.), gospodarczy (prywatne przedsiębiorstwa) i publiczny (samorządy, szkoły, ośrodki kultury, parki narodowe i krajobrazowe, powiatowe urzędy pracy itp.),
- ▶ działa na obszarze ponadgminnym (wyjątkiem są duże miasta),
- ▶ stawia sobie za cel kompleksowy rozwój terenu, na którym działa (nie jest porozumieniem branżowym),
- ▶ uwzględnia w swoich działaniach trzy aspekty zrównoważonego rozwoju: gospodarczy, społeczny i środowiskowy,

³ Standardy Grup Partnerskich zostały wypracowane wspólnie przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska i członków Krajowej Sieci Grup Partnerskich. Można je pobrać ze strony: www.grupypartnerskie.pl.

- ▶ ma demokratyczną strukturę i sposób podejmowania decyzji,
- ▶ aktywizuje i wspiera działania lokalnej społeczności,
- ▶ działa w oparciu o dokument programowy (deklarację współpracy lub statut),
- ▶ realizuje kilkuletnie programy tematyczne, zgodnie ze strategicznymi celami.

Grupy Partnerskie działają na rzecz zrównoważonego rozwoju **konkretnego regionu**, przed którym stoją określone problemy i wyzwania. Z dotychczasowych doświadczeń wynika, że tylko na większym obszarze (kilku lub kilkunastu gmin) można zrealizować przedsięwzięcia, które istotnie zmieniają jakość życia mieszkańców, sposób gospodarowania, czy też stan środowiska naturalnego. Wyjątkiem są duże miasta, gdzie z uwagi na ogromną gęstość zaludnienia nawet partnerstwo obejmujące jedną dzielnicę może istotnie przyczynić się do poprawy jakości życia mieszkańców. Obszar partnerstwa powinien być przy tym spójny pod względem tradycji historycznych czy kulturowych, problemów społeczno-gospodarczych, położenia

geograficznego lub bogactwa przyrodniczego, ponieważ ułatwia to uzgodnienie wspólnych celów. Nie chodzi tu o granice administracyjne, ale o pewne naturalnie lub historycznie wyznaczone obszary – przykładowo dla Krainy Łęgów Odrzańskich (dawne Partnerstwo Doliny Środkowej Odry) elementem łączącym jest rzeka, a dla Grupy Partnerskiej „Wrzosowa Kraina” – teren Przemkowskiego Parku Krajobrazowego i bogactwo przyrodnicze wschodniej części Borów Dolnośląskich.



Przyznanie tytułu Animatora Partnerstwa Roku 2008
podczas VI Krajowego Zjazdu Grup Partnerskich (Debrzno, 8 maja 2009)

Grupa Partnerska ma **charakter trwały** – określa długofalowe cele działania, tworzy strategię, a następnie realizuje wieloletnie programy i projekty, dostosowując charakter działania do zmieniających się potrzeb lokalnych środowisk. By działania te były skuteczne, partnerstwo potrzebuje lidera, który pociągnie za sobą innych oraz spójnej wizji rozwoju danego obszaru. Bardzo ważny jest też **oddolny sposób działania** Grupy, o którym świadczy włączanie we wspólne przedsięwzięcia mieszkańców regionu, lokalnych organizacji pozarządowych, sołectw itp. Im więcej ludzi i organizacji aktywnie zaangażuje się w partnerskie działania, tym większe będzie dla nich poparcie wśród lokalnej społeczności.

Początkowo większość Grup Partnerskich miała charakter nieformalnych porozumień, których członkowie podpisali deklarację współpracy, uzgodnili regulamin i plan działania, zgodnie z którym realizują wspólne przedsięwzięcia. W takim przypadku spośród partnerów wybiera się jedną organizację lub instytucję, która pełni rolę sekretariatu partnerstwa – zapewnia kontakt pomiędzy partnerami, występuje jako wnioskodawca we wspólnych projektach, może przyznawać granty na lokalne projekty itp. Takie rozwiązanie pozwala szybko rozpocząć praktyczne działanie, nie ma bowiem konieczności przechodzenia przez żmudną procedurę rejestracji nowej organizacji. Partnerstwo wykorzystuje już posiadane zasoby, dzięki czemu może szybko osiągnąć pierwsze sukcesy. Jest to dobre rozwiązanie zwłaszcza na początkowym etapie współpracy.

W dłuższym okresie taki sposób działania stawia jednak przed partnerstwem również pewne ograniczenia, gdyż cele statutowe organizacji pełniącej funkcję sekretariatu mogą nie być w pełni dostosowane do potrzeb partnerstwa (np. Stowarzyszenie na rzecz Rozwoju Miasta i Gminy Debrzno miało kłopot z realizacją projektów o zasięgu ponadgminnym w Społecznym Porozumieniu „Naszyjnik Północy”, które obejmuje obszar aż 33 gmin, a z kolei Bieszczadzkie Towarzystwo Cyklistów, z uwagi na „rowerowy” profil działania, nie mogło

realizować projektów związanych z promocją lokalnych produktów na terenie Grupy Partnerskiej „Zielone Bieszczady”). Dlatego też z biegiem czasu coraz więcej Grup zaczęło powoływać formalne organizacje, których zadaniem jest reprezentowanie wszystkich partnerów i realizacja celów partnerstwa. Początkowo były to głównie fundacje, a później, wraz z uruchomieniem w Polsce programu LEADER, coraz częściej również stowarzyszenia (w 2007 r. została utworzona nowa forma prawna: stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania, którego członkami mogą być zarówno osoby fizyczne, jak i osoby prawne reprezentujące wszystkie trzy sektory – publiczny, społeczny i gospodarczy).

Niezależnie jednak od tego, czy Grupa Partnerska jest zinstytucjonalizowana czy nie, podstawową zasadą współdziałania jest równość wszystkich partnerów. Wyraża się to w demokratycznym sposobie zarządzania partnerstwem: najważniejsze decyzje podejmuje walne zgromadzenie partnerów, w którym każdy partner ma równy głos – niezależnie od tego, czy reprezentuje starostwo powiatowe, czy małą lokalną organizację.

4. Krajowa Sieć Grup Partnerskich

Aby wzmocnić współpracę pomiędzy Grupami Partnerskimi z całej Polski, w 2005 roku z inicjatywy Fundacji Partnerstwo dla Środowiska została zawiązana Krajowa Sieć Grup Partnerskich⁴. Obecnie liczy ona 21 członków, którzy chcą wymieniać się doświadczeniami i współdziałać na poziomie ogólnopolskim. Sieć jest strukturą otwartą na nowych członków i dynamiczną – jej działania są stale dostosowywane do bieżących potrzeb partnerów. Wraz z uruchomieniem w Polsce programu LEADER do sieci przystąpiło także kilka nowopowstałych Lokalnych Grup Działania.

Celem działania sieci jest przede wszystkim krzewienie idei partnerstwa trójsektorowego, wymiana doświadczeń na poziomie krajowym i międzynarodowym oraz realizacja wspólnych przedsięwzięć o zasięgu ponadregionalnym. Fundacja Partnerstwo dla Środowiska pełni funkcję Sekretariatu Sieci oraz koordynuje **pięć markowych programów tematycznych**, z których korzystają Grupy Partnerskie (Fundacja organizuje spotkania, seminaria i konferencje, opracowuje metodykę wdrażania poszczególnych programów i standardy działania, dostarcza informacji, prowadzi szkolenia i doradztwo, organizuje wymianę doświadczeń na poziomie krajowym i międzynarodowym, promuje i upowszechnia rezultaty działania partnerstw, koordynuje wspólne przedsięwzięcia itp.). Są to:

Program Zielone Szlaki – Greenways

Greenways to szlaki dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego tworzone wzdłuż „zielonych korytarzy” – rzek, tradycyjnych, historycznych tras handlowych, naturalnych korytarzy przyrodniczych etc. Łączą regiony, atrakcje turystyczne i lokalne inicjatywy, wspierają rozwój turystyki przyjaznej dla środowiska oraz promują niezmotywowane formy transportu. Przy wsparciu Fundacji powstaje obecnie pięć regionalnych i międzynarodowych szlaków Greenways: Szlak Kraków-Morawy-Wiedeń Greenway, Bursztynowy Szlak Greenway, Szlak Odry, Szlak „Zielony Rower” Greenway – Karpaty Wschodnie oraz Greenway „Naszyjnik Północy”, a także liczne pętle lokalne, tworzone przez poszczególne Grupy Partnerskie (www.greenways.pl).



Festyn „Smaki Zielonych Szlaków” organizowany w ramach Dni Partnerstwa Lokalnego 2009, www.dnipartnerstwa.pl (Kraków, 11-12 września 2009)

⁴ Więcej informacji o Krajowej Sieci można znaleźć na stronie www.grupypartnerskie.pl.

Program Marka Lokalna

Lokalne produkty są związane z tradycją danego regionu, wytwarzane w sposób przyjazny dla środowiska z surowców lokalnie dostępnych. Tworzenie marki, znaku promocyjnego i systemu dystrybucji może być receptą na utrzymanie lokalnej wytwórczości i umożliwienie jej konkurencji zarówno o odbiorców lokalnych, jak i odwiedzających region. Przy wsparciu Fundacji niektóre Grupy Partnerskie od paru lat rozwijają wspólnie marketing produktów lokalnych w oparciu o stworzone znaki promocyjne: „Naszyjnik Północy”, „Łączy nas Babia Góra” i „Made in Bieszczady” (www.produktlokalny.pl).

Program Ekomuzea

Ekomuzeum to sieć rozproszonych w terenie obiektów, które tworzą „żywą” kolekcję, obrazującą wartości przyrodnicze i kulturowe regionu oraz dorobek jego mieszkańców. Celem tego programu jest zachowanie i eksponowanie lokalnych tradycji i form gospodarowania, charakterystycznego rzemiosła czy sposobu życia poprzez prezentacje, warsztaty, pokazy czy imprezy okolicznościowe organizowane przez mieszkańców regionu. Przy wsparciu Fundacji powstało już w Polsce szereg tego typu inicjatyw – m.in. Ekomuzeum Lanckorony, Ekomuzeum Wrzosowej Krainy czy Ekomuzeum „Trzy Kultury” w Lutowiskach (www.ekomuzea.pl).

Program Szkoły dla Ekorozwoju

Celem programu jest włączanie młodzieży i lokalnych społeczności skupionych wokół szkół w praktyczne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju w skali lokalnej. Może to być np. wdrażanie ekologicznych rozwiązań w szkołach (organizacja systemu segregacji odpadów, ograniczenie zużycia wody, energii itp.), tworzenie ogródków przyшкоlnych, budowa ścieżek edukacyjnych i inne. Obecnie w ramach programu Fundacja przyznaje certyfikat krajowy Lokalnego Centrum Aktywności Ekologicznej oraz międzynarodowy certyfikat Zielonej Flagi w ramach programu Eco-Schools (www.ekoszkola.pl).

Program Czysty Biznes

Współpraca z sektorem biznesu może przynieść korzyści zarówno Grupie Partnerskiej, która ma szansę uzyskać stałe wsparcie finansowe dla swoich inicjatyw, jak również samym przedsiębiorcom – na przykład poprzez program Czysty Biznes. W ramach tego programu powstało w całym kraju kilkanaście Klubów Czystego Biznesu, dzięki którym kilkadziesiąt małych i średnich przedsiębiorstw może uzyskać pomoc we wdrażaniu ekologicznych rozwiązań, które przyczyniają się jednocześnie do obniżenia kosztów działalności firmy poprzez zmniejszenie zużycia wody, energii czy też ilości produkowanych odpadów (www.czystybiznes.pl).

5. Przykłady osiągnięć Grup Partnerskich

Grupa Partnerska „Krzemienny Krąg”

Działalność Grupy Partnerskiej „Krzemienny Krąg” jest przykładem umiejętnego wykorzystywania okazji do promocji i rozwoju regionu. Jeszcze niedawno rejon Ostrowca Świętokrzyskiego nie był kojarzony z żadnymi atrakcjami turystycznymi, choć posiadał znaczny potencjał. W regionie tym urodził się i dorastał Witold Gombrowicz, są tu więc liczne miejsca związane z nim i z jego twórczością. Grupa Partnerska „Krzemienny Krąg” podjęła inicjatywę stworzenia Szlaku Gombrowiczowskiego i Muzeum Witolda Gombrowicza w Bodzechowie. Do promocji tego przedsięwzięcia znacznie przyczyniła się organizacja corocznych „Pikników Gombrowiczowskich”, w czasie których odbywają się występy teatralne, wystawy, warsztaty, jarmarki, wycieczki objazdowe po miejscach związanych z pisarzem itp. Jest to doskonale

przykład programu, w którym połączenie lokalnych inicjatyw i wspólna promocja dały znakomite efekty w skali całego regionu.

Liderzy Grupy Partnerskiej „Krzemienny Krąg” pokazali też, że umieją stworzyć coś zupełnie nowego praktycznie „z niczego”. Przykładem tego jest sukces turystyczny Bałtowa. W ciągu kilku lat lokalne stowarzyszenia stworzyły w tej małej, nikomu nieznanej dotychczas miejscowości profesjonalny produkt turystyczny: Park Jurajski z dinozaurami naturalnej wielkości, spływ tratwami rzeką Kamienną, Krainę Koni, park dzikich zwierząt nazwany Zwierzyńcem Bałtowskim, stok narciarski i wiele innych atrakcji. W samym tylko 2006 r. Bałtów odwiedziło ok. 200 tysięcy turystów. Powstało kilkaset miejsc pracy, rozwijają się gospodarstwa agroturystyczne i lokalna przedsiębiorczość. Osiągnięcia te są dowodem na to, że do sukcesu nie zawsze potrzebny jest duży potencjał rozwojowy – czasem wystarczy dobry pomysł i efektywna partnerska współpraca.

Grupa Partnerska „Zielone Bieszczady”

Grupa Partnerska „Zielone Bieszczady” została zawiązana, kiedy pojawił się pomysł stworzenia szlaku „Zielony Rower” – Greenway Karpaty Wschodnie. Lokalni partnerzy postanowili działać razem na rzecz zrównoważonego rozwoju Bieszczadów – regionu o bogatych walorach przyrodniczych i kulturowych, znanego jednocześnie z biedy i zaniedbania. Dzięki partnerskiej współpracy w ciągu kilku lat udało się stworzyć międzynarodowy szlak rowerowy długości ok. 350 km, przechodzący przez Polskę, Ukrainę i Słowację. Łącznie z lokalnymi pętlami, po polskiej stronie Bieszczadów wyznakowano już blisko 1000 km tras rowerowych, pieszych i konnych, powołano 5 stowarzyszeń i Fundację Bieszczadzką, która pełni funkcję sekretariatu Grupy Partnerskiej.

W związku ze szlakiem uruchomiono szereg dodatkowych projektów, takich jak warsztaty garncarskie, bibułkarskie, festiwal „Bojkowiana” propagujący tradycje i dziedzictwo Karpat, „Święto chleba”, Chatę Bojkowską w Zatwarnicy, Ekomuzeum „Trzy Kultury” w Lutowiskach, sprzedaż produktów lokalnych pod marką „Made in Bieszczady” i inne. Przedsięwzięcia te okazały się sukcesem, ponieważ są elementami spójnej wizji rozwoju regionu stworzonej przez Grupę Partnerską: funkcjonują jako „przystanki” na szlaku „Zielony Rower”, a nie jako samodzielne, odizolowane inicjatywy. Dzięki wspólnie prowadzonej promocji „Zielonego Roweru”, turyści podróżujący po Bieszczadach będą wiedzieli, że warto zajrzeć do tych pięknych zakątków.

W oparciu o dorobek Grupy Partnerskiej powstało w Bieszczadach również przedsiębiorstwo społeczne „Zielony Rower”. Firma organizuje turystykę na szlaku „Zielony Rower”, przyczyniając się tym samym do podniesienia dochodów całej bieszczadzkiej społeczności. Mechanizmem wspierania nowych inicjatyw na rzecz zrównoważonego rozwoju Bieszczadów jest Fundusz Grantowy Grupy Partnerskiej zasilany przez bieszczadzkich przedsiębiorców. Udziela on dotacji na projekty lokalnych stowarzyszeń i szkół, aktywizując tym samym coraz więcej mieszkańców regionu do wspólnego działania.

Porozumienie Społeczne „Naszyjnik Północy”

Pomorze Środkowe, zdominowane w przeszłości przez PGRy, charakteryzowało się pod koniec lat 1990. niskim poziomem rozwoju gospodarczego, wysokim bezrobociem strukturalnym i niskim poziomem aktywności społecznej. Co więcej, po reformie administracyjnej z 1998 r. miasteczka takie jak Debrzno, Człuchów, Chojnice, Złotów znalazły się na peryferiach swoich nowych województw, przez co straciły bardzo na znaczeniu. Wspólne problemy gmin leżących na pograniczu województw pomorskiego, kujawsko-pomorskiego, zachodniopomorskiego i wielkopolskiego stały się impulsem do nawiązania współpracy i wspólnego poszukiwania rozwiązań.

W 2000 roku zostało podpisane Porozumienie Społeczne „Naszyjnik Północy”. Głównym jego inicjatorem było Stowarzyszenie na rzecz Rozwoju Miasta i Gminy Debrzno. Partnerami Porozumienia są jednostki samorządu terytorialnego (w tym 33 gminy z czterech województw), Wojewódzkie Fundusze Ochrony Środowiska, instytucje użyteczności publicznej, parki narodowe i krajobrazowe, nadleśnictwa, stowarzyszenia, fundacje, szkoły i przedsiębiorcy. Formuła Porozumienia jest otwarta i liczy ok. 60 partnerów z terenu całego Pomorza Środkowego. Głównym celem „Naszyjnika Północy” jest

integracja działań na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego Pomorza Środkowego, przy poszanowaniu środowiska naturalnego.

Od momentu podpisania porozumienia o współpracy, które dało początek Grupie Partnerskiej „Naszyjnik Północy”, minęło niespełna 10 lat. W tym czasie, dzięki zaangażowaniu mieszkańców regionu i wsparciu Fundacji Partnerstwo dla Środowiska, na terenie Pomorza Środkowego udało się stworzyć rowerowy szlak Greenway Naszyjnik Północy o długości 870 km. Przebiega on przez 30 gmin, integrując mieszkańców, przedsiębiorstwa z sektora turystycznego oraz lokalne samorządy wokół wspólnej oferty spędzania czasu wolnego. Na szlaku udało się zbudować tzw. małą architekturę, opublikowano liczne materiały promocyjne i mapy oraz wykreowano szereg imprez cyklicznych promujących szlak i ideę turystyki przyjaznej dla środowiska (m.in. coroczny, rowerowy Rajd Leśny Szlakiem Naszyjnik Północy, Dzień Greenway na Szlaku Naszyjnik Północy, spływy kajakowe). Udało się dzięki temu nie tylko zachować bogactwo miejscowej przyrody, ale także zaktywizować mieszkańców regionu i stworzyć wiele nowych miejsc pracy w gospodarstwach agroturystycznych, wypożyczalniach sprzętu, stadninie koni i innych przedsiębiorstwach dostarczających różnego typu produktów i usług dla turystów.

Więcej informacji na: www.grupypartnerskie.pl

Anna Jarzębska

Specjalista ds. Grup Partnerskich
Fundacja Partnerstwo dla Środowiska
ul. Św. Krzyża 5/6, 31-028 Kraków
tel. 0 12 430 24 65

e-mail: anna.jarzebska@fpds.pl

www.grupypartnerskie.pl

www.akademiapartnerstwa.pl

www.fpds.pl

foto: Fundacja Partnerstwo dla Środowiska

Partnerstwa lokalne w ekoturystyce

Aktywność społeczno-ekonomiczna współczesnych państw demokratycznych rozwija się w obrębie trzech sektorów. Pierwszy z nich to sektor publiczny, zwany również państwowym. Odpowiada on za dostarczenie obywatelom mniej lub bardziej – zależnie od obranego modelu gospodarczego kraju – fundamentalnych dóbr i usług, tak na poziomie narodowym jak regionalnym i lokalnym. Drugi filar to przedsiębiorstwa prywatne, nie korzystające wcale lub tylko w niewielkim stopniu z kapitału publicznego. Zgodnie z dominującą obecnie logiką kapitalizmu wolnorynkowego, to właśnie tego typu jednostki uznawane są za awangardę systemu polityczno-ekonomicznego, jako że nastawione są na osiągnięcie jak największych zysków, a co za tym idzie, generują wzrost PKB, zapewniają miejsca pracy i wzmacniają konkurencję rynkową. Trzeci obszar działalności to sfera pozarządowa, non-profit. Jak wskazuje nazwa, obejmuje instytucje funkcjonujące poza sferą administracji państwowej, nie nastawione na czerpanie korzyści finansowych i podnoszenie zasobów własnych, a raczej na działalność społecznie użyteczną. Charakterystyczne jest, że praca organizacji tego typu często opiera się na wolontariacie, a skierowana jest ku jednostkom i grupom potrzebującym, marginalizowanym, zagrożonym wykluczeniem i dyskryminacją.

Mimo że typologia przedstawiona powyżej jest w powszechnym użyciu, a praktyka weryfikuje i potwierdza jej funkcjonalność, klasyfikacja tego typu nie może przekształcić się w paradygmat definiujący działalność jednostek i organizacji w obrębie organizmu państwowego. W rzeczywistości bowiem, podkreślanie i umacnianie rozdzielności poszczególnych sfer nie jest korzystne ani wskazane. Przeciwnie, przedstawiciele pionu rządowego, pozarządowego i biznesowego, powinni budować klimat współpracy i trójsstronnego partnerstwa. De facto, kooperacja międzysektorowa jest coraz bardziej widoczna, wykazuje tendencje rozwojowe, przyjmuje nowe formy i wkracza na tereny, które do tej pory leżały poza jej zainteresowaniem. Jednym z takich obszarów jest najmłodsze dziecko branży turystycznej – ekoturystyka.

Turystyka ekologiczna ma wiele imion i twarzy – podróżowanie odpowiedzialne, alternatywne, zrównoważone, zielone, agroturystyka. Każda z wymienionych wykazuje pewne cechy szczególne; wszystkie uzupełniają się, posiadają aspekty zbliżone i pokrywają się w pewnych obszarach. Zostawiając jednak na boku nomenklaturę i mniejsze lub większe różnice dzielące poszczególne gałęzie, można stwierdzić, że na łonie konwencjonalnych form zwiedzania i wypoczynku, rodzi się i kształtuje obecnie nowy nurt. Jest on eklektycznym połączeniem ekonomii i troski o środowisko, wymogów przemysłu rozrywkowego i świadomości kulturowej, poszukiwania alternatyw i akcentowania relacji międzyludzkich.

Mijająca dekada przyniosła idei ekoturystyki znaczący rozkwit – rok 2002 nazwano *Międzynarodowym Rokiem Ekoturystyki*; jego zwieńczeniem był *Światowy Szczyt Ekoturystyki* zwołany pod auspicjami Programu Środowiskowego Organizacji Narodów Zjednoczonych (UNEP – *United Nations Environmental Programme*) i Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO – *United Nations World Tourism Organization*⁵). Szczyt odbył się w maju tegoż roku w kanadyjskim Quebecu i zgromadził ponad tysiąc uczestników ze 132 krajów – przedstawicieli, co ważne w kontekście naszego obszaru zainteresowania, sektora publicznego, prywatnego i non-profit. Był rodzajem wielostronnego dialogu między reprezentantami rządów krajowych i lokalnych, firm, przedsiębiorstw, profesjonalnych stowarzyszeń i instytucji akademickich, organizacji międzyrządowych oraz grup ludności rdzennej i lokalnej. Choć spotkanie nie dało owocu w postaci konkretnego i spójnego programu działań, opierając się na procesie przygotowawczym i analizując przebieg debat zrealizowanych w jego trakcie, naszkicować można pewne wytyczne i rekomendacje dla podmiotów zainteresowanych wprowadzaniem w życie i rozwojem idei ekoturystyki – wśród nich budowa i konsolidacja szeroko pojętej świadomości środowiskowej i społecznej; rozpowszechnienie obiektywnej i kompleksowej informacji na temat wpływu biznesu podróźniczego na otoczenie; wydajne planowanie i zarządzanie kolejnymi etapami procesów turystycznych; maksymalizacja korzyści socjoekonomicznych dla wspólnot i regionów, ku którym skierowane są ruchy podróźnicze, ochrona i polepszanie jakości dóbr kultury i natury; redukcja negatywnych wpływów i konsekwencji turystyki. Aby te kryteria urzeczywistnić, niezbędne było i jest zrozumienie oraz wielostronna kooperacja. Agenci oferujący usługi turystyczne powinni formułować swoje oferty w oparciu o walory „zielone” i solidarnościowe, rządy – wprowadzać legislację sprzyjającą turystyce zrównoważonej,

⁵ www.world-tourism.org

a NGOsy – wywierać wpływ na decydentów politycznych i ekonomicznych oraz forsować rozwój idei ekologicznej i społecznie użytecznych.⁶

W roku 2007, koalicja 26 organizacji zawiązała *Sojusz na rzecz Globalnych Kryteriów Turystyki Zrównoważonej*. Za cel postawiła sobie stopniową i konsekwentną realizację wyżej wymienionych propozycji – rekomendowanie wytycznych dla agentów turystycznych wszystkich szczebli; orientacja i informowanie konsumentów; promocja medialna „dobrych praktyk”; ewaluacja fundamentalnych standardów harmonijnej certyfikacji; stymulowanie programów współpracy międzysektorowej i edukacji. Do dnia dzisiejszego koalicja przeprowadziła konsultacje z setkami ekspertów, otrzymała ponad 1000 opinii i komentarzy od organów zainteresowanych, zbadała 60 umów i 4500 norm z dziedziny rozwoju zrównoważonego i turystyki. Zdolała uchwycić wielowymiarowość zagadnienia poprzez uwzględnienie wszystkich szczebli podróźniczej drabiny. Rzeczywiście, tylko taka analiza i tylko takie postrzeganie i traktowanie tematu pozwala go zgłębić, usystematyzować, zrozumieć jego złożoność, a następnie wykorzystać jego potencjał w dążeniu ku przemodelowaniu współczesnego wzorca turystyki.⁷

Idee współpracy międzysektorowej i rozwoju lokalnego doskonale wpisują się w logikę ekoturystyki. Zaczniemy od komponentu pierwszego i przestudiujmy jak poszczególne sektory włączają się w konsolidację nurtu ekoturystyki lub jakie pobudki powinny skłaniać do aktywnego wykorzystania jej możliwości.

Jeśli chodzi o administrację krajową i lokalną, z jednej strony, należy stwierdzić, że jej rola w stymulowaniu turystyki odpowiedzialnej jest fundamentalna; z drugiej, nie można nie zauważyć, że również waga przemysłu podróźniczego jest nie do przecenienia z punktu widzenia sfery publicznej. W roku 2006 Departament Turystyki polskiego Ministerstwa Gospodarki i Pracy, wydał dokument na temat roli turystyki w budowaniu ekonomii narodowej⁸, w którym szacował wpływ tej gałęzi przemysłu usługowego na tworzenie PKB, obniżanie skali bezrobocia i aktywizowanie innych działów gospodarki. Wykazano, że omawiany sektor jest ściśle powiązany z innymi, a jego wpływ rozciąga się nawet na branże, które nie są z nią bezpośrednio związane, jak np. rolnictwo czy budownictwo.⁹ Wzrost PKB i zatrudnienia w turystyce wykazuje obecnie ogromną dynamikę i prognozuje stały – przy upraszczającym pominięciu czynników nieprzewidywalnych, takich jak niedawny kryzys ekonomiczny czy epidemie chorób zakaźnych – wzrost, tak w Polsce jak w reszcie świata. Obecnie turystyka generuje 10% światowego PKB, którego część w ogóle nie zaistniałaby, gdyby nie przemysł turystyczny, oraz niemal 3% globalnego zatrudnienia; jest synonimem inwestycji i rozwoju, a co za tym idzie – mimo że nie można ślepo wysławiać jej dobrodziejstw nie zauważając licznych niestety negatywnych skutków, które bezpośrednio lub pośrednio rodzi – jej harmonijny i niesprzeczny z dobrem społeczeństwa i środowiska wzrost powinien niewątpliwie interesować władze państwowe i być uwzględniony w projektach i agendach budżetowych.

Zdając sobie sprawę z wzajemnej korelacji między turystyką a polityką publiczną, należy pamiętać, że gałąź ta jest ściśle uzależniona od trendów rynkowych i kształtowana głównie decyzjami prywatnych przedsiębiorców i inwestorów. Taki ścisły związek z biznesem podkreśla *The International Centre for Responsible Tourism*¹⁰ – Ośrodek szkoleniowo-badawczy założony przy *Leeds Metropolitan University*. Centrum współpracuje ze wszystkimi sektorami ustalając standardy jakości i priorytety działań oraz promując idee i implementację założeń turystyki zrównoważonej. Biura podróży, hotele, restauracje, firmy transportowe, ubezpieczyciele – to tylko niektórzy spośród rozlicznych aktorów branży. Ich zainteresowanie alternatywnymi formami turystyki powinno systematycznie rosnąć, gdyż jest ona odpowiedzią na zmieniające się potrzeby podróżujących, a zatem sposobem na utrzymanie się na rynku. Wyłaniająca się „generacja eko”¹¹ wprowadza zasadnicze zmiany na wykresie zachowań konsumenckich. Tworzy popyt na usługi o określonych cechach i wykazuje preferencje w stronę konkretnych walorów i wartości, takich jak zdrowe życie, troska o środowisko i zasoby naturalne, skłonność ku temu, co lokalne, rdzenne, tradycyjne. Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom, operatorzy turystyczni wpisują się w ogólnosiwiatowy nurt i zarazem zapewniają sobie

⁶ www.ecotur.es

⁷ www.sustainabletourismcriteria.org

⁸ www.mgip.gov.pl/NR/rdonlyres/0B0806E8.../TURYSTYKAWPKB3.doc

⁹ www.intur.com.pl

¹⁰ www.icrtourism.org

¹¹ www.ekoturystyka.net

wzrost dochodów, co przecież jest ich podstawowym celem i *raison d'être*. Jest to tym ważniejsze, że ekoturystyka wydaje się być bardziej niż podróżowanie konwencjonalne odporna na zewnętrzne wstrząsy – według profesora Luciano Concheiro z *Universidad Autónoma Metropolitana* z Meksyku, w czasie ostatniego globalnego kryzysu finansowego, tradycyjne formy turystyki zanotowały znaczący spadek i jedynie turystyka alternatywna oparła się recesji i utrzymała dotychczasowy poziom obrotów.¹²

Na końcu, choć nie umniejszając jej znaczenia, przyjrzyjmy się związkowi między ekoturystyką a Trzecim Sektorem. W Polsce, Europie i na świecie rozprzestrzeniają swą aktywność coraz liczniejsze NGO podejmujące interesującą nas tematykę. By nie szukać daleko, można wymienić *Bieszczadzkie Stowarzyszenie Ekoturystyczne Baszta*¹³, które działa na rzecz zrównoważonego rozwoju poprzez tworzenie nowych, przyjaznych dla środowiska produktów turystycznych; promocję niezmotywowanych form transportu oraz wzajemnego dostosowania systemów infrastruktury turystycznej społeczno-usługowej w Euroregionie Karpackim; i tworzenie korzystnych warunków dla ponadgranicznej współpracy w dziedzinie kultury, nauki i rekreacji. Jego rodaczką jest *Stowarzyszenie Rozwoju Ekoturystyki*¹⁴, założona w 2006 roku organizacja pozarządowa o zasięgu ogólnopolskim, której statutowe cele to ochrona dziedzictwa kulturowego i obszarów przyrodniczo cennych poprzez stymulowanie turystyki ekologicznej; wspieranie lub organizacja inicjatyw gospodarczych zgodnych z ideą rozwoju zrównoważonego; oraz edukacja ekologiczna i działanie na rzecz umacniania potencjału i dobrobytu społeczności lokalnych. Stowarzyszenie wydaje katalogi, foldery i prezentacje; gromadzi i przetwarza informacje oraz tworzy strony internetowe, bazy danych i regionalne ośrodki promocji; organizuje warsztaty, pośredniczy w pozyskiwaniu funduszy i nawiązywaniu współpracy z polskimi i zagranicznymi podmiotami zainteresowanymi ideą turystyki alternatywnej, ze szczególnym uwzględnieniem samorządów lokalnych wszystkich szczebli.

Robiąc krok poza granice naszego kraju, napotykamy *Ecotrans*¹⁵ – europejską sieć organizacji i ekspertów badających i propagujących zagadnienie turystyki zrównoważonej – oraz *European Centre for Ecological and Agricultural Tourism*¹⁶ – dynamiczne centrum ogniskujące swą działalność na agentach agro- i ekoturystycznych operujących na szczeblu lokalnym (także w Polsce jako ECEAT Poland). Ponadto, znajdujemy liczne grupy narodowe działające niezależnie lub w obrębie większych formacji parasolowych. Francuskie *Accueil Paysan* bądź *Tourisme, Transports, Territoires, Environnement Conseil*, niemiecka *Futour Umwelt, Tourismus, und Regionalberatung*, łotewska *Country Tourism Association „Lauku celotajs”*, włoskie *Associazione Cultura Turismo Ambiente* i *L'Associazione Ecoturismo Italia* czy hiszpańskie *Cooperativa Ecodes* i *Fundación Ecoargoturismo* – to tylko niektóre z organizacji non-profit wspierających pryncypia podróżowania odpowiedzialnego.

Biorąc za przykład grupy hiszpańskie¹⁷ można wykazać podstawowe pola aktywności europejskich NGOśw – systematyzacja i rozpowszechnianie informacji, ustalanie „ekokryteriów”, wzajemne dzielenie się doświadczeniami oraz nawiązywanie kontaktów i współpraca z innymi organizacjami o podobnym profilu lub celach. Powodem, dla którego sektor pozarządowy poświęca spore nakłady i wysiłki na krzewienie turystycznych alternatyw jest fakt, że przypisuje im ogromne znaczenie. Uważa, że mają one olbrzymi potencjał mogący posłużyć przy przeformułowaniu niekorzystnych norm dominującego obecnie systemu socjoekonomicznego. Zakłada, że za ich pośrednictwem można zwiększyć dynamikę lokalną i doprowadzić do wzrostu możliwości grup, które przez tradycyjne formy podróżowania są marginalizowane i wykluczane. Co więcej, podkreśla niewątpliwą rolę eko- i agroturystyki w kształtowaniu tolerancji, świadomości kulturowej oraz więzów człowieka z otaczającą go naturą ożywioną i nieożywioną. Dla sektora pozarządowego turystyka odpowiedzialna – dbająca o przyrodę i stabilność społeczną, nie ingerująca w równowagę ekosystemów, dostarczająca funduszy na ochronę różnorodności biologicznej i kulturowej – staje się coraz bardziej znaczącym przyczółkiem i polem walki o świat sprawiedliwszy, bardziej harmonijny i mniej materialistyczny. Uznaje się, że aktywne, świadome i dogłębne zwiedzanie obszarów o niepowtarzalnych walorach to skuteczny

¹² Profesor Francisco Luciano Concheiro Bórquez jest wykładowcą i badaczem na katedrze Desarrollo Rural Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco w Meksyku

¹³ www.baszta.bieszczady.pl

¹⁴ www.ekoturystyka.org

¹⁵ www.ecotrans.org

¹⁶ www.eceat.org, www.poland.eceat.org

¹⁷ www.ecodescoop.com, www.ecoagoturismo.es

instrument w dążeniu do zachowania dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego oraz czynnik przynoszący realne korzyści ekonomiczno-społeczne ludności miejscowej.¹⁸

Jak wspomnieliśmy powyżej, inicjatywy z interesującego nas obszaru nie zamykają się na „Starym Kontynencie”. Przeciwnie, można się zastanowić czy inicjatywy najciekawsze i zwieńczone spektakularnymi sukcesami nie mają miejsca właśnie poza nim. Odległe zakątki świata chcą zaznaczyć swoje istnienie na mapach ekologicznych wypraw, a dowodem tego niech będzie powołanie takich ekoturystycznych organizacji jak *The Alaska Wilderness Recreation & Tourism Association*, *Hawaii Ecotourism Association*, *Alternative Travels-India*, *Ecoturism Laos* czy izraelska *Land of Galilee*. Szczególny rozwój idei ma miejsce w Ameryce Łacińskiej. Ze względu na specyficzną konstrukcję społeczną oraz unikalne uwarunkowania historyczne i geograficzne, Ameryka fascynuje bogactwem kulturowym, tradycjami i niepowtarzalnymi krajobrazami. Jest kontynentem kontrastów – radości i ubóstwa, muzyki i codziennych trosk. Przyciągając turystów z najodleglejszych zakątków globu, w znacznym stopniu opiera na tej różnorodności swój rozwój społeczno-gospodarczy. Analizując przykład Meksyku, turystyka stanowi tu trzecie źródło dochodu narodowego. W 2000 roku dała bezpośrednie zatrudnienie 800 tysiącom osób i wykreowała 8,5% PKB. Jednocześnie, zyski wygenerowane przez wydatki odwiedzających osiągnęły wysokość 8 295 milionów dolarów, niemal 15% więcej niż w roku poprzednim. W roku 2005 przemysł turystyczny dał 1 820 tysięcy miejsc pracy i przyciągnął do kraju blisko 22 miliony podróżnych. Na początku wieku XX kraj poznał i z sukcesem zaczął wprowadzać turystykę alternatywną, która rozwinęła się do tego stopnia, że w dniu dzisiejszym istnieje tu ponad tysiąc miejsc ekoturystycznych.¹⁹ Wśród licznych inicjatyw tego typu, godny wyróżnienia jest rodzaj parku-wspólnoty założonego na obrzeżach Miasta Meksyk – *Parque Ejidal San Nicolas Totolapan*, do którego wrócimy w dalszej części tekstu.²⁰

Meksyk w sposób reprezentatywny ilustruje tendencje rozpowszechniane w Ameryce Łacińskiej. Park Narodowy *Yacambú* w Wenezueli, *El Tronco Ecoparque* w Gwatemali, *Rogitama Biodiversidad* w Kolumbii – to tylko przykłady regionalnych ekoprzedsięwzięć zwieńczonych sukcesem. Rządy krajowe, administracja lokalna i prywatni przedsiębiorcy zdają sobie sprawę z roli tegoż sektora i podejmują starania mające na celu jego promocję i wzrost. Rola NGO, podobnie jak to miało miejsce w Europie, jest istotna w tym procesie. W Ameryce Środkowej grupy, które wdrażają projekty alternatywne, oprócz się mogą na *The Mesoamerican Ecotourism Alliance*. Organizacja ta działa na terenie Hondurasu, Belize, Gwatemali, Salwadoru, Nikaragui, Panamy oraz meksykańskiego Jukatana i Chiapas, a jej celem statutowym jest budowa i konsolidacja partnerstwa między wspólnotami miejscowymi, przedsiębiorcami indywidualnymi, przedstawicielami władz oraz organizacjami non-profit. Wszystko to po to, by zapewnić rozwój, spójność i wysoką jakość koncepcji alternatywnych.²¹ Chcąc zgłębić znaczenie, prześledzić nurty i poznać kierunki ekopodróży w Ameryce Łacińskiej, warto też zajrzeć na stronę *ecoturismolatino.com*, której twórcy traktują ekoturystykę jako formę pomocy w ochronie miejsc przyrodniczo i kulturowo cennych, a także w rozwoju ludności miejscowej. Strona stanowi internetowy przewodnik po regionie, publikuje artykuły własne i dokumenty prezentowane na forach i kongresach oraz konstruuje wirtualną bibliotekę. Jej misją to promocja idei turystyki odpowiedzialnej, przedstawienie wpływu jaki wywierają na otoczeniu określone sposoby podróżowania i zwiedzania, a także uświadomienie potencjału i roli rozwiązań alternatywnych.²²

Zachowując obiektywizm i realizm należy przyznać, że inicjatywy ekoturystyczne, ani w Ameryce, ani w żadnym innym zakątku świata, nie mogą być uważane za bezbłędne i ostateczne rozwiązanie wielopłaszczyznowych problemów społeczno-środowiskowych współczesnego świata. Wiele miejsc, gdzie próbowano wprowadzać inicjatywy w tym zakresie stało się ofiarami własnego sukcesu – rzesze odwiedzających, zwabionych urokami dziewiczych terenów, spowodowały nieodwracalne szkody w brazylijskim *Parque Nacional Marino de Fernando de Noronha* i peruwiańskim *Parque Nacional Tingo María*, na Wyspach Żółwich w Ekwadorze czy rezerwatach biologicznych na Kostaryce. Co więcej, turystyce

¹⁸ www.ekoportal.pl

¹⁹ Semarnat, *Introducción al ecoturismo comunitario*, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales / Conafor, México, 2006

²⁰ Zambrano, G. M., Praca doktorska „El Conocimiento Tradicional y la propuesta de educación u cultura ambiental en la gestión ejidal ecoturística del parque San Nicolás Totolapan, Ciudad de México, 2008

²¹ www.travelwithmea.org

²² www.ecoturismolatino.com

odpowiedzialnej wciąż brak ujednoliconych standardów, kryteriów i definicji, międzynarodowego organu koordynującego, czy ogólnosiwiatowej instancji odwoławczej, która ukróciłaby nadużycia i zagwarantowała, że ekologo nie będzie wykorzystywane tylko jako marketingowy chwyt bez pokrycia.²³ Bez względu jednak na to, można uznać ten nowy prąd za ciekawą, a czasem optymalną propozycję w walce z ubóstwem i dewastacją natury. Jej ograniczenia i niedoskonałości nie mogą usprawiedliwić bierności.

Turystyka zrównoważona zyskuje popularność i urzeczywistnia motto „myśl globalnie, działaj lokalnie”. Za jej pośrednictwem można znacząco polepszyć stan życia wspólnot lokalnych i marginalizowanych, a zarazem przyczynić się do zachowania wspólnych dóbr ludzkości. Działania punktowe poszczególnych rządów, przedsiębiorców i grup na tym polu, wspierane są przez globalne sieci i zrzeszenia. *The International Ecotourism Society*²⁴, *The National Geographic Center for Sustainable Development*²⁵ czy *The World Tourism Organization*²⁶ mogą służyć za przykłady instytucji o zasięgu międzynarodowym zainteresowanych omawianą ideą. *The International Ecotourism Society* (TIES) definiuje ekoturystykę jako odpowiedzialne podróżowanie, zachowujące dbałość o naturę, a jednocześnie przyczyniające się do poprawy warunków życia i pracy ludności zamieszkującej dany obszar. Misją TIES to kreowanie globalnej sieci osób fizycznych i prawnych wspierających idee zwiedzania zrównoważonego, edukację i zapewnienie rzetelnej informacji oraz lobbowanie agentów przemysłu turystycznego, władz publicznych i potencjalnych sponsorów, by włączali pryncypia ekospołeczne do swoich strategii i programów. Również *The National Geographic Center for Sustainable Development* jest zorientowane na przekazanie szerokiej grupie odbiorców wiedzy i komunikatów na omawiany przez nas temat. Na swojej stronie internetowej umieszcza relacje ze szczytów i konferencji, opisy sukcesów miejscowych grup inwestujących w ekoturystykę oraz przewodniki po zakątkach spełniających ekonormy. Ostatnia z wymienionych organizacji – UNWTO – różni się od poprzednich. Jest wyspecjalizowaną agencją Organizacji Narodów Zjednoczonych, służącą jako międzynarodowe forum wymiany doświadczeń i źródło informacji o turystyce w ogóle. Mimo że gałąź „zrównoważona” jest tylko jednym z obszarów badań i działalności agencji, bez wątpienia rola turystyki alternatywnej jest, według UNWTO, fundamentalna w kontekście współczesnych uwarunkowań i struktury systemu dominującego. Odpowiedzialność podróżujących uznana jest za punkt wyjścia do wdrażania aksjomatów sprawiedliwości społecznej i świadomości środowiskowej, a implementacja Globalnego Kodeksu Etycznego w Turystyce ma zapewnić by państwa członkowskie oraz wszyscy operatorzy i zainteresowani turystyką podejmowali efektywne wysiłki w celu maksymalizacji płynących z niej korzyści ekonomicznych i kulturalnych przy jednoczesnym ograniczeniu związanych z nią zagrożeń społeczno-środowiskowych.²⁷ Walcząc o Milenijne Cele Rozwoju ONZ, *The World Tourism Organization* koordynuje i spaja aktywność 161 państw i ponad 390 Członków Zrzeszonych reprezentujących sektor prywatny, instytucje edukacyjne, stowarzyszenia i władze lokalne podejmujące problematykę wpływu ekoturystyki na redukcję ubóstwa i stymulację zrównoważonego wzrostu społeczno-gospodarczego.²⁸

Podsumowując, według definicji skonstruowanej w latach 90-tych przez *World Conservation Union* (IUCN)²⁹, podróżowanie odpowiedzialne i promujące ochronę przyrody i tradycji lokalnych ma niewielki negatywny wpływ na środowisko, a za to stwarza możliwości na aktywne zaangażowanie społeczno-gospodarcze lokalnych społeczności; jest formą dogłębnego zwiedzania obszarów o wybitnych walorach przyrodniczych i kulturowych; strzeże harmonii ekosystemów i odrębności lokalnych; dostarcza środków finansowych na skuteczną ochronę dziedzictwa oraz przynosi realne zyski ludności miejscowej.³⁰ Te niezaprzeczalne korzyści oraz rosnąca, dzięki postępowi technologicznemu i dostępności środków komunikacji masowej, świadomość na temat turystyki odpowiedzialnej, sprawiają że idea ta dociera do coraz odleglejszych zakątków i do grup, które dotychczas znajdowały się poza głównym nurtem i profitami płynącymi z sektora. Ilustrację tego stanu rzeczy może stanowić wspomniana powyżej inicjatywa meksykańskiego parku San Nicolás Totolapan.³¹

²³ www.ecotur.es

²⁴ www.ecotourism.org

²⁵ www.nationalgeographic.com

²⁶ www.world-tourism.org

²⁷ www.unwto.org/ethics

²⁸ www.world-tourism.org/sustainable/IYE-Main-Menu.htm

²⁹ www.iucn.org

³⁰ www.ekoturystyka.net

³¹ www.mcontreras.df.gob.mx



foto: www.parquesnacionales.com.mx

Ludność, która zamieszkuje obszary objęte dziś parkiem Totolapan, ma swoje korzenie jeszcze w epoce przedkolumbijskiej. W toku historii jej ziemie poddawane były licznym przekształceniom strukturalnym, aż 6 kwietnia 1924 roku objęte zostały specyficznym modelem wspólnej własności o nazwie *ejido*, który wywodzi się jeszcze z czasów Azteków. Na mocy dekretu prezydenta Alvaro Obregona 340 *ejidatarios* – chłopom z tamtejszej społeczności – przyznano 2 304 hektarów terenu, który w 80% pokryty był lasem sosnowym, uprawami owsa, fasoli, kukurydzy, ziemniaków, różnorodnych warzyw i owoców, oraz pastwiskami i zabudowaniami potrzebnymi do hodowli bydła i trzody. Dostatek wody wykorzystywano do hodowli rozlicznych gatunków kwiatów, w szczególności goździków, fiołków i rumianków. W handlu stosowano tradycyjny system barterowy. Ze względu na brak elektryczności, wszelką aktywność zawodową wykonywano między świtem a zmierzchem – rozpoczynano o 4 rano i kończono wraz ze zmrokiem, a stan taki trwał niemal do lat 50. XX wieku. Do dziś, aktywność *Ejidatarios* oparta jest w pewnej mierze na wzorcach tradycyjnych. Niemniej, około 90% gospodarstw domowych bazuje na dochodach z działalności nietradycyjnej lub łączącej pierwiastek tradycyjny z nowoczesnym. Za przykład tego typu kombinacji można uznać pionierskie mikroprzedsiębiorstwo o nazwie *Microempresa Autofinanciada Transformadora de Productos Nutricionales „Flor de Amaranto”* założone przez grupę kobiet, które stosują rodzime produkty do wytwarzania odżywczych słodczy. Oferując ciastka sojowe, granolę i wafle z bakalii, ich firma zdołała osiągnąć silną pozycję na rynku lokalnym i w Dystrykcie Federalnym.

Taki krok ku nowoczesności uczyniono w 1997 roku, gdy 20 000 osób zamieszkujących San Nicolas postanowiło wyjść poza aktywność ściśle rolniczą i wykorzystać logikę i mechanizmy współczesnej turystyki dla poprawienia swego poziomu życia. Zauważając obniżanie się – za sprawą zanieczyszczenia powietrza, przeludnienia, niedoborów wody i braku terenów zielonych – jakości życia w stolicy, *ejidatarios* zaproponowali wprowadzenie modelu opartego na pryncypach turystyki odpowiedzialnej. Zastosowana strategia polegała na umiejętnym połączeniu dbałości o własne dobro i dostatek, o ochronę zasobów naturalnych i jednocześnie o potrzeby mieszkańców terenów zurbanizowanych. *Ejidatarios* sformułowali projekt mający kreować zatrudnienie oraz promować racjonalne użycie obszarów leśnych i rekreacyjnych; mający zdynamizować i stworzyć nowe obszary dla rozwoju miejscowej społeczności; mający powstrzymać negatywny wpływ gwałtownego rozrostu industrialnego Miasta Meksyk, a z drugiej strony, wykorzystać możliwości, które daje sąsiedztwo tej metropolii – symbiozę i klimat współpracy między dwoma obszarami uznano za szansę na wzmocnienie potencjału Totolapan i wykorzystanie jego kapitału naturalnego (las, żyźne ziemie, czysta woda), fizycznego (infrastruktura, narzędzia i zabudowania), ludzkiego (umiejętności, wiedza, wykształcenie) oraz społecznego (sieci funkcjonujące wewnątrz parku i relacje zawiązywane z otoczeniem zewnętrznym). Przy współpracy Meksykańskiego Funduszu Ochrony Przyrody (Fondo Mexicano para la Conservacion de la Naturaleza) i doradców z Balam Consultores, rozpoczęto pilotażowy plan „ochrony produktywnej”, który chłopów przemienił w przedsiębiorców czerpiących zyski z bogactw naturalnych będących w ich posiadaniu, a ich rodakom zagwarantował dostęp do czystszej wody i powietrza oraz możliwości spotkania z naturą i uprawiania sportów na jej łonie. Co więcej, ochronił ogromny obszar lasu zagrożonego niekontrolowanymi rozwojem infrastruktury miejskiej, zapewnił promocję edukacji ekologicznej, stworzył ponad 150 km tras

rowerowych i spacerowych oraz zbiornik hodowlany pstrągów i pole kempingowe. Harmonijny rozwój parku zapewniony jest przez stałą współpracę między jednostkami zainteresowanymi specyfiką i rolą parku – naukowcy i badacze z Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) realizują obszerne analizy fauny i flory, osoby prywatne oferują pracę wolontariacką, a instytucje publiczne i sponsorzy – wsparcie finansowe i rzeczowe. Przy ich współpracy i pomocy, *Ejidatarios* odnieśli ogromny sukces, tak z punktu widzenia własnego rozwoju, jak również z perspektywy dobra wspólnego wszystkich mieszkańców stolicy Meksyku i okolic.

Lista organizacji wspierających Park Totolapan jest długa i zdywersyfikowana.

Widnieją na niej takie instytucje jak:

- ▶ *Instituto Nacional de Ecología* (recykling odpadów)
- ▶ *Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentos* (zniżki i rabaty na zakup nawozów, nasion, sadzonek i zwierząt)
- ▶ *Secretaría de Turismo* (promocja, rozprowadzanie kalendarzy i folderów informacyjnych)
- ▶ *Secretaría de Desarrollo Social* (pożyczki i kredyty)
- ▶ *Secretaría del Medio Ambiente* (maszyny i sprzęt fachowy)
- ▶ *Delegación Magdalena Contreras* (współfinansowanie, wsparcie ekonomiczne projekty zagospodarowania terenu)
- ▶ *Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza* (w roku 1996 przyznał subwencje w wysokości 450 000 peso na inaugurację projektu)
- ▶ *Fundación para la Conservación de los Recursos Naturales i Ambasada USA* (kontraktowanie ekspertów, szkoleniowców i konsultantów)
- ▶ *Greenpeace i fundacja Hombre – Naturaleza* (promocja, organizacja eventów)
- ▶ *Mexicana de Aviación* (darmowe udostępnienie przestrzeni na łamach swojego periodyku)
- ▶ *CARACORUM* (zniżki i kredyty na zakup odzieży Alta Montaña)
- ▶ *Motorola* (pożyczki i oferty na nabycie sprzętu komunikacyjnego)
- ▶ *El Instituto Politécnico Nacional* (sondaże na temat Parku)
- ▶ *Uniwersytet Anáhuac* (stypendia na badania i administrowanie projektu)
- ▶ *Fakultet Inżynierii UNAM* (zarządzanie systemem sanitarnym)
- ▶ *Narodowa Komisja Leśnictwa* (wymiana doświadczeń i wsparcie technologiczne)
- ▶ *Uniwersytet UAM-Xochimilco* (badania nad bioróżnorodnością i ochroną zasobów naturalnych)



foto: www.parquesanmilcolas.com.mx

Ogółem, Park Totolapan otrzymał i otrzymuje stale wsparcie ze strony rządu, agencji prywatnych, grup non-profit oraz uczelni wyższych. Taka kooperacja przynosi wymierne korzyści wszystkim stronom – Państwo ogranicza poziom ubóstwa, bezrobocia i związanych z nimi negatywnych fenomenów i patologii; firmy podnoszą wskaźniki dochodów; NGO urzeczywistniają swe cele statutowe; a uczelnie prowadzą multidyscyplinarne badania. Powodzenie projektu wywołało oddźwięk w kraju i zaowocowało realizacją ponad 20 podobnych inicjatyw, takich jak Parque Nacional El Chico w Hidalgo, San Juan Nuevo w Michoacán, czy Cola de Caballo w Monterrey. Bez wątplenia inicjatywa ta może być też wzięta za przykład przez grupy działające w Polsce, lub w którejkolwiek części globu – wszak każde miejsce ma unikalną tradycję, niepowtarzalną specyfikę, jakiś szczegół, który mieszkańcy uważają za codzienność, a podróżni mogliby docenić i podziwiać. Należy tylko ten szczegół zauważyć, a następnie, przy wielostronnej kooperacji wszystkich zainteresowanych, w sposób rozsądny i przemyślany wypromować. Ekoturystyka może być uznana za jeden ze sposobów by to osiągnąć.

Paulina Pajkiert

foto: www.parquesannicolas.com.mx

Dolina Baryczy – naturalne partnerstwo

Czy natura może być szansą na rozwój dla lokalnych społeczności? Niekiedy walory przyrodnicze bywają postrzegane jako czynnik ograniczający rozwój gospodarczy. Zarówno w Polsce jak i w Europie sporo jest jednak przykładów regionów, które na naturze skorzystały. Jednym z doskonałych przykładów jest Dolina Baryczy. Od dawna jej skarbem są rozległe lasy, zielone pastwiska i budowane od XIII wieku stawy rybne będące ptasim rajem o randze europejskiej. Obecnie głównym bogactwem obszaru są też ludzie czerpiący pomysły i inspiracje z natury. Ich aktywność a także współpraca skutecznie przekracza granice administracyjne i mentalne.

Bagna i podmokłości Doliny rzeki Baryczy będącej dopływem Odry rozciągają się na długości ok. 100 km na pograniczu Wielkopolski i Dolnego Śląska. Naturalne warunki dały nazwę rzece – słowiańskie słowo *bara* oznacza bowiem właśnie bagno, teren grząski i podmokły. Trudny dla kolonizacji charakter doliny stanowił o jej historii i możliwościach rozwoju. Przez wieki rzeka wraz z otaczającymi ją bagnami i lasami stanowiła granicę pomiędzy krajami. Na jej mglistych pogranicznych ziemiach bywało różnie. Wśród trudnych do przebycia ostępów Doliny Baryczy w czasach wojny trzydziestoletniej grasował zbój Melchior, który podczas procesu przyznał się do zamordowania 251 ludzi.

Zwykle jednak ludzie starali się tu współpracować żyjąc w zgodzie ze sobą i co ważne z naturą. Korzystając z bogactwa wody już od XIII wieku budowano stawy rybne, których technologię budowy sprowadził w te strony zakon cystersów. Mozaika stawów, lasów i pastwisk dobrze służyła gospodarzom – na ziemiach tych jeszcze dzisiaj spotkać można wiele pałaców, parków, kościołów będących świadectwem nie tylko historii, ale i umiejętnego korzystania z bogactwa. Dzisiaj najcenniejszym skarbem Doliny Baryczy jest największy w Unii Europejskiej kompleks stawów rybnych i związana z nim przyroda. Dolina jest rajem dla ptaków: stwierdzono tu występowanie aż 277 gatunków ptaków, z czego 169 to gatunki lęgowe. To właśnie dzięki bogactwu ptaków i przyrodniczym siedlisk spora część obszaru Doliny Baryczy objęta jest obecnie siecią Natura 2000, znajduje się tu również największy w Polsce park krajobrazowy.

Obszar, choć mało jeszcze znany większości turystów w naszym kraju, posiada unikatowy potencjał. Przyroda stanowi też wyzwanie dla lokalnej społeczności. Pojawiają się pytania: czy nie ograniczy ona rozwoju? jak prowadzić działalność gospodarczą na obszarze cennym przyrodniczo? jak nie dać się zamknąć w skansenie? jak połączyć bogactwo natury i krajobrazu z myśleniem o przyszłości? Na te i inne pytania nie ma prostych i oczywistych odpowiedzi. Istotne jest ich zadawanie i wspólne poszukiwanie rozwiązań. Takie są właśnie korzenie partnerstwa, która działa w Dolinie Baryczy. Partnerstwa, które skupia społeczników, samorządowców i lokalnych biznesmenów – ludzi, którzy starają się tu żyć w harmonii z przyrodą – równocześnie korzystając z niej.

Ludzki krajobraz

Dolina Baryczy, podobnie jak większość obszarów Europy, nie przypomina dzikich ostępów Amazonii. Walory przyrodnicze tego terenu są w znacznym stopniu związane z działalnością człowieka. Życie w harmonii z przyrodą jest sztuką, którą możemy się uczyć od żyjących tu wcześniej ludzi.

Krajobraz Doliny tworzyli przez wieki ludzie. Z lotu ptaka przypomina on krąg wzorzystej spódnicy. Błękit stawów, świeża zielen pastwisk i ciemny odcień lasów przedzielane są charakterystycznymi dla Doliny Baryczy alejami starych drzew rosnącymi wzdłuż dróg, grobli oraz wodnych cieków. Właśnie w tych starych, sadzonych często jeszcze w czasach niemieckich dębowych alejach mieszkają kolejne skarby Doliny. Jest ona bowiem miejscem życia największej w naszym kraju populacji kozioroga dębosza oraz chronionej prawem unijnym jako gatunku priorytetowego pachnicy dębowej. Choć brzmi to nieoczekiwanie w świetle znanych w kraju konfliktów, to właśnie one przekonały przyrodników, samorządowców i drogowców od podjęcia wspólnych działań przy odtwarzaniu dębowych alei. Dzisiaj dęby i unikatowe chrząszcze stają się powoli symbolem współpracy.

Ślady poszukiwania harmonii z naturą znaleźć można również w architekturze Doliny Baryczy. Cieszy oko wykorzystanie naturalnych surowców takich jak drewno, glina i ruda darniowa, oszczędne i praktyczne



foto: Artur Homan

Partnerstwo z naturą jest możliwe.
Czasami przybiera ono nieoczekiwane formy.

konstrukcje szachulcowe stosowane również w budowie kościołów, budowle wykorzystujące energię natury takie jak wiatraki, młyny, jazy. Budowle a także układ wielu miejscowości wkomponowanych w krajobraz stanowi o bogactwie i atrakcyjności obszaru.

Choć chaotyczna zabudowa, której symbolem są straszące betonowe płotki, wkracza gdziekolwiek w Dolinę, szansa na zachowanie piękna istnieje. Próby ochrony krajobrazu kulturowo-przyrodniczego podejmują dzisiaj lokalni liderzy, działacze samorządowi, usługodawcy turystyczni i... organizacje ekologiczne. Zaczęło się od seminariów, publikacji, przygotowywania planów odnowy miejscowości uwzględniających zalecenia architektoniczne. Wkrótce, m.in. dzięki pozyskaniu środków europejskich, pojawią się w Dolinie nowe budowle nawiązującego do tradycyjnej architektury: wiaty przystankowe i sale służące edukacji ekologicznej. Będą one nie tylko wizytówką regionu, ale również dobrym przykładem przekonywującym, że można budować nowoczesnie, zachowując tradycję. Harmonijna zabudowa stanowi bowiem dzisiaj nie tylko o pięknie krajobrazu, ale ma również wymierny walor ekonomiczny, związany z wartością nieruchomości.

Drogi współpracy

W rezultacie skomplikowanej historii obszar Doliny Baryczy leży dzisiaj na styku dwóch kultur i stylów życia: osiadłej od stuleci tradycyjnej wielkopolskiej gospodarności i poszukującej wciąż nowych wyzwań i inspiracji społeczności dolnośląskiej, która pojawiła się tu na w połowie minionego wieku w rezultacie wysiedleń niemieckiej ludności.

Warunki naturalne oraz dalekie położenia od dysponujących finansami stolic regionów ograniczały możliwości rozwoju. Dodatkowym utrudnieniem wydawała się też potrzeba ochrony przyrody. Trudna i z pozoru konfliktowa sytuacja obszar udecydowała jednak o nowych szansach dla mieszkańców. Zmobilizowały ona bowiem do działania i poszukiwania rozwiązań. Katalizatorem zmian okazały się organizacje ekologiczne, które skutecznie zainspirowały lokalne społeczności do korzystania z bogactwa natury. Wskazywały na naturalne uwarunkowania i poszerzyły myślenie o rozwoju.

Dzisiaj w Dolinie myśli się już „naturalnie” i „regionalnie”. Granice administracyjne, nawet te pomiędzy odmiennymi województwami, mają coraz mniejsze znaczenie. Równie ważny był również zainicjowany przez ekologów proces tworzenia partnerstw międzysektorowych, oznaczający zaangażowanie w planowanie rozwoju obszaru różnorodnych partnerów. W proces planowania strategicznego włączono oprócz samorządów także lokalnych liderów pozarządowych, biznesmenów i usługodawców turystycznych. Ważne były oczywiście fundusze unijne (takie jak program LEADER +), które były dobrym pretekstem do spotkań i wspólnego planowania. Były i są one przydatne. Kluczem do sukcesu stała się jednak leżąca w naturze człowieka potrzeba zmian oraz ciekawość świata.

Ekoturystyka

Biorąc pod uwagę sytuację, najbardziej oczywistym kierunkiem rozwoju dla Doliny Baryczy jest turystyka. Na rynku turystycznym kluczowe jest znalezienie cechy charakterystycznej wyróżniającej ofertę wśród innych podobnych. Kluczową atrakcją dla Doliny Baryczy są ptaki i bogactwo stawów rybnych.

Walory te dają możliwość rozwoju ekoturystyki. Potencjałem umożliwiającym rozwój ekoturystyki i tradycyjnego produktu lokalnego jest paradoksalnie nasze „zapóźnienie” względem tzw. „postępu cywilizacyjnego” krajów zachodnich. W nowej dynamicznie rozwijającej się gospodarce coraz większą wartość zyskują nie materialne produkty, lecz cechy charakterystyczne, wiodące idee i związane z nimi autentyczne emocje. W dobie globalizacji coraz ważniejsze staje się bowiem poszukiwanie autentyczności, unikatowości i źródeł inspiracji. W tej globalnej „niszy rynkowej” istnieje szansa na rozwój i umiejętne wykorzystanie tego, co mamy w polskiej wsi najcenniejsze: bogactwa krajobrazu, różnorodności przyrody, autentycznej tradycji.

Dla społeczności lokalnej oraz usługodawców z Doliny Baryczy istotne było odkrycie i wykorzystanie tutejszej specyfiki. Na stosunkowo płaskim i bogatym w dobre drogi terenie oczywistym kierunkiem była turystyka rowerowa. Z kolei bogactwo wód skłaniało do rozwoju turystyki kajakowej. Oferty te są ważne, jednak nie wyróżniają Doliny Baryczy – można je spotkać również w innych regionach. Tym, co wyróżnia Dolinę Baryczy są z pewnością szlaki konne prowadzące duktami leśnymi, alejami między stawami i drogami wśród łąk. Można z nich korzystać zarówno jadąc konno, jak i będąc wiezionym bryczką czy też konnym wozem.

Równie ważnym tematem jest birdwatching – oferta turystyczna skierowana do miłośników przyrody i „podglądaczy” ptaków. Dla nich właśnie stworzono w Dolinie Baryczy system czatowni i wież do obserwacji ptaków. Wyróżnia je od popularnych wież widokowych inna, pełniejsza konstrukcja – zapewniająca ukrycie obserwatora i co za tym idzie ograniczenie płoszenia ptaków. Turystyka ptasia jest wielce obiecującą, choć niszową, ofertą. Jednak w krajach o bardziej rozwiniętych tradycjach ornitologicznych – takich jak choćby Anglia, Holandia czy bliższe nam Niemcy, potencjalnych klientów birdwatchingu – choćby członków organizacji zajmujących się ochroną ptaków – są setki tysięcy. To olbrzymi i dysponujący poważnymi środkami finansowymi rynek.

Posiadanie kluczowej atrakcji turystycznej nie zwalnia od poszukiwania dodatkowych pomysłów. Dla obszaru Doliny Baryczy, który zamierza być kojarzony jako „bliski przyrody” może być nią na przykład oferta dragonflywatchingu (czyli obserwacji ważek) lub też obserwacji stanowisk rzadkich w Europie a popularnych w Dolinie chrząszczy żyjących w alejach starych dębów: wspomnianej pachnicy dębowej i kozioroga dobosza. Możliwości jest zresztą znacznie więcej – wystarczy przyjrzeć się przyrodzie, wykorzystać wyobraźnię i poszukać atrakcyjnych tematów. Pomysłów na ofertę ekoturystyczną jest wiele, część z nich już się rozwija – choćby rowerowa gra terenowa, szlak rudy darniowej, ekomuzeum rybactwa i krainy stawów czy też oferta wiosek z pomysłem.

Korzyści ekologiczne z rozwoju ekoturystyki w Dolinie Baryczy są znaczne. Jedną z kluczowych zasad ekoturystyki jest bowiem umiarkowane i oszczędne wykorzystanie zasobów (np. korzystanie z energii odnawialnych, preferowanie ekologicznych form transportu, recykling odpadów) oraz poszanowanie walorów przyrodniczych stanowiących podstawę rynkowej oferty ekoturystycznej.

Specjaliści z natury

Równie ważne dla wykorzystania szans, jakie daje natura, są tradycyjne i bazujące na walorach przyrodniczych produkty lokalne. Tradycyjne formy produkcji żywności i rękodziela są najczęściej przyjazne środowisku, transport produktów na rynki lokalne zużywa mniej energii, tradycyjne formy gospodarowania umożliwiają zachowanie krajobrazu przyrodniczo-kulturowego, nie bez znaczenia jest również zachowanie cennych przyrodniczo, a niejednokrotnie zagrożonych wyginięciem tradycyjnych ras zwierząt i odmian roślin.

Bogactwem Doliny Baryczy są produkty lokalne, wytworzone w tradycyjny i przyjazny naturze sposób, przy wykorzystaniu lokalnych produktów i surowców. Produktami tymi są przetwory, wypieki i inne specjały, a także wyroby rzemiosła takie jak ceramika, meble, kosze.

Historia rozwoju produktu lokalnego zaczęła się jednak w Dolinie Baryczy od kury zielononóżki kuropatwianej. Właśnie z Doliny zaczął się zapoczątkowany przez organizacje ekologiczne tryumfalny pochód tej pochodzącej ze wschodu Rzeczypospolitej, a ginącej jeszcze pod koniec XX wieku rasy na rynki produktów ekologicznych. Kura zielononóżka kuropatwiana jest polską, rodzimą rasą kur nieśnych, znajdującą się na opracowanej przez FAO „Czerwonej Liście” zwierząt zagrożonych wyginięciem. Początkowo utrzymywana była w Galicji. W okresie międzywojennym, po odzyskaniu niepodległości, jako rasa rdzennie polska, urosła nawet do rangi „symbolu polskości” obszarów wiejskich. Od lat 1960. udział tych kur w pogłowie kur rasowych gwałtownie spadał, głównie ze względu na niepowodzenia w wielkostadnym, bezwysiłkowym chowie kur tej rasy. Pod koniec XX wieku zielononóżki można było spotkać praktycznie jedynie w instytutach badawczych.

Ratunkiem dla kury były wspólne działania organizacji ekologicznych oraz rolników i producentów. Zielononóżki kuropatwiane, będąc doskonale przystosowanymi do chowu w naturalnych warunkach środowiskowych, charakteryzując się wytrzymałością na niskie temperatury, bardzo dobrze rozwiniętą umiejętnością poszukiwania pokarmu oraz dużą odpornością na choroby, potrafiły wykorzystać zielone pastwiska Doliny Baryczy. Ekologom zależało na ochronie gatunku, tak zwanym „dobrostanie” zwierząt i promocji żywności ekologicznej, rolnikom na sprzedaży lokalnych produktów, a i kury nie robiły tego tylko dla jaja.

Jajka zielononózek z zielonych pastwisk Doliny Baryczy zaczęły się na rynkach krajowych świetnie sprzedawać za niemałe pieniądze, a że sukces jest zaraźliwy, wkrótce pojawiły się nowe pomysły na produkt lokalny. Prym wśród nich wiodą, będące specyfiką Doliny karpie hodowane w stawach w sposób bliski naturze. Jeszcze do niedawna trudno je było uświadczyć w handlu poza sezonem świątecznym. Dzisiaj wędzonego karpia i inne rybne specjały turysta spotkać może na imprezach lokalnych lub kupić na sezonowych stoiskach. Pewnie wkrótce, dzięki uzyskaniu statusu europejskiego produktu regionalnego, karpie z Doliny staną się ważną atrakcją turystyczną przyciągającą przez cały sezon gości do rybnych karczm.

Sukcesem zaowocować mogą również działania związane z odtwarzaniem przydomowych sadów i nasadzeń tradycyjnych odmian drzew owocowych. Sadzone w Dolinie Baryczy jabłonie o wdzięcznych nazwach Cesarz Wilhelm, Książę Albrecht Pruski, Jakub Lebel, Manks Kuchenapfel, czy też Gloria Mundi oraz powstałe z nich przetwory mogą stać się kolejną unikatową atrakcją regionu. Co więcej, odtwarzane dzięki współpracy sadowników i przyrodników sady współtworzą cenny przyrodniczo i kulturowo krajobraz oraz mają istotne znaczenie dla zachowania bioróżnorodności obszarów wiejskich, w szczególności jako miejsce życia wielu gatunków owadów i ptaków.

Choć smakołyki zawsze najintensywniej przemawiają do nas, dla rozwoju rynku lokalnego i promocji obszaru ważne są również produkty rękodzieła pochodzące z Doliny Baryczy: tradycyjne meble, kosze czy też ręcznie tworzone bombki choinkowe nawiązujące do lokalnych motywów ptaków i ryb.

Naturalny marketing

Ważny jest efekt wzajemnego wzmocnienia: specyficzne i oryginalne produkty lokalne przyciągają turystów i pozwolą stworzyć kompleksową ofertę ekoturystyczną. Z kolei ruch turystyczny zwiększa popyt na produkty lokalne, zarówno bezpośrednio w trakcie wyjazdów, jak i po powrocie. Najistotniejsze jest jednak, aby rozwijając ofertę ekoturystyczną i produkt lokalny nie zniszczyć podstaw ich funkcjonowania: walorów przyrodniczych i tradycji kulturowych.

Rozwój w Dolinie Baryczy produktu lokalnego, podobnie jak powiązanej z nim ekoturystyki, wiąże się z tworzeniem nowych miejsc pracy w szeroko rozumianym sektorze usług turystycznych oraz z nowymi możliwościami dodatkowych dochodów dla rolników. Aby umiejętnie skorzystać z potencjalnych korzyści ekonomicznych, potrzebne są: rozwój infrastruktury służącej ofercie ekoturystycznej, wzmocnienie marketingu produktów lokalnych (do czasu uzyskania przez nie wyraźnych i trwałych efektów ekonomicznych) oraz zintegrowany system promocji.

W Dolinie Baryczy zdecydowano się wykorzystać metody marketingowe dla wykorzystaniu potencjału i promocji. Marka Doliny Baryczy stała się napędem rozwoju w zgodzie z naturą. Logo Doliny Baryczy nawiązuje do najistotniejszych jej cech: ptaków oraz bogactwa wody, lasów i drzew w krajobrazie. Z kolei nawiązujący do symbolu Q (jakości) znak „Dolina Baryczy Poleca” przyznawany jest lokalnym, komercyjnym produktom i usługom. Celem regionalnego systemu promocji jest sprzyjanie rozwojowi Doliny Baryczy w oparciu o niepowtarzalną przyrodę regionu, lokalną przedsiębiorczość, tradycję i kulturę. Dzięki funkcjonowaniu niezależnego systemu certyfikacji oraz precyzyjnym kryteriom oznakowanie produktu lub usługi znakiem „Dolina Baryczy Poleca” gwarantuje równocześnie wysoką, ponadprzeciętną jakość oraz świadczy o pozytywnym oddziaływaniu produktu lub usługi na środowisko naturalne.

Produkty ze znakiem „Dolina Baryczy Poleca” stały się już ozdobą imprez o zasięgu ponadlokalnym, takich jak chociażby Ekojarmark odbywający się cyklicznie przy wrocławskim rynku. Skutecznym pomysłem jest też organizowanie w regionie promujących produkt lokalny imprez, wzorowanych na niemieckich jarmarkach bożonarodzeniowych, pod znaną nazwą „Świąteczna kraina”. Świąteczność może być magnesem przyciągającym do odwiedzin – i to nie tylko za sprawą bożonarodzeniowych karpi, choinek i bombek z Doliny, czy też wielkanocnych jaj od wolnych kur z zielonych pastwisk. Dolinę i jej mieszkańców stać na więcej świąt – czego przykładem są organizowane od kilku lat Dni Karpia, będące miesięcznym cyklem imprez przyciągającym rzesze turystów. Pewnie wkrótce do tych świąt dołączą kolejne związane ze specyfiką i bogactwem regionu – tak by sezon świętowania rozciągnąć na cały rok. Tradycję tworzą bowiem ludzie.

Dla ludzi oprócz zysków finansowych czerpanych z natury istotne są też korzyści społeczne. Nie do przecenienia jest wzmocnienie wzajemnych więzi oraz świadomości wspólnego dziedzictwa oraz aktywizowanie społeczności lokalnej dla realizacji wspólnych celów rozwojowych. Bezcenna jest również duma z miejsca, w którym się żyje – to ona powstrzymać może od odpływu najbardziej wartościowych mieszkańców, a tych którzy już wyjechali choćby po wykształcenie nakłonić do powrotu. Opisany przykład Doliny Baryczy brzmi jak piękna historia z „happy endem”. Jest to jednak model rozwoju, który choć służy przykładem może i powinien być doskonały. Bo naturalnie warto.

Krzysztof Smolnicki

Fundacja Ekorozwoju FER

więcej informacji o Dolinie Baryczy na www.barycz.pl

Partnerskie działania w Dolinie Baryczy zainicjowały organizacje ekologiczne: Fundacja EkoRozwoju FER (dawniej Dolnośląska Fundacja Ekorozwoju) i Towarzystwo „pro Natura”. Obecnie w formule partnerstwa międzysektorowego działają na tym terenie Fundacja Doliny Baryczy oraz Lokalna Grupa Działania „Partnerstwo dla Doliny Baryczy” skupiająca 16 instytucji sektora publicznego, 25 organizacji społecznych, 23 podmioty gospodarcze oraz ponad 60 osób będących lokalnymi liderami.

Lokalna Grupa Działania Flaminia Cesano

Lokalna Grupa Działania Flaminia Cesano (Gruppo Azione Locale – GAL) z prowincji Pesaro e Urbino w regionie Marche w środkowych Włoszech jest formą partnerstwa publiczno-prywatnego powstałą w ramach Pilotażowego Programu LEADER+. Składa się z władz lokalnych, biznesu, NGOśów i jednostek naukowo-edukacyjnych: Comunità Montana del Catria e Cesano, Comunità Montana del Metauro, Cassa di Risparmio di Fabriano e Cupramontana, Banca Suasa – Credito Cooperativo, Federazione Provinciale Coltivatori Diretti, Confederazione italiana Agricoltori, Confederazione Produttori Agricoli – Copagri, Università degli Uomini Originari di Frontone, Associazione Pro loco Montefelcino, Associazione Pro loco Mondavio, Associazione Turistica Pro loco Montemaggiore al Metauro, Fattorie Marchigiane Consorzio Cooperativo a r.l., Consorzio Marche Verdi SCRL, Confesercenti Pesaro-Urbino, Consorzio Alta Marca Turismo i Consorzio Fuori Margine. GAL Flaminia Cesano prowadzi projekty promujące rozwój lokalny, ochronę bioróżnorodności, eko- i agroturystykę, produkt lokalny i zachowanie dziedzictwa kulturowego stanowiąc doskonały przykład współpracy różnych sektorów życia społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju na poziomie lokalnym. Liderem tej Lokalnej Grupy Działania jest Flaminia Cesano SRL.³²

Dane Istat (z 1971, 1981, 1991 i 2001 r.) i in. potwierdzają skuteczność działań GAL Flaminia Cesano, która wspaniale się rozwija w ostatnich latach i zyskuje sobie coraz większą przychylność mieszkańców.

GAL Flaminia Cesano powstała w celu zainicjowania modeli zrównoważonego rozwoju przy wykorzystaniu najlepszych fachowców od biznesu i spraw społecznych na tym obszarze. Wszędzie, gdzie to było możliwe, dążono do tworzenia sieci partnerskich, przeformulowywano granice administracyjne oraz sposób zarządzania tak, aby zapewnić możliwie najbardziej oszczędne i najbardziej efektywne zarządzanie zasobami i usługami. Spowodowało to powstanie nowych relacji między lokalną administracją i biznesem, który otrzymał wsparcie finansowe i merytoryczne biura informacyjnego Leaderimpresa, utworzonego dzięki GAL Flaminia Cesano. Wyłoniono 20 bardzo obiecujących firm i przeprowadzono 8 szkoleń dla sprzedawców oraz wolontariuszy. Przyznano 9 gruntów w dziedzinie rzemiosła artystycznego oraz tradycji zagrożonej wyginięciem. Teatrowi w Pergola udostępniono zasoby ważne dla jego funkcjonowania oraz wprowadzono zarządzanie siecią muzeów poprzez założenie spółdzielni zrzeszającej młodych ludzi.

Turystyka

Aby promować rozwój tego obszaru utworzono konsorcjum Altamarca Turismo. Skupia ono najlepszych usługodawców turystycznych z prowincji Pesaro e Urbino. Zapewniono środki na zarządzanie i realizację programu promocyjnego. Uzyskano dofinansowanie dla 51 firm na dostosowanie stanowisk pracy w celu zwiększenia bezpieczeństwa pracowników. Założono tymczasowe oddziały w poszczególnych gminach oraz prowadzono dwuletni program promocji poprzez media (prasę, kino, radio, telewizję oraz Internet, w tym Facebook). Przy współpracy z Centrum Usług Turystycznych regionu Marche zapoczątkowano projekt, którego celem jest stworzenie regionalnego systemu usług dostępnych poprzez wiele kanałów (obejmujących Internet, kioski, centra telefoniczne i sieci bezprzewodowe) i zarządzanie tym skomputeryzowanym systemem. Dzięki stałej dostępności tego systemu możliwe jest:

- ▶ dostarczanie informacji o regionalnej ofercie turystycznej w celu lepszej promocji turystyki;
- ▶ zapewnienie globalnego dostępu do rynku usług turystycznych dzięki informacjom dostępnym w czasie rzeczywistym;
- ▶ zwiększenie dostępu do przyrodniczej, historycznej, artystycznej i kulturalnej spuścizny regionu z wykorzystaniem wszystkich dostępnych środków;
- ▶ zorganizowanie nowoczesnych kanałów dystrybucji, mających pomóc uniknąć odizolowania, które spotkało Marche.

³² Flaminia Cesano SRL., V.le Martiri della Libertà, 33, 61045 Pergola (PU) Italia, www.galflaminiacesano.it, www.provincia.ps.it/gal.flaminiacesano

Działania te rozszerzono na resztę regionu Marche oraz na Toskanię, Umbrię, Lacjum i Abruzję, zapewniając w ten sposób ciągłość informacji o szlakach turystycznych i kulturalnych z wykorzystaniem tej samej bazy komputerowej oraz wspólnych wysiłków wspierania małych i średnich przedsiębiorstw. Konsekwentnie realizowany projekt obejmuje pięć regionów i istnieje możliwość uwzględniania kolejnych. Projekty, które udało się sfinansować to: zbudowanie centrów wystawowych oraz zorganizowanie targów i degustacji produktów kulinarnych. Utworzono również dwa główne centra badawcze: Medit Silva – zajmujące się badaniami i eksperymentalnymi projektami dotyczącymi lasów; Oikos Related – prowadzące badania związane ze zrównoważonym rozwojem. Oba centra mają fundusze na działalność na kilka lat. Powstała agencja na rzecz lokalnego rozwoju, aby kształtować poczucie przynależności do regionu oraz dążyć do odtworzenia lokalnego dziedzictwa. Powstało również centrum szkoleniowe, wraz z laboratoriami i sprzętem do sal wykładowych, które służy osobom zajmującym się wyrobem tradycyjnej ceramiki.

Dzięki GAL Flaminia Cesano turystyka stale się rozwija, nie tylko pod względem liczby przyjeżdżających gości, ale również jakości świadczonych usług. Zwiększa się oferta cateringowa, budowane są nowe kompleksy hotelowe, zajazdy, domy, schroniska, w których obsługa stoi na najwyższym poziomie nie tylko w regionie, ale również na tle kraju. Dzięki ofercie biwaków, schronisk, wiejskich domków i bungalowów do regionu trafiają również młodszy turyści. Pojawia się też nowy trend – turyści z zagranicy coraz bardziej wolą zróżnicowane formy zakwaterowania w miejsce konwencjonalnych hoteli. Dzieje się tak, ponieważ w tym regionie znajduje się wiele obszarów chronionych oraz ciekawych miejsc – pomników historycznych, kulturowych oraz przyrodniczych. Dzięki temu region może pomyślnie konkurować z innymi częściami kraju, przyciągając turystów i handel.

Przykładem firmy turystycznej współpracującej z GAL Flaminia Cesano jest Farmtraveller specjalizująca się w imprezach, kongresach i wycieczkach organizowanych pod zamówienia.

Energia

W działaniach promocyjnych GAL Flaminia Cesano skupiono się na środowisku i zasobach, dzięki czemu przyciągnięto większą liczbę turystów oraz zapewniono wyższą jakość życia tutejszej ludności. Przytoczone na początku dane potwierdzają, że niektóre ośrodki municypalne w tej okolicy mają lepsze wskaźniki niż średnia dla prowincji również jeśli chodzi o jakość powietrza (bardzo wysoką dla tego regionu). Wykorzystanie **energii odnawialnej** ma wielkie znaczenie dla tego regionu. 22 firmy, które generują energię fotowoltaiczną (o mocy mniejszej niż 50 kilowatów) produkują łącznie 106,8 kilowatów. Oprócz tego duża ilość hydroenergii jest generowana dzięki wykorzystaniu rzeki Metauro. Ten trend miał tendencję wzrostową w latach 2005-2007.

Zainicjowano też projekty, których celem jest oszczędzanie energii, dywersyfikacja źródeł jej pozyskiwania oraz modernizacja obecnie wykorzystywanych urządzeń energetycznych. Dzięki funduszom otrzymanym ze źródeł publicznych zapewniono sprzęt oraz wyposażenie do produkcji ciepła i/lub prądu z odnawialnych upraw rolnych i leśnych.

Wydajne zarządzanie energią oraz rozwój energii odnawialnych to bowiem kwestie, które znajdują silne wsparcie GAL Flaminia Cesano.

Dzięki temu zainicjowano działania mające na celu podnoszenie świadomości władz lokalnych i zdefiniowanie rozwiązań technicznych wraz z możliwymi wdrożeniami dotyczącymi zasad oszczędzania energii, pozyskiwania jej ze źródeł odnawialnych oraz jej wykorzystania przez sektor budowlany. Osiągnięto to poprzez:

- ▶ integrację rozwiązań dotyczących termoizolacji i nadzoru technicznego z tematem pozyskiwania energii odnawialnej oraz identyfikację możliwych działań praktycznych dotyczących ograniczenia zużycia energii przez przemysł budowlany;
- ▶ opracowanie przewodnika adresowanego do administracji publicznej, firm oraz obywateli zainteresowanych oszczędzaniem energii oraz pozyskiwaniem jej ze źródeł odnawialnych. W przewodniku znalazła się również sekcja z praktycznymi poradami dla osób, które zamierzają kupić lub remontować dom.

Zmodernizowano budynki, instalując rozwiązania dla pozyskiwania energii słonecznej, odpowiedniego zacienienia, ogrzewanie podłogowe i izolację termo-akustyczną. Zgodnie z zasadami przyjętymi przez GAL Flaminia Cesano połowa ciepłej wody w nowych budynkach musi być pozyskiwana ze źródeł odnawialnych (słonecznych lub geotermalnych) a w starych do 20%. Jednocześnie ustalono minimalne i maksymalne wartości temperatury w domach. Promowane są usługi oraz infrastruktura, które mają niewielki wpływ na środowisko, oraz w których stosuje się rozwiązania sprzyjające ochronie krajobrazu i ekosystemów.

Odpady

Najważniejszym celem w gospodarce odpadami komunalnymi jest zminimalizowanie ilości odpadów, których nie można poddać recyklingowi a które są składowane lub spalane, co wiąże się z uwalnianiem do środowiska substancji toksycznych. Poprzez recykling odpadów dąży się do odzyskiwania wszystkich materiałów, które można ponownie użyć, tak aby stały się źródłem bogactwa a nie zanieczyszczeń. Podejmowano następujące działania:

Przygotowywanie warunków do przechowywania materiałów uzyskanych ze zbiorów starego sprzętu poprzez utworzenie skomputeryzowanego systemu do określenia ilości i rodzaju materiałów dostarczonych przez obywateli i zmniejszenie części obciążeń podatkowych związanych z gospodarką odpadami (decyzją administracyjną zmniejszono opłaty za odbiór tych odpadów).

Utworzenie ilościowo-jakościowego systemu zarządzania sprzętem za pomocą kart identyfikacyjnych. System jest podłączony do gminnego rejestru i można w ten sposób łatwo uzyskać ulgę podatkową przy zwrocie zużytego sprzętu.

Zachęcanie obywateli do aktywnego angażowania się, zwłaszcza aktywne edukowanie rodzin (kobiet), młodzieży w szkołach oraz właścicieli sklepów i gospodarstw rolnych.

Rolnictwo

GAL Flaminia Cesano priorytetowo traktuje też usługi dla ludności, w których wykorzystuje się produkty pochodzące z rolnictwa oraz hodowli zwierząt metodami ekologicznymi. Aby to osiągnąć, współpracuje z firmą państwową oraz ze zrzeszonymi i niezrzeszonymi obywatelami. W celu ochrony środowiska naturalnego promowane są rozwiązania sprzyjające **zróżnicowanym uprawom rolnym**, jak i **zróżnicowaniu źródeł dochodu** w wsi. Jakość działalności rolniczej ma podstawowe znaczenie dla rejonu Flaminia Cesano, dla rozwijania nowych gałęzi produkcji rolnej, dla kulinarnej wartości produkcji rolnej, dla tutejszej agroturystyki i tworzenia pozytywnego wizerunku tego rejonu.



foto: archiwum GAL

Nowe trendy coraz bardziej wymuszają dbanie o środowisko, a rolnik musi się uczyć przekwalifikowania swojej działalności. Kiedyś uważano, że wszystko można osiągnąć działaniami rynkowymi. Jednak na określonych terenach wiejskich, takich jak Marche, konieczne jest wspólne dla wszystkich interesariuszy (rolników, konsumentów...) podejście do kwestii ziemi. System ten nazwano „Condominio Rurale” a związany z nim projekt: „Km 0” („zero kilometrów”). Działania te mają pomóc obniżyć ceny, zwiększyć dochody oraz sprawić, aby produkty były bezpieczniejsze dla konsumentów.

W rolnictwie coraz powszechniejsze staje się „skracać łańcucha”. Jednak pomijając fachowców, niewielu ludzi zdaje sobie z tego sprawę. Chodzi o umożliwienie rolnikom bezpośredniej sprzedaży do konsumentów, z pominięciem pośredników. Pomimo pozornej prostoty, ten nowy trend wiąże się z ważnymi następstwami. Sprzedaż produktów wymaga od rolników posiadania odpowiednich pomieszczeń oraz – przede wszystkim – biznesowego podejścia i aktywnej postawy ze strony tych, którzy do tej pory byli tylko producentami surowców. Skrócenie łańcucha dostaw jest możliwe dzięki wspólnym celom przyświecającym producentom i konsumentom. Mają one szansę zaistnieć dzięki nowym formom spotkań i kontaktów między tymi dwoma grupami a pogłębiają się właśnie wskutek zaistniałej już sprzedaży bezpośredniej. Mamy tu do czynienia z dwoma punktami widzenia: rolnika i konsumenta.

Rolnik:

- ▶ Dostrzega o wiele większe możliwości promocji na danym obszarze oraz uzyskania zaufania konsumenta.
- ▶ Uzyskuje stabilność finansową i wpływ na rynek lokalny oraz niezależność od pułapek związanych z globalizacją.
- ▶ Ma mniej problemów związanych z okresowym brakiem pracy.
- ▶ Konsument:
- ▶ Otrzymuje tańsze produkty dzięki wyeliminowaniu pośredników zajmujących się dystrybucją.
- ▶ Łatwiej może zidentyfikować pochodzenie produktu.
- ▶ Nawiązuje bliskie relacje z wytwórcą oraz może docenić jakość produktów.
- ▶ Uczestniczy w działalności rolnika, nawet jeśli jest to ograniczone tylko do sfery emocjonalnej związanej z konsumowanymi produktami.

To wszystko możliwe jest dzięki promowanym przez prowincję publikacjom, ulotkom i filmom informującym o jakości żywności, metodach uprawy i lokalnych tradycjach. Materiały te tworzone są, aby chronić i rozwijać obszary wiejskie, przyczyniać się też do oszczędzania zasobów środowiska naturalnego (gleby, wody, powietrza), ochrony fauny, flory i krajobrazu. Dodatkowym efektem jest ograniczanie emisji CO₂ do atmosfery dzięki nowym formom produkcji i promocji lokalnych produktów ekologicznych, takim jak „Km 0”, bazującym na skracaniu łańcucha dostawców.

„Condominio Rurale” obejmuje wszelkie aspekty działań na obszarach wiejskich, tak więc uwzględnia wszystkie gospodarstwa rolne i działania związane z rolnictwem, zarządzaniem lasami oraz z energią odnawialną pozyskiwaną przez rolników lub leśników. W przypadku żywności i rolnictwa (podobnie jak w przypadku energii) bierze się pod uwagę opinie zarówno ekspertów oraz zwykłych rolników. Innymi słowy, głos ma każdy potencjalny partner, który jest związany z ochroną krajobrazu oraz z zarządzaniem nim i z rekultywacją terenu.

Bardzo ważna była tu też lokalna inicjatywa animacyjna, dzięki której wybrano potencjalnych, chętnych do zaangażowania się beneficjentów ostatecznych. W ten sposób obszar działania GAL Flaminia Cesano stał się elementem dziedzictwa kulturowego. Dodatkowo turystyka sprawia, że rejon rozwija się pod względem ekonomicznym. Względnie duża liczba winnic oraz starannie wyselekcjonowanych gajów oliwnych przyczyniła się do napływu nowych turystów. Początkowo była to działalność niszowa, ale obecnie rozwija się bardzo szybko i bazuje na wiedzy lokalnych rolników o swoich produktach. Można już mówić o pewnej charakterystyce tego regionu i jego specjalizacji, która upowszechnia się na tym obszarze i doprowadziła do:

- ▶ Przyznania certyfikatu „Chroniona nazwa pochodzenia” dla wina „Rosso di Pergola” oraz dla oliwy Cartoceto produkowanych przez firmy Bianchello Metauro, Fiorini, Solazzi, Guerrieri itp. Dzięki zwiększonym inwestycjom zdobywają one pożądane nagrody na szczeblu krajowym i międzynarodowym oraz są wymieniane w najważniejszych publikacjach i przewodnikach tej branży.
- ▶ Wprowadzenia do oferty czarnych trufli, uprawianych na rozległych obszarach tutejszych gór.
- ▶ Wprowadzenia do oferty białych trufli bianchetto, które przyciągają tu konsumentów nie tylko z Włoch, ale również z innych krajów (z Niemiec, Anglii, Holandii itp.).

Współpraca

Wykorzystując możliwości rywalizacji i współpracy regionów państw członkowskich UE, GAL Flaminia Cesano nawiązała kontakty z regionami zagranicznymi, które wdrażają strategie zmierzające do ponownego docenienia wiejskich krajobrazów. W związku z tym przeprowadzono spotkania i seminaria poświęcone zasobom danego regionu oraz wspólne szkolenia nowych pokoleń profesjonalistów.

GAL Flaminia Cesano, wraz czterema innymi grupami, wzięła udział w międzynarodowym projekcie GEOART, w którym wykorzystano prezentacje wideo, filmy umieszczone w Internecie oraz materiały promocyjne i reklamowe. Udział w organizowaniu targów i szkoleń doprowadził do zwiększonego marketingu produktów turystycznych oraz współpracy międzynarodowej z wykorzystaniem sieci pośredników na szczeblu lokalnym, krajowym i międzynarodowym, korzystania z nowych technologii, koordynacji serwisów internetowych oraz wzajemnego linkowania z innymi portalami o tematyce turystycznej. Celem projektu było:

- ▶ przeprowadzenie badań nad dawnymi metodami uprawy roli, prowadzenia gastronomii i organizowania tradycyjnych festiwali w regionie. Na podstawie ankiet sprawdzono wiedzę mieszkańców na tematy związane z gastronomią, tradycyjnymi uprawami i wsią;
- ▶ dotarcie do uniwersalnego źródła kultury, która jest wspólną własnością i jest postrzegana przez wszystkich jako unikalne dziedzictwo i wspólna tożsamość.

Z przeprowadzonej analizy codziennego wiejskiego życia w przeszłości na obszarach działania GAL Flaminia Cesano wyłoniła się szeroka historyczna i antropologiczna refleksja, która umożliwiła zidentyfikowanie cech charakterystycznych tego obszaru, dawnych produktów tej ziemi (kiedyś utraconych, a teraz uważanych za typowe), tradycyjnych przepisów, które zanikały, ale jednak przetrwały oraz typowych świąt i festiwali nadal bardzo uroczyste obchodzonych.

Lokalny system informacji turystycznej promuje wiedzę na temat stopni bazując na ziemi i jej zasobach: zamkach, kościołach, opactwach, pałacach i wioskach – terenach, które zawierają ślady starożytnych cywilizacji. Ważnym składnikiem jest tu sieć uznawanych w całym kraju muzeów będących kluczem do pełnego poznania historii, kultury oraz tradycji całego regionu.

Giulia Paolucci

farmtraveller.com

tłum. Zbigniew Szalbot, opr. AŻ

foto: archiwum GAL

Podlaska Stacja Przyrodnicza „Narew”

Centrum i Klaster Zielonych Technologii

Projekt „Centrum Zielonych Technologii” uczy wykorzystania walorów przyrodniczych w taki sposób, aby stały się one szansą na rozwój gospodarstw rolnych oraz małych i średnich przedsiębiorstw. Udział w projekcie daje rolnikom i firmom możliwość zmiany bądź rozszerzenia profilu dotychczasowej działalności. Projekt jest realizowany od 2004 roku przez Podlaską Stację Przyrodniczą „Narew” w ramach partnerstwa z kilkoma krajowymi i zagranicznymi instytucjami o podobnych zainteresowaniach i profilach działalności. Projekt „Centrum Zielonych Technologii” objęty został Honorowym Patronatem Marszałka Województwa Podlaskiego, a rozwiązania wypracowane w jego ramach zostały nagrodzone Srebrnym Medalem Międzynarodowej Wystawy Wynalazków IWIS 2008 w Warszawie.

Przedsięwzięcie to, w którym do tej pory wzięło udział blisko 3,5 tysiąca osób, jest systemem praktycznych i teoretycznych szkoleń dla osób z terenów wiejskich w 6 obszarach tematycznych:

- ▶ budowa przydomowych oczyszczalni ścieków,
- ▶ gospodarka odpadami opakowaniowymi,
- ▶ wykorzystywanie tradycyjnych technologii budowlanych oraz tradycyjnych pokryć dachowych,
- ▶ ekoturystyka, w tym tworzenie i wdrażanie markowych usług i produktów ekoturystycznych,
- ▶ dostosowanie starych technologii i receptur produktów regionalnych i tradycyjnych do systemów jakości i wymogów UE,
- ▶ wykorzystania odnawialnych źródeł energii ze szczególnym uwzględnieniem energii biomasy.

Długofalowym celem Projektu jest wsparcie zdolności przystosowawczych rolników oraz pracowników firm funkcjonujących na obszarach podlegających szczególnej ochronie przyrody w zakresie stosowania nowych rozwiązań i technologii opartych na zasadach zrównoważonego rozwoju. Projekt realizowany jest przede wszystkim na terenie województwa podlaskiego, będącego od wielu lat częścią tzw. Zielonych Płuc Polski. Tak więc jedną z możliwości pozwalających na utrzymanie się oraz rozwój firm i gospodarstw jest prowadzenie działalności gospodarczej bazującej na bogatych walorach przyrodniczych tego województwa.

Główne rezultaty projektu to: wypracowane i przetestowane modele szkoleniowo-dydaktyczne oraz utworzenie pierwszego w kraju ośrodka rozwoju kompetencji „Centrum Zielonych Technologii”, będącego instytucją szkoleniowo-doradczą w zakresie tzw. „zielonych technologii” i „zielonych miejsc pracy”. Standaryzowane modele stanowią bardzo dobry materiał szkoleniowy, wykorzystywany przez instytucje szkoleniowe, szkoły zawodowe i średnie oraz techniczne uczelnie wyższe. Działalność ośrodka umożliwi zainteresowanym dostęp do innowacyjnych i przyszłościowych technologii. Ośrodek będzie stanowił centrum edukacji w zakresie nowych rozwiązań związanych z ochroną środowiska. Powstały przy tym system informacji umożliwi szybki przepływ wiedzy o technologiach, producentach i usługach opierających się o powszechnie dostępne, odnawialne źródła surowców lub służących ochronie środowiska. W ramach projektu zaproponowano innowacyjne, proekologiczne rozwiązania, które pokazują, że ochrona przyrody wcale nie musi być ograniczeniem rozwoju gospodarczego, a przeciwnie, daje możliwości zarobkowania i podnoszenia jakości życia.

1. Przydomowe oczyszczalnie ścieków

W szkoleniach z zakresu przydomowych oczyszczalni ścieków uczestniczą pracownicy i właściciele małych lub średnich przedsiębiorstw oraz rolnicy z terenu województwa podlaskiego. Na zajęciach teoretycznych omawiane są następujące zagadnienia:

- ▶ Najczęściej stosowane systemy oczyszczania ścieków (schematy konstrukcyjne osadników, elementy dodatkowe wyposażenia oczyszczalni, systemy oczyszczania ścieków, analiza skuteczności działania

poszczególnych typów oczyszczalni ścieków, przedstawienie najbardziej interesujących wyników badań statystycznych, związanych z oczyszczalniami ścieków.

- ▶ Aspekty ekonomiczne (analiza ekonomiczna budowy i użytkowania różnych typów oczyszczalni przydomowych, m.in. w porównaniu do funkcjonowania tradycyjnego osadnika, źródła finansowania inwestycji związanych z budową oczyszczalni ścieków dla jednostek samorządu terytorialnego, firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, rolników.
- ▶ Przedstawienie oczyszczalni roślinno-korzeniowych (biofilnych) z uwzględnieniem obiektów już funkcjonujących w województwie podlaskim.
- ▶ Zagadnienia formalno-prawne związane z budową przydomowych oczyszczalni ścieków (np. Prawo wodne, Prawo budowlane).

Praktyczna część warsztatów odbywa się w terenie i polega na wykonaniu przydomowej oczyszczalni ścieków.

2. Gospodarka odpadami opakowaniowymi

Na warsztatach z zakresu gospodarki odpadami opakowaniowymi prowadzone są następujące działania:

- ▶ Opracowanie projektów technicznych modułowych pojemników do gromadzenia odpadów opakowaniowych, ich wykonanie oraz dostosowanie worków polipropylenowych tkanych do potrzeb systemu gromadzenia odpadów opakowaniowych.
- ▶ Zajęcia praktyczne, podczas których beneficjenci uczestniczą w pięciu jednodniowych zajęciach na terenie własnej gminy oraz w trzech zajęciach terenowych – łącznie daje to 28 dni.

Dodatkowo na zajęciach odbywa się prezentacja modelu gospodarki odpadami na terenach wiejskich (dla mieszkańców poszczególnych wsi lub gmin) ze wskazaniem możliwości prowadzenia działalności gospodarczej w oparciu o gromadzenie i unieszkodliwianie odpadów.

3. Tradycyjne budownictwo

Budownictwo drewniane jest cenione zwłaszcza na Zachodzie, a w ciągu ostatnich lat staje się coraz bardziej popularne w Polsce. Chcąc wykorzystać rosnącą w tej dziedzinie koniunkturę dla rozwoju przedsiębiorczości połączyliśmy model wsparcia jednostek sektora MSP z procesem rewitalizacji budownictwa jednorodzinnego.

W ramach tematu wznoszenia i zdobienia budynków w technologii tradycyjnej opracowano:

- ▶ Dokumentację fotograficzną różnych przykładów budownictwa drewnianego na terenie Podlasia.
- ▶ Katalog zdobień budynków drewnianych.
- ▶ Wzorniki zdobień wraz z projektem technicznym elementów ozdobnych budownictwa.

Na warsztatach ze wznoszenia i zdobienia budynków omawiane są następujące działania:

- ▶ Ogólne przepisy wynikające z Prawa Budowlanego.
- ▶ Zasady BHP obowiązujące w trakcie prac budowlanych.
- ▶ Obsługa i użytkowanie narzędzi ręcznych i elektronarzędzi.
- ▶ Podstawowe narzędzia używane do prac ciesielskich.
- ▶ Przygotowanie placu budowy.
- ▶ Zasady bezpiecznej budowy i eksploatacji rusztowań.
- ▶ Prawidłowe składowanie drewna na placu budowy.
- ▶ Wytaczanie budynku zgodnie z projektem technicznym.
- ▶ Zakładanie podwalin i mocowanie do fundamentów.
- ▶ Wymiarowanie i trasowanie elementów drewnianych.
- ▶ Łączenie elementów i wykonywanie łączeń ciesielskich.

- ▶ Wykonywanie konstrukcji zrębowej budynku.
- ▶ Wykonywanie i stawianie krokwi.
- ▶ Zabezpieczenie stanu surowego budynku.
- ▶ Zagospodarowanie terenów zielonych.
- ▶ Zasady zakładania ocieplenia na budynkach drewnianych.
- ▶ Przygotowanie budynku do ocieplenia.
- ▶ Typy szalówki drewnianej i zasady jej montażu.
- ▶ Zabezpieczenie szalówki przed wpływami atmosferycznymi.
- ▶ Zasady BHP stosowania chemicznych środków ochronnych.
- ▶ Tradycyjne zdobienia w budownictwie drewnianym.
- ▶ Przygotowanie szablonów do zdobienia.
- ▶ Wykonywanie elementów zdobniczych.
- ▶ Mocowanie i zabezpieczanie zdobień.
- ▶ Podstawy przedsiębiorczości.



foto: PSP NAREW

Na warsztatach z pokryć dachowych omawiane są następujące działania:

- ▶ Rodzaje „naturalnych” pokryć dachowych i możliwości ich stosowania.
- ▶ Rodzaje dachów i więźby dachowej.
- ▶ Przygotowanie połączeń dachowej do krycia wiórem osikowym.
- ▶ Technologia krycia wiórem osikowym, słomą i trziną.
- ▶ Zasady prawidłowej wentylacji pokryć z materiałów naturalnych.
- ▶ Zasady wykonywania prac wykończeniowych.
- ▶ Rodzaje zabezpieczeń ogniochronnych.

4. Ekoturystyka

Ekoturystyka to powrót do tradycji podróżowania polegającego na aktywnym i dogłębnym zwiedzaniu miejsc przyrodniczo i kulturowo cennych. To aktywne odkrywanie uroków nieskażonej i dzikiej przyrody oraz lokalnej kultury, pod warunkiem, że osoba uczestnicząca w podróży nie ingeruje w naturalne ekosystemy i wyraża szacunek dla otaczającej ją przyrody i kultury miejscowej ludności.

W warsztatach z zakresu rozwoju ekoturystyki na obszarach wiejskich i cennych przyrodniczo uczestniczyły osoby będące dostawcami usług turystycznych z obszarów wiejskich i przyrodniczo cennych. W ramach teoretyczno-praktycznych warsztatów porusza się następujące zagadnienia:

- ▶ Szanse i bariery rozwoju ekoturystyki.
- ▶ Budowa oferty i efektywna sprzedaż usług ekoturystycznych.
- ▶ Zagadnienia finansowo-księgowe dotyczące współpracy w turystyce.
- ▶ Budowa wizerunku i promocja usług ekoturystycznych.
- ▶ Obsługa klienta w ekoturystyce.
- ▶ Fundusze UE dla przedsięwzięć inwestycyjnych i promocyjnych w ekoturystyce w nowym okresie programowania 2007-2013.
- ▶ Ochrona środowiska w ekoturystyce.
- ▶ Kierunki podnoszenia kwalifikacji w ekoturystyce.
- ▶ Przykłady organizacji i realizacji imprez ekoturystycznych.

Warsztaty terenowe odbywają się m.in. w Europejskiej Wsi Bocianie w Pentowie, która stanowi część Podlaskiego Szlaku Bocianiego, będącego przykładem markowego produktu ekoturystycznego.

5. Produkt regionalny

W warsztatach z zakresu dostosowania starych technologii i receptur produktów regionalnych i tradycyjnych do systemów jakości i wymogów UE przeważnie biorą udział pracownicy i właściciele małych firm oraz rolnicy z nimi współpracujący. Podczas warsztatów porusza się:

- ▶ Zagadnienia prawne (przepisy prawne w zakresie rejestracji produktów w systemie krajowym i europejskim, zasady przygotowywania wniosku o zarejestrowanie produktów tradycyjnych i regionalnych, przepisy prawne dotyczące produkcji i wprowadzania żywności do obrotu, zasady funkcjonowania i rejestrowania przedsiębiorstw, zasady ubezpieczeń społecznych).
- ▶ Zagadnienia techniczne: założenia Dobrej Praktyki Produkcyjnej (GMP), założenia Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP), zasady i sposoby interpretacji systemu HACCP, obszary stosowania oraz etapy wdrażania systemu HACCP, organizacja zakładów produkujących w sposób tradycyjny (wyjazd studyjny).
- ▶ Zagadnienia ekonomiczne: szacowanie rynku, budowa planu finansowego i ocena efektywności przedsięwzięcia, źródła finansowania inwestycji związanych z wdrażaniem produktów tradycyjnych i regionalnych, zasady dofinansowania uczestnictwa w systemach żywności wysokiej jakości.

Dużym ułatwieniem w realizacji szkoleń jest utworzona baza produktów tradycyjnych, która przyczynia się również do zachowania i promocji unikatowego dziedzictwa kulinarnego regionu.

6. Odnawialne źródła energii

W ramach tego tematu przeprowadza się następujące działania teoretyczno-praktyczne:

- ▶ Techniki uprawy i produkcji biomasy z wierzby energetycznej (warsztaty polegają na doskonaleniu techniki zakładania oraz pielęgnacji plantacji wierzby energetycznej).
- ▶ Technologie przetwarzania biomasy (przedstawia się sposoby przetwarzania biomasy do form brykietu i peletu jak również możliwości finansowania takich przedsięwzięć).
- ▶ Przetwórcy biomasy i producenci energii ze źródeł odnawialnych w Polsce (warsztaty odbywają się w formie wyjazdu studyjnego do miejsc uprawy roślin energetycznych, przetwarzania biomasy oraz produkcji energii ze źródeł odnawialnych).
- ▶ Wykorzystanie odnawialnych źródeł energii w Polsce – warsztaty studyjne (jest to wyjazd studyjny do miejsc produkcji energii ze źródeł odnawialnych. Odwiedza się m.in. elektrownię wodną, największą w Polsce biogazownię i instytut hodowli i aklimatyzacji roślin).
- ▶ Produkcja materiału nasadzeniowego i zbiór biomasy z plantacji energetycznych (warsztaty obejmują pokaz przygotowania sadzonek wierzby energetycznej oraz pokaz zbiorów biomasy, połączony z jej przetwarzaniem do formy zrębka drzewnego).
- ▶ Odnawialne źródła energii i możliwości ich wykorzystania (warsztaty dotyczą możliwości wykorzystania odnawialnych źródeł energii – słońca, wiatru, wody, biomasy oraz energii geotermicznej).

Ukoronowaniem projektu „Centrum Zielonych Technologii” było podpisanie porozumienia powołującego Klaster Zielonych Technologii skupiający 42 instytucje zainteresowane współpracą w dziedzinie „zielonych technologii” i „zielonych miejsc pracy”. 21 z nich to osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą, 8 – stowarzyszenia, 2 – sp. z o.o., 2 – s.c., 1 – s.j., 2 – j.s.t., 1 – szkoły, 5 – bez formy prawnej. Podział na branże przedstawia się następująco: 13 – budownictwo, 8 – ochrona środowiska, 9 – turystyka, 5 – OZE, 2 – administracja, 1 – edukacja szkolna, 3 – produkty regionalne, 1 – ogrodnictwo. Wśród nich wymienić można:

1. Stowarzyszenie „Człowiek i Przyroda”
2. P.P.U.H. Wielobranżowe „Carex” Urszula Gogol
3. MacEko Magdalena Moczydłowska
4. Kompleks Turystyczny „U Jawora” s.c.
5. EkoExpert Doradztwo Ekologiczne i Gospodarcze Stanisław Paniczo
6. Ośrodek Rehabilitacji Zwierząt Chronionych
7. Stowarzyszenie Miłośników Suwalskiego Parku Krajobrazowego „Kraina Hańczy”

8. Zarząd Powiatu w Suwałkach
9. LGD „Nasza Suwalszczyzna”
10. Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku
11. Instytut Zrównoważonego Rozwoju sp. z o.o.
12. Ekoton s.c.
13. Bio-Wat sp. z o. o.
14. Stowarzyszenie „Narwiańskie Przysmaki”
15. Urząd Gminy Przeróża
16. Stowarzyszenie „Green Wey”
17. Wigierskie Stowarzyszenie Turystyczne
18. „Ekar” – Zakład Produkcyjno-Handlowo-Uslugowy, Eugeniusz Karbowski
19. „Best Heating” Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe, Edward Sobiński
20. 2M Recycling – Marek Mnich
21. Ekoprom, Michał Hawryłyszyn
22. „AlexDan” Przedsiębiorstwo Budownictwa Ekologicznego, Aleksandr Daniłowicz

Współpraca pomiędzy nimi polega na wspólnym pisaniu wniosków o dotację i realizacji projektów, których liderem jest PSP NAREW.



foto: PSP NAREW

Dariusz Ochrymiuk

Koordynator Projektu

foto: PSP NAREW

Podlaska Stacja Przyrodnicza „Narew” jest organizacją pozarządową zajmująca się ochroną środowiska naturalnego. Powstała w Białymstoku z inicjatywy osób związanych z ochroną środowiska naturalnego.

PSP „Narew” prowadzi działania na rzecz ochrony przyrody, a także rozwoju obszarów wiejskich. Działania na obszarach wiejskich polegają na organizowaniu i wspieraniu:

- ▶ małej przedsiębiorczości opartej na zasadach zrównoważonego rozwoju, „zielonych miejscach pracy” oraz „zielonych technologiach”,
- ▶ infrastruktury turystycznej gospodarstw wiejskich położonych na obszarach cennych przyrodniczo, często parków narodowych i krajobrazowych,
- ▶ edukacji przyrodniczej i szkoleń zawodowych,
- ▶ akcji informacyjnych i promocyjnych wspierających wytwarzanie i sprzedaż produktów lokalnych i regionalnych.

Jest administratorem Centrum Zielonych Technologii, realizowanego przy udziale środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL (partnerstwo 8 instytucji: Podlaska Stacja Przyrodnicza „Narew”, Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Instytut Zrównoważonego Rozwoju sp. z o.o., Wyższa Szkoła Agrobiznesu w Łomży, Ekoton s.c., Bio-Wat Sp. z o.o., Biuro Inicjatyw Rozwojowych, Forum Inicjatyw Rozwojowych). Celem Centrum jest usprawnienie gospodarki w oparciu o zasadę zrównoważonego rozwoju, „zielone miejsca pracy” oraz „zielone technologie”. Będąc szerokim partnerstwem NGOś, sektora publicznego, biznesu i instytucji naukowych stanowi inspirujący, polski przykład i wzór do naśladowania dla „Zielonej Inicjatywy Gospodarczej” w Krakowie.

Podlaska Stacja Przyrodnicza „Narew”
ul. Legionowa 28/302, 15-281 Białystok
biuro@pspnarew.org.pl, www.zielonetehnologie.pl

Fenomen Miast Sprawiedliwego Handlu

W kwietniu 2000 r. angielskie miasteczko Garstang jako pierwsze na świecie zyskuje status Miasta Sprawiedliwego Handlu. Dziesięć lat później miast i miejscowości chlubiących się tym tytułem jest już 750. Może nie byłoby w tym nic niezwykłego, gdyby nie fakt, że takie miasta nie są efektem strategicznego działania jakiejś międzynarodowej korporacji, ale oddolnego ruchu konsumentów, którzy chcą zmieniać świat i swoje otoczenie na lepsze. Jak to możliwe, że ta inicjatywa zdobywa tylu wolontariuszy i zwolenników? Spróbujmy odpowiedzieć na to pytanie, najpierw rozważając, czym jest Sprawiedliwy Handel.

Dlaczego sprawiedliwy i dlaczego handel?

Wraz z otwarciem Polski na Zachód i przyjęciem systemu gospodarki wolnorynkowej również w naszym kraju szybko uwidatniły się zalety i wady globalizacji. Po początkowej fascynacji hasłami w stylu „zawodowego zbijania cen” świadomi konsumenci zaczynają dostrzegać, że niskie ceny – choć korzystne dla portfela kupującego – są nie tyle efektem dobrej woli sprzedawców, co raczej skutkiem niszczenia środowiska, łamania praw pracowników, wykorzystywania słabej pozycji drobnych rolników i wytwórców. Takich drobnych wytwórców są na świecie miliony – szacuje się, że ponad dwa miliardy osób żyje za równowartość ok. 2 dolarów dziennie. Znaczna część tych osób mieszka w tzw. krajach Globalnego Południa, w Afryce, Ameryce Łacińskiej i Azji. Zwolennicy ekonomicznego poglądu o „niewidzialnej ręce wolnego rynku” powiedzą, że to cena, którą należy zapłacić za postęp i rozwój, a biedne społeczeństwa z czasem również się wzbogacą i uszczkną kawałek tortu dla siebie. Trudno jednak nie zauważyć, że system światowego handlu utrzymuje wiele osób w ubóstwie po to, aby względnie zamożni konsumenci na Zachodzie podczas zakupów mogli oszczędzić kilka groszy.

W odpowiedzi na coraz trudniejszą sytuację najbiedniejszych ludzi na świecie narodził się ruch Sprawiedliwego Handlu (ang. Fair Trade). Sprawiedliwy Handel to zorganizowany ruch społeczny, który wykorzystuje podejście rynkowe w celu poprawy sytuacji mieszkańców krajów rozwijających się oraz promowania idei zrównoważonego rozwoju. Sprawiedliwy Handel nie jest kolejną akcją dobroczynną, ale modelem wymiany handlowej, w którym dąży się do zapewnienia najbiedniejszym ludziom godziwej płacy za ich pracę – to próba eliminowania ubóstwa poprzez uczciwe wynagradzanie za pracę, a nie przez oferowanie zapomóg.

Sprawiedliwy Handel umożliwia skrócenie dystansu między producentem a kupującym przez zwrócenie uwagi na fakt, że w wymianie handlowej najważniejsi powinni być ludzie. Najubożsi rolnicy są najczęściej zdani na łaskę dużych korporacji, które dyktują ceny skupu. Problemem jest nie tylko cena, która często nie pokrywa nawet kosztów produkcji, ale również oszukiwanie słabo wykształconych ludzi, nieterminowe płatności, jak również mało efektywne metody upraw i produkcji.

Oficjalna definicja Sprawiedliwego Handlu wg FINE*:

Sprawiedliwy Handel to partnerstwo w handlu oparte na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, oferując lepsze warunki handlowe i broniąc praw marginalizowanych producentów i pracowników Globalnego Południa. Organizacje Sprawiedliwego Handlu, przy wsparciu konsumentów, angażują się aktywnie we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości w społeczeństwie i prowadzenie kampanii na rzecz zmian w regułach i praktykach na konwencjonalnym rynku międzynarodowym. Produkcja i sprzedaż towarów Sprawiedliwego Handlu odbywa się zgodnie z tymi zasadami. Tam, gdzie to możliwe, są one weryfikowane przez niezależne i godne zaufania systemy.

*) FINE akronim utworzony z pierwszych liter organizacji FLO, IFAT, NEWS i EFTA.

Do najważniejszych zasad Sprawiedliwego Handlu należą:

- ▶ uczciwa cena, która pozwala producentom związać koniec z końcem;
- ▶ gwarancja ceny minimalnej, dzięki której rolnicy zyskują margines bezpieczeństwa, który często stanowi o ich być albo nie być;
- ▶ zakaz niewolniczej pracy dzieci (nadal ogromny problem na plantacjach kakao w Afryce);
- ▶ premia Fairtrade, która przeznaczana jest na projekty, z których korzysta cała społeczność (np. budowa studni, szkoły itp.) oraz na szkolenia mające na celu podnoszenie efektywności pracy.

Od Sprawiedliwego Handlu do Sprawiedliwych Miast

Wraz z popularyzacją idei Sprawiedliwego Handlu, która nabrała szczególnego przyspieszenia w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia, powstał pomysł honorowania miejsc, szczególnie zaangażowanych w promocję idei i produktów Fair Trade. W ten sposób rozwinęła się koncepcja Miast Sprawiedliwego Handlu (ang. *Fairtrade Towns*). Sama nazwa jest nieco myląca, ponieważ może sugerować, że chodzi wyłącznie o duże aglomeracje. W rzeczywistości małe miejscowości, wioski, a także dzielnice większych miast również mogą się ubiegać o ten tytuł. Miasto Sprawiedliwego Handlu to dowolna społeczność, która:

- ▶ wspiera Sprawiedliwy Handel i poszerza swoją wiedzę na temat korzyści związanych z tą oddolną inicjatywą konsumencką,
- ▶ podejmuje praktyczne działania poprzez kupowanie produktów Sprawiedliwego Handlu oraz zachęca innych do tego samego,
- ▶ realizuje pięć celów Miast Sprawiedliwego Handlu (o których mowa w dalszej części tego artykułu).

Koncepcja Miast Sprawiedliwego Handlu to jednak coś więcej, niż tylko zapewnienie rynku zbytu dla produktów wytwarzanych z poszanowaniem ludzkiej pracy. Bruce Crowther, pracownik brytyjskiej Fairtrade Foundation³³ oraz osoba, dzięki której Garstang (około 5-tysięczne miasteczko położone w północno-zachodniej Anglii) otrzymało w kwietniu 2000 roku tytuł pierwszego Miasta Sprawiedliwego Handlu, mówi:

„Siłą Miast Sprawiedliwego Handlu jest *aktywizowanie lokalnych społeczności*. Nie chodzi o pozyskanie samej rady miasta lub samych kościołów, szkół lub firm – chodzi o *wspólną aktywność tych wszystkich grup*. Miasta Sprawiedliwego Handlu mobilizują ludzi do wspólnego działania oraz pomagają im zamysłować sobie, w jaki sposób ich wysiłki zmieniają życie ludzi oddalonych o tysiące kilometrów stąd”.

Przykład Garstang zainspirował setki społeczności na całym świecie. Obecnie Miasta Sprawiedliwego Handlu znajdują się m.in. w Kanadzie, Stanach Zjednoczonych, Francji, Hiszpanii a nawet w Brazylii! W samej tylko Wielkiej Brytanii takich miejscowości jest 450, a ogółem na świecie – 750!

Koncepcja miast Sprawiedliwego Handlu zyskuje tak dużą popularność, ponieważ daje każdemu – uczniom, konsumentom, ludziom wierzącym i niewierzącym, biznesmenom, urzędnikom administracji – szansę uczestnictwa w projekcie aktywizowania lokalnych społeczności i zmieniania świata na lepsze.

Korzyści dla lokalnych społeczności:

- ▶ Kampania na rzecz miast Sprawiedliwego Handlu integruje i aktywizuje lokalne społeczności, umożliwiając ludziom, którzy na co dzień nie mają ze sobą wiele wspólnego, realizację wspólnego celu.
- ▶ Otrzymanie tytułu Miasta Sprawiedliwego Handlu zwiększa dumę obywateli ze swego miasta oraz tworzy okazję do wspólnego świętowania sukcesu.
- ▶ Kampania może również wpłynąć na inne problemy społeczności. We wspomnianym Garstang okoliczni rolnicy zaprotestowali, że ich produkty też nie są skupowane na uczciwych zasadach, więc promocja lokalnych producentów została tu zintegrowana z promocją produktów Sprawiedliwego Handlu. W ten sposób zwrócono uwagę na sprawiedliwość społeczną w wymiarze globalnym³⁴.



(c) Fairtradetowns.org

³³ Fairtrade Foundation – www.fairtrade.org.uk

³⁴ www.garstangfairtrade.org.uk/uk-farmers

Korzyści dla władz:

- ▶ Promowanie idei (Miast) Sprawiedliwego Handlu to prosty krok w kierunku bardziej zrównoważonego rozwoju.
- ▶ Wspieranie inicjatyw obywatelskich przyczynia się do kształtowania społeczeństwa obywatelskiego. Rada miasta może zwiększyć efektywność wysiłków wolontariuszy i organizacji pozarządowych poprzez koordynację i wspieranie ich działań.
- ▶ Kampania Miast Sprawiedliwego Handlu stanowi dla władz lokalnych szansę nawiązania prawdziwej współpracy z wieloma różnymi organizacjami i przedstawicielami lokalnych społeczności, co umożliwia otwarcie nowych kanałów komunikacji.
- ▶ Status Miasta Sprawiedliwego Handlu jest dobrą promocją miasta i sposobem na przyciągnięcie dodatkowych turystów.
- ▶ Status Miasta Sprawiedliwego Handlu ułatwia współpracę partnerską z innymi miastami w Europie, a ponadto może stanowić dodatkowy atut w ubieganiu się o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury (o otrzymanie tego tytułu w 2016 roku walczył m.in. Łódź, Poznań, Toruń i Gdańsk).

Korzyści dla biznesu:

- ▶ Sklepy i kawiarnie oferujące produkty Sprawiedliwego Handlu mogą liczyć na zainteresowanie mediów i na promocję ze strony miasta oraz lokalnych organizacji Sprawiedliwego Handlu.

Kryteria przyznawana statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu

Pomimo tego, że liczba Sprawiedliwych Miast na świecie zbliża się do tysiąca, nie istnieje żadna międzynarodowa organizacja, która zarządza procesem przyznawania takiego statusu. Zdarza się, że warunki przyznania statusu różnią się w zależności od danego kraju, a samo przyznanie certyfikatu jest w rękach krajowych koalicji skupiających organizacje zaangażowane w ruch Sprawiedliwego Handlu. Może to rodzić wątpliwości co do tego, czy Miasto Sprawiedliwego Handlu w Niemczech jest tym samym, co miasto Sprawiedliwego Handlu w Finlandii. W praktyce większość krajowych koalicji przyjmuje brytyjski wzorzec, ewentualnie dodając własne lokalne uwarunkowania. Na szczęście nie dochodzi do zaniżania standardów, dzięki czemu nadal można mówić o jednej i tej samej idei.

Na świecie istnieją dwie główne koncepcje Sprawiedliwego Handlu – pierwsza jest promowana przez mającą dłuższą historię organizację World Fair Trade Organization³⁵ (WFTO), druga przez Fairtrade Labelling Organizations³⁶ (FLO). Ogólnie rzecz biorąc, różnica między nimi polega na tym, że WFTO przyjmuje w swoje szeregi członków i firmy, które w stu procentach grają fair. Innymi słowy, jest to certyfikacja na poziomie całych firm oraz organizacji, natomiast w modelu FLO certyfikowane są pojedyncze produkty. WFTO używa wyrażenia Fair Trade (dwa słowa), natomiast FLO – Fairtrade (jedno słowo). Pomysł na ideę Miast Sprawiedliwego Handlu zrodził się w brytyjskiej Fairtrade Foundation (członek FLO), przez co od początku promowano hasło Fairtrade Towns. WFTO słusznie zarzuca FLO przywłaszczenie sobie idei, która wykracza poza markę Fairtrade, a przecież w interesie wszystkich jest, aby ruch Miast Sprawiedliwego Handlu był możliwie najszerszy i nie obejmował wyłącznie jednej z inicjatyw. I tak rzeczywiście się dzieje poza Wielką Brytanią – na przykład we Włoszech i w Hiszpanii kampania Miast Sprawiedliwego Handlu skupia oba nurty Sprawiedliwego Handlu, WFTO i FLO. Istnieje szansa, że w swoista rywalizacji między WFTO i FLO będzie ustępować pola współpracy o czym świadczy chociażby fakt przyjęcia Karty Zasad Sprawiedliwego Handlu³⁷.



³⁵ World Fair Trade Organization – www.wfto.com

³⁶ Fairtrade Labelling Organizations International – www.fairtrade.net

³⁷ Karta Zasad Sprawiedliwego Handlu – www.fairtrade.net.pl/fair-trade/karta-zasad-sprawiedliwego-handlu-4215.htm

1. Władze lokalne powinny przyjąć rezolucję wspierającą Sprawiedliwy Handel oraz zgodzić się na serwowanie produktów Fair Trade na swoich spotkaniach, w biurach i stołówkach.

Treść rezolucji musi zawierać słowa poparcia dla idei Sprawiedliwego Handlu oraz deklarację korzystania z produktów Sprawiedliwego Handlu na przykład w miejskich biurach i stołówkach.

Warto...

- ▶ pomyśleć o petycji do władz lokalnych (podpisanej przez możliwie największą liczbę grup i organizacji) z prośbą o opracowanie planu rozwoju Sprawiedliwego Handlu w danej miejscowości;
- ▶ tuż przed podpisaniem przez władze rezolucji poinformować lokalne media, aby nadać wydarzeniu rozgłos.

2. Asortyment produktów Sprawiedliwego Handlu (co najmniej dwóch) powinien być łatwo dostępny w lokalnych sklepach oraz kawiarniach i placówkach gastronomicznych.

Konsumenci nie powinni mieć kłopotów z nabyciem produktów Sprawiedliwego Handlu podczas zakupów lub spożywania posiłków w Mieście Sprawiedliwego Handlu! Sprawiedliwy Handel może przyczyniać się do poprawy losu najbardziej potrzebujących ludzi na świecie i wspierania idei zrównoważonego rozwoju tylko wówczas, gdy produkty Fair Trade będą łatwo dostępne dla lokalnych konsumentów. W tym przypadku stosuje się precyzyjny przelicznik, który umożliwia sprawdzenie ile (minimalnie) musi być sklepów i kawiarni oferujących produkty Sprawiedliwego Handlu w przeliczeniu na liczbę mieszkańców – w końcu status Miasta Sprawiedliwego Handlu do czegoś zobowiązuje. Dla przykładu, w miejscowości liczącej do 20 tys. mieszkańców, produkty Sprawiedliwego Handlu powinny znajdować się na półkach przynajmniej 5 sklepów detalicznych oraz 3 kawiarni/restauracji. Dla stutysięcznego miasta to odpowiednio 20 sklepów i 10 restauracji. Tabela z przelicznikiem liczby punktów handlowych i gastronomicznych na liczbę mieszkańców jest dostępna w Internecie³⁸.

Warto...

- ▶ przeprowadzić audyt w celu sprawdzenia w ilu punktach detalicznych i gastronomicznych są dostępne produkty Sprawiedliwego Handlu;
- ▶ zachęcać kolejne punkty handlowe do oferowania produktów Sprawiedliwego Handlu oraz informować o tym fakcie poprzez plakaty, nalepki itp.;
- ▶ zachęcić władze do przygotowania i aktualizowania listy miejsc, gdzie można nabyć produkty Sprawiedliwego Handlu;
- ▶ przygotować serwis internetowy, w którym znajdują się również informacje o sklepach i lokalach gastronomicznych oferujących „sprawiedliwe” produkty.

3. Produkty Sprawiedliwego Handlu powinny być używane w lokalnych zakładach pracy (np. biurach, zakładach usługowych) oraz instytucjach społecznych (np. szkołach, uniwersytetach, kościołach itp.).

Jest to doskonała okazja dotarcia z ideą Sprawiedliwego Handlu do poszczególnych grup społecznych: uczniów, pracowników, wolontariuszy, parafian itd.

³⁸ Tabela dla drugiego kryterium – www.fairtrade.net.pl/fair-trade/punkty-handlowe-i-gastronomiczne-w-miastach-sprawiedliwego-handlu-4340.htm

Warto...

- ▶ zadbać o wolontariuszy, którzy w naturalny sposób mogą dotrzeć do poszczególnych grup docelowych (np. o uczniów w szkołach, parafian w kościołach itd.);
- ▶ wyposażyć wolontariuszy w ulotki z informacjami na temat Sprawiedliwego Handlu oraz lokalnej dostępności produktów;
- ▶ informować o szkołach, firmach oraz innych instytucjach, które poprzez swoje działania aktywnie wspierają Sprawiedliwy Handel.

Tworzenie Miasta Sprawiedliwego Handlu wymaga więc ścisłej współpracy aktorów różnych sfer społecznych: administracja (władze lokalne), sektor pozarządowy (organizacje pozarządowe, kościoły) i biznesu (importerzy, przetwórcy, sprzedawcy produktów Sprawiedliwego Handlu oraz... media). Doświadczenie uczy, że spory problem może stanowić włączanie do kampanii na rzecz uzyskania statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu przedstawicieli świata biznesu, tak aby działania te nie zamieniły się w nachalną promocję jednej czy kilku firm. Jednak pominięcie firm byłoby w tym przypadku dużym błędem. Mówimy wszak o Sprawiedliwym **Handlu** – idei wspierania rozwoju najuboższych ludzi, która nie ma szans na powodzenie bez udziału biznesu. Należy wyznaczyć jasne granice współpracy ze sferą biznesu i nigdy nie dawać do zrozumienia, że popiera się wszystkie działania danej firmy, a jedynie chwali się jej społeczną odpowiedzialność, manifestowaną poprzez wspieranie idei Sprawiedliwego Handlu. Takie działania są konieczne, aby pokazywać dobre wzory i zachęcać innych do naśladowania.

4. Pozyskanie poparcia mediów oraz społeczeństwa dla kampanii Sprawiedliwego Handlu.

Lokalne media mają kluczowe znaczenie w dotarciu z ideą Sprawiedliwego Handlu do mieszkańców. Bardzo ważna jest regularność przekazywanych informacji, bowiem dzięki niej konsumenci zaczynają rozumieć wpływ własnych decyzji zakupowych na los innych ludzi.

Warto...

- ▶ sporządzić listę lokalnych mediów;
- ▶ przygotować listę dziennikarzy, którzy piszą artykuły, prowadzą audycje i budować z nimi dobre relacje;
- ▶ zaprosić przedstawicieli mediów na specjalne śniadanie Fair Trade połączone z informacją na temat rozpoczęcia starań o przyznanie statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu;
- ▶ przygotować strategię regularnej komunikacji z mediami.

5. Powołanie lokalnej grupy koordynacyjnej w celu zapewnienia stałej realizacji zobowiązań wynikających z posiadania statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu.

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii mającej na celu uzyskanie przez daną miejscowość statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu nie jest możliwe bez zaangażowania grupy koordynacyjnej. W skład grupy powinni wchodzić przedstawiciele lokalnych społeczności, organizacji oraz władz czy biznesu. Dobrym pomysłem jest włączenie do grupy koordynacyjnej przedstawiciela mediów.

Zadaniem grupy koordynacyjnej jest:

- ▶ przygotowanie planu działania na przyszłość;
- ▶ wyznaczenie celów wraz z metodami mierzenia postępów;
- ▶ utworzenie grup roboczych, które mają skupić się na realizowaniu poszczególnych celów (np. współpracy ze szkołami).

„Korzyścią, jaką odnosimy z kampanii w Lichfield, jest pozytywny wpływ na każdy obszar miejskiego życia – szkoły, sklepy, zakłady pracy, kościoły, firmy. Dzięki temu jako mieszkańcy zaczęliśmy zauważać świat wokół nas i współdziałać po to, by Sprawiedliwy Handel stał się naturalnym wyborem konsumentów”.

Mary Harris, grupa koordynacyjna Miast Sprawiedliwego Handlu w Lichfield

Najważniejszym zadaniem takiej grupy jest koordynowanie wszystkich działań, aby po uzyskaniu statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu nie zaprzeczono możliwości dalszego rozwoju. Innymi słowy, uzyskanie statusu nie jest celem samym w sobie. Chodzi raczej o konsekwentne promowanie i urzeczywistnianie idei sprawiedliwości społecznej oraz globalnej odpowiedzialności za los innych ludzi.

Jak to robią inni – Bruges

Bruges to średniej wielkości miasto w Belgii, w którym mieszka około 117 tys. osób. Kampania na rzecz uzyskania statusu miasta Sprawiedliwego Handlu rozpoczęła się bardzo skromnie – od wizyty wolontariusza jednego ze sklepów Oxfamu³⁹ (międzynarodowej organizacji charytatywnej) u urzędnika miejskiego wydziału ds. rozwoju i współpracy. W przypadku Bruges strategia polegała na zdobyciu poparcia rady miasta, która wzięłaby na siebie ciężar komunikowania idei Sprawiedliwego Handlu mieszkańcom. W 2006 roku miasto wydało rezolucję, obiecując serwować napoje Sprawiedliwego Handlu (kawę, herbatę, wino i sok pomarańczowy) na przyjęciach i wydarzeniach organizowanych w mieście.

Następnie utworzono komitet koordynacyjny, który składał się z przedstawicieli czterech wydziałów Urzędu Miasta (Wydziałów ds. Młodzieży, ds. Środowiska, ds. Rozwoju i ds. Współpracy) oraz wolontariuszy Oxfamu i innych organizacji pozarządowych. Komitet miał za zadanie doprowadzić do realizacji pozostałych czterech celów.

Dzięki działaniu komitetu koordynacyjnego w Bruges wykonano wiele działań związanych z informowaniem o Sprawiedliwym Handlu.

Działania dla szkół:

- ▶ Zabawa w detektywa – uczniowie szukali produktów Sprawiedliwego Handlu w centrum Bruges.
- ▶ Warsztaty na temat Sprawiedliwego Handlu organizowane w klasach.
- ▶ Przedstawienia na temat Sprawiedliwego Handlu wystawiane w centrach kultury.
- ▶ Regularne szkolne debaty oksfordzkie poświęcone kwestii Sprawiedliwego Handlu.
- ▶ Działania skierowane do konsumentów:
- ▶ Konkurs na najlepszy przepis na potrawę wykonaną z produktów Sprawiedliwego Handlu.
- ▶ Warsztat na temat degustacji win Sprawiedliwego Handlu.
- ▶ Wystawa w miejscowej bibliotece.
- ▶ Prezentowanie idei Sprawiedliwego Handlu w kościołach.
- ▶ Przygotowanie posiłków ze składników Sprawiedliwego Handlu na cotygodniowym lokalnym kiermaszu.
- ▶ Trwała promocja idei za pomocą broszur, plakatów, ulotek, podkładek pod kufle oraz poprzez specjalnie utworzoną stronę internetową.

Starania organizatorów zostały uwieńczone 24 maja 2008 roku otrzymaniem przez Bruges statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu. Uroczystościom towarzyszyły koncerty, parada dzieci, którą poprowadził znany belgijski prezenter telewizyjny, degustacje produktów, pokaz mody, wystawa kwiatów (oczywiście Fair Trade) oraz happening zorganizowany przez organizację Clean Clothes Campaign.

³⁹ Oxfam International – www.oxfam.org

Z kampanii w Bruges płynnie prosty wniosek: naprawdę niewiele trzeba, aby pozytywnie zainspirować innych, zintegrować wokół wspólnego celu i rozpocząć działania, których nigdy nie zrealizuje jeden wolontariusz Oxfamu...

Jak to robią inni – Liverpool

Z czym kojarzy się Liverpool? Fanom muzyki zapewne z zespołem The Beatles, a miłośnikom piłki nożnej z Jerzym Dudkiem, który swoje największe tryumfy świętował właśnie w tym mieście. Liverpool to znacznie większe miasto od Bruges – mieszka w nim niemal pół miliona mieszkańców. Starania o uzyskanie statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu trwały niecałe 4 lata.

Wszystko rozpoczęło się w 2000 roku, gdy koalicja krajowych i lokalnych grup zainteresowanych kwestią globalnej sprawiedliwości i Sprawiedliwego Handlu utworzyła Liverpool World Centre (LWC)⁴⁰. Celem Centrum jest zwiększanie świadomości na temat sprawiedliwości społecznej w wymiarze globalnym. To właśnie ono odegrało najważniejszą rolę w przyznaniu Liverpoolowi statusu Miasta Sprawiedliwego Handlu przez edukowanie mieszkańców oraz inicjowanie wielu działań na rzecz Sprawiedliwego Handlu. W 2000 roku utworzono grupę koordynacyjną, która szybko uzyskała wsparcie ze strony Rady Miasta, Wydziału Zamówień Publicznych, uniwersytetów i szkół. Oprócz tego o zaangażowanie poproszono Fairtrade Foundation oraz firmy zajmujące się dystrybucją produktów Sprawiedliwego Handlu (Cafedirect, Divine Chocolate).

Kampanie przeprowadzone w latach 2000-2003 nie pozostały niezauważone, dzięki czemu w 2003 roku Rada Miasta wydała rezolucję o wspieraniu idei sprawiedliwości społecznej na świecie, co swój praktyczny wymiar znalazło m.in. w regulacjach dotyczących zamówień publicznych (uwzględniono w nich wymóg, że część zamawianych produktów musi mieć certyfikat Sprawiedliwego Handlu). Miasto uzyskało status Miasta Sprawiedliwego Handlu w marcu 2004 roku.

W 2005 roku grupa koordynująca wyszła z propozycją nadawania miejskim szkołom nazwy Szkół Fairtrade, umożliwiając instytucjom edukacyjnym uzyskanie podobnego statusu, które wcześniej uzyskało miasto. Trzy lata później 20 szkół w mieście miało już ten status. Również wszystkie trzy uniwersytety w Liverpoolu otrzymały status przyjaznych Fairtrade, a jeden z nich – Liverpool John Moores University – wydzielił specjalną jednostkę do badań naukowych związanych z Sprawiedliwym Handlem i jego wpływem na losy najbardziej potrzebujących ludzi w krajach rozwijających się.

W 2008 roku Liverpool, wspólnie z norweskim miastem Stavanger, był Europejską Stolicą Kultury. Do miasta zawiązał Autobus Sprawiedliwego Handlu, który stał się areną wielu różnych działań. Kulminacyjnym punktem była konferencja uczniów z 25 Szkół Fairtrade, na której pojawił się producent orzechów z certyfikatem Sprawiedliwego Handlu z Malawi. Organizatorzy chcieli w ten sposób docenić wysiłki uczniów, którzy zaangażowali się w promowanie idei Sprawiedliwego Handlu.

Miasta Sprawiedliwego Handlu a sprawa polska

W Polsce, podobnie zresztą jak we wszystkich nowych państwach członkowskich UE, nie ma jeszcze żadnego miejsca, które mogłoby poszczycić się tytułem Miasta Sprawiedliwego Handlu. Są jednak przesłanki, że może to się wkrótce zmienić. Na chwilę obecną, dzięki staraniom Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”⁴¹, najbardziej zaawansowane przygotowania do otrzymania takiego statusu są w Gdańsku⁴². Zanim jednak do tego dojdzie, ogólnopolska Koalicja Sprawiedliwego Handlu⁴³ (do której przynależy m.in. wspomniane Stowarzyszenie, jak i autor niniejszego tekstu oraz jego

⁴⁰ Liverpool World Centre – www.liverpoolworldcentre.org/site

⁴¹ Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My” – sprawiedliwyhandel.pl.

⁴² W mieście tym powstała Gdańska Koalicja Sprawiedliwego Handlu skupiająca ok. 10 podmiotów, takich jak: Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, Federacja Konsumentów – Gdańsk, Regionalne Centrum Informacji i Wspierania NGO – Gdańsk, Gdański Ośrodek Ruchu Solidarności z Ubogimi Trzeciego Świata Maitri, Gdańskie Centrum Informacji i Edukacji Ekologicznej, Stowarzyszenie Młodych Socjalistów – Gdańsk, Wyższa Szkoła Ateneum, Koło Naukowe Qualiteam UG. Zob. też film „Sprawiedliwy Handel w Mieście Solidarności” – www.youtube.com/watch?v=qcH-3bLxiwk – red.

⁴³ Koalicja Sprawiedliwego Handlu – www.fairtrade.org.pl

wydawca) musi opracować kryteria oraz procedury związane z otrzymaniem takiego statusu zarówno przez miasta, jak i szkoły.

Promowanie idei Miast Sprawiedliwego Handlu w Polce jest obecnie trudne z kilku przyczyn. Po pierwsze, Sprawiedliwy Handel jest niemal nieznaną ogółowi społeczeństwa (w badaniu Gemiusa z 2009 roku znak Fairtrade kojarzyło 9% respondentów. Dla porównania – w Wielkiej Brytanii 79% osób wie lub słyszało o Sprawiedliwym Handlu). Po drugie, produkty Sprawiedliwego Handlu nie są powszechnie dostępne w sklepach i supermarketach. Po trzecie, mała skala dystrybucji powoduje, że produkty Sprawiedliwego Handlu są droższe od produktów w handlu konwencjonalnym, choć na ich korzyść przemawia to, że są zazwyczaj o wiele wyższej jakości.

Z drugiej strony nasze społeczeństwo niejednokrotnie dało już wyraz swojej hojności i solidarności. Nie chodzi tylko o Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy – inicjatywę regularną, ale dosyć okazjonalną, przeprowadzaną raz w roku. Pomoc dla powodzi, Caritasu, czy Polskiej Akcji Humanitarnej (notabene PAH również jest członkiem Koalicji Sprawiedliwego Handlu), która uzyskuje regularne wsparcie na swoje działania globalne (np. studnie dla Sudanu) daje nadzieję, że umiemy i chcemy czynić dobro. Potrzebne są jednak profesjonalne kampanie informacyjne, które pomogą przybliżyć kwestie sprawiedliwości w wymiarze globalnym. Jednym ze znakomitych sposobów jest kampania Miast Sprawiedliwego Handlu, inicjatywa, która służy nie tylko wspieraniu najuboższych ludzi żyjących na innych kontynentach, ale również znakomicie integruje i wzmacnia lokalne społeczności.

Odnosząc się do wysiłków Brytyjczyków zaangażowanych w ruch Sprawiedliwego Handlu, Gordon Brown, premier Wielkiej Brytanii, powiedział: „Sprawiedliwy Handel w Wielkiej Brytanii to najlepszy przykład siły lokalnych społeczności. Zwykli obywatele doprowadzili do niezwykłych zmian na rzecz ciężko pracujących ludzi w krajach rozwijających się. Mam wielki szacunek dla moich współobywateli za ich wrażliwość na los innych oraz wizję sprawiedliwszego świata”. Byłoby niezwykle pięknie, gdyby w podobny sposób skomentowano kiedyś działania ruchu Sprawiedliwego Handlu w Polsce. Może to tylko marzenie, ale niezwykle zmiany w Stanach Zjednoczonych w ubiegłym wieku też rozpoczęły się od prostego zdania „I have a dream”⁴⁴.

Zbigniew Szalbot

Więcej informacji:

Koalicja Sprawiedliwego Handlu: www.fairtrade.org.pl

Fairtrade Towns: www.fairtradetowns.org (serwis w języku angielskim)

⁴⁴ Marcin Luther King – pl.wikipedia.org/wiki/I_Have_a_Dream

Transition Towns: miasta wolne od ropy

Kiedy Rob Hopkins usłyszał o tym, jakie konsekwencje niesie ze sobą zmniejszenie się wydobycia ropy, był to dla niego szok. Rob prowadził już ekologiczny styl życia, uprawiał część żywności na własne potrzeby, przygotowywał się do założenia ekowioski i budował dla siebie ekologiczny dom z gliny i słomy. Pracował wówczas jako nauczyciel permakultury w Irlandii i uczył projektowania ekologicznego ogrodu, budynków czy całych farm. Nigdy wcześniej nie słyszał jednak o czymś takim jak *peak oil*, czyli o szczycie wydobycia ropy. Pierwszego dnia kursu postanowił pokazać studentom film dokumentalny „The End of Suburbia” (Koniec przedmieść) i zaprosił na wykład geologa zajmującego się ropą, dr Colina Campbella, który występował w tym filmie i akurat mieszkał w okolicy. Ten dzień odmienił jego życie. Rob zrozumiał bowiem, że styl życia w bogatych państwach uprzemysłowionych jest dziś w pełni uzależniony od dostaw ropy, surowca, którego zasoby nieubłaganie się kurczą. Według raportu ITPOES, dostawy ropy na świecie mogą zacząć się zmniejszać już w latach 2013-2014.

Rob zaczął się zastanawiać, jak pojedzie po zakupy, jak będzie odwiedzać przyjaciół itd. Uświadomił sobie, że choć nie mieszka na klasycznym amerykańskim przedmieściu, to w jego miejscowości, Kinsale, samochód również jest niezbędny do załatwiania podstawowych spraw. Choć wiedział, że sam potrafi zaprojektować dom i ogród tak, by być samowystarczalnym, co jednak z innymi? Będzie pilnował ogrodu z bronią w rękę, podczas gdy jego sąsiedzi nie będą mieli co jeść i czym się ogrzać?

Usiadł więc ze studentami i zaczęli się zastanawiać, jaki wpływ na Kinsale będzie miało zmniejszenie się wydobycia ropy oraz jak *przejsć* do niezależności od jej dostaw. Po wielu dyskusjach, a także rozmowach z mieszkańcami, powstał plan zmniejszenia zużycia energii w Kinsale do 2021 r. (Energy Descent Action Plan). Został w nim zaproponowany szereg rozwiązań w kwestii energetyki odnawialnej, żywności, transportu czy edukacji. Mniejsze dostawy ropy oznaczają nie tylko niedogodności z dojazdem samochodem do pracy. Od ropy jest dziś całkowicie uzależniony m.in. system produkcji i dystrybucji żywności. Ropa potrzebna jest do produkcji nawozów, do wysiewania nasion, pielęgnowania upraw, do zbiorów i wreszcie do dystrybucji. Bez ropy cały ten system przestaje działać. Tak powstała inicjatywa *Transition* (ang. *przejście*), obejmująca m.in. uprawy lokalnych ogrodów czy uczenie się wielu zapomnianych dziś umiejętności, jak np. robienie zapasów na zimę.

Zaproponowana wizja Kinsale w przyszłości, w 2021 r., to nie miasto przez które bezgłośnie unoszą się w powietrzu pojazdy, znane z filmów science-fiction, napędzane garścią odpadków, ale miasto, w którym i wokół którego uprawia się żywność. Wszystkie trawniki zostały tam zamienione na ogrody, a kosiarki do trawy są ozdobą w lokalnych pubach i niczym kamienne toporki stanowią wspomnienie minionej ery taniej ropy. Wzdłuż ulic rosną drzewa owocowe, a w parkach zostały założone sady. Ludzie odkrywają stare odmiany warzyw i wymieniają się nasionami. Mieszkańcy Kinsale jedzą zdrowe jedzenie, w harmonii z porami roku. W miejscu parkingu samochodów zbudowana została szklarnia, kolejny element miasta, dzięki któremu mieszkańcy będą mogli łatwiej sobie radzić w razie kryzysu globalnej gospodarki.

Program nauczania w szkołach w 2021 r. został zmieniony tak, aby uczyć dzieci i młodzież praktycznych umiejętności, potrzebnych do ekologicznego życia w Kinsale. Szkoły są miejscami, gdzie zostały zastosowane wszelkie przykłady ekologicznych rozwiązań, z własnym ogrodem włącznie. Uczniowie uczą się tam tradycyjnych rzemiosł, jak stolarstwo czy kowalstwo, uprawiają ogrody, hodują zwierzęta, wypłatają kosze, montują kolektory słoneczne i turbiny wiatrowe. Prowadzone są także zajęcia z permakultury, a zdobywane w szkole umiejętności pozwalają uczniom dobrze sobie radzić w świecie, w którym brakuje paliw kopalnych.

Domy w Kinsale, w 2021 r., są już docieplone i energooszczędne. Przez szpary w oknach już nie ucieka ciepło. Do budowy nowych budynków wykorzystywane są lokalne surowce, a ich wznoszeniem i renowacją zajmują się lokalni artyści. Wykorzystuje się w nich do ogrzewania odnawialne źródła energii, a standardy budowlane przyjęte przez radę miasta stanowią, że wszystkie nowe budynki muszą być pasywne, aby nie potrzebowały niemal wcale dodatkowej energii do utrzymania w nich ciepła. Energię elektryczną zapewniają przede wszystkim turbiny wiatrowe, a ciepłą wodę kolektory słoneczne. Materiały budowlane ze starych budynków, jak cegły czy dachówki, są wykorzystywane ponownie.

Rozkwitła także medycyna naturalna, a zamiast kupowania w aptece leków wyprodukowanych przez międzynarodowe koncerny, nacisk jest położony na zapobieganie pojawianiu się chorób, na to, by mieszkańcy byli zdrowi. Pomagają w tym czyste środowisko, dostęp do świeżej i zdrowej żywności, więzi społeczne i satysfakcjonująca praca. Aktywnie działa także nowe Centrum Zdrowia, zbudowane z naturalnych i nietoksycznych materiałów, którego zadaniem jest promowanie zdrowego stylu życia. Zmniejszyła się otyłość wśród dzieci i jest także mniej przypadków astmy.

Z powodu wysokich cen ropy, na ulicach Kinsale jest dużo mniej samochodów osobowych, a mieszkańcy jeżdżą za to na rowerach i korzystają z miejskich elektrycznych autobusów. Powstały nowe ścieżki i parkingi dla rowerów w wielu miejscach miasta, pojawiły się również obszary przeznaczone wyłącznie dla ruchu pieszych. Zbierany jest olej roślinny z kuchni w domach i restauracji i przerabiany na paliwo dla samochodów. Działa klub „car-sharing” (dzielenia się samochodami), dzięki któremu nie trzeba być właścicielem samochodu, aby móc z niego skorzystać w razie potrzeby. Na stacjach benzynowych zamontowane są moduły fotowoltaiczne i można na nich podładować elektryczne samochody.

Rozwiązany został problem śmieci, wszystkie produkty nadają się do ponownego przetworzenia lub są biodegradowalne. Zmniejszona została ilość niepotrzebnych opakowań. Wszystkie odpady organiczne są przeznaczane na kompost i trafiają ponownie do ogrodów. Działa także lokalna papiernia, w której przerabiane są stare gazety i książki.

W Kinsale, w 2021 r., podstawą lokalnej gospodarki jest własna waluta, która pozwala wyłączyć się z globalnej gospodarki. Mieszkańcy mogą korzystać z waluty lokalnej, która uznawana jest tylko w Kinsale i jego najbliższej okolicy, waluty regionalnej (honorowanej na przykład tylko w kilku hrabstwach na południu Irlandii) oraz waluty międzynarodowej, czyli Euro. Własna, lokalna waluta służy do tego, by podstawowe potrzeby mieszkańców mogły być zaspokajane w obrębie lokalnej gospodarki, dzięki czemu tworzone są lokalne miejsca pracy. Miejscowy bank czasu ułatwia koordynowanie aktywności wolontariuszy, którzy mogą zgłosić się do niego z ofertą bezpłatnej pomocy innym w różnych dziedzinach. Wahania kursów akcji na światowych giełdach nie mają już znaczenia dla mieszkańców Kinsale. Ich życie będzie spokojnie, mają czas na spotkania towarzyskie, na uprawianie ogrodów, na gotowanie prawdziwych obiadów, zamiast kupowania mrożonek w paczkach i na zabawę z dziećmi. Ta wizja dobrego życia, była jednym z powodów, dla których inicjatywy Transition zaczęły pojawiać się na całym świecie.

Zaczęło się w Totnes

Pierwszym miastem, w którym rozpoczął się proces *przejścia*, jest Totnes w Devon, na południu Wielkiej Brytanii, które liczy sobie 8 tysięcy mieszkańców. Rob przeprowadził się tam po powrocie z Irlandii. W Totnes poznał Naresha Giangrande, który również interesował się tematem *peak oil*. Postanowili wraz z innymi mieszkańcami stworzyć pozytywną wizję przyszłości miasta odpornego na kryzysy przychodzące z zewnątrz, niezależnego od dostaw ropy i gazu, a jednocześnie by nie przyczyniało się do zmian klimatu na świecie poprzez emisję gazów cieplarnianych.

Podstawowym założeniem inicjatyw *Transition* jest włączenie w proces przemian wszystkich mieszkańców miasta, firm, urzędów, organizacji społecznych i szkół – tak, aby była to wspólna sprawa, rozumiana i akceptowana przez wszystkich. Chodzi w nich także o to, aby jakość życia w mieście nie tylko nie zmniejszyła się, lecz nawet by była lepsza niż obecnie. Choć sama inicjatywa jest zawsze oddolna i wychodzą z nią zwykli mieszkańcy, to zaangażowanie się w nią rady miasta i lokalnego biznesu jest kluczowe. Dzięki wsparciu rady miasta projekty mogą uzyskać finansowanie, promocję i pozwolenia na budowę. Natomiast zaangażowanie firm pozwala na serio budować lokalną gospodarkę. W Totnes na przykład powstała firma transportowa, która odbiera zużyty olej z restauracji, przerabia go na biodiesla i na zabawę i wykorzystuje jako paliwo dla małych taksówek-motoroksy, jakie są popularne na ulicach miast Indii.

W Totnes działa dziś 10 grup tematycznych, zajmujących się m.in. energią, budownictwem, żywnością i zdrowiem. Prowadzonych jest niemal 20 różnych projektów, a w inicjatywę zaangażowało się łącznie ok. 300 osób. Pierwszym krokiem były spotkania edukacyjne i pokazy filmów dla mieszkańców, by mogli lepiej zrozumieć, na czym polega kryzys paliwowy i zmiany klimatu powodowane przez ludzi. Zapobieganie im jest drugim, kluczowym elementem ruchu *Transition*.

Jednym z najbardziej znanych projektów Transition Totnes jest wprowadzenie miejscowej waluty – funta Totnes, banknotów o takiej samej wartości, jak „normalne” funty. Można nią płacić jedynie w lokalnych sklepach, które włączyły się do akcji (jest ich już ponad 70). Dzięki temu pieniądze nie mogą „wyciekać” z lokalnej społeczności. W ubiegłym roku wystartował także projekt „Podziel się ogrodem”, w ramach którego w nieużywanych ogrodach mogą uprawiać warzywa osoby, które nie mają dostępu do ziemi. W zamian za możliwość korzystania z ogrodu oddają właścicielowi część plonów. Z projektu korzysta obecnie 30 ogrodników amatorów. Trwają prace nad przewodnikiem po lokalnej żywności i pomocą w docieplaniu domów, instalacją kolektorów słonecznych do ogrzewania wody oraz modułów fotowoltaicznych do wytwarzania prądu. Rozpoczął się także projekt sadzenia orzechów włoskich, orzechów laskowych, jadalnych kasztanów, orzeszników (pekanów) i migdałów.

Ideą *Transition* jest budowanie lokalnych gospodarek, które byłyby w znacznej mierze samowystarczalne. To miasta pełne ogrodów, korzystające z lokalnych, odnawialnych źródeł energii, miasta, w których ludzie żyją w wolniejszym tempie niż gdzie indziej, a wiele osób utrzymuje się z tradycyjnych rzemiosł.

Po zaledwie czterech latach, od kiedy zaczęli działać mieszkańcy Totnes, na świecie pojawiło się 278 oficjalnych inicjatyw *Transition*, od Wielkiej Brytanii, poprzez Irlandię, USA, aż po Australię, Finlandię, Japonię i Nową Zelandię. Kolejnych kilkaset znajduje się w fazie początkowej, zarejestrowanych jako mullers, czyli ci, którzy dopiero zapoznają się z tematem i szukają ludzi do zespołu. O ile najpierw inicjatywy były zakładane w małych miejscowościach, to powstały także grupy w dużych miastach, jak Sydney w Australii czy Tucson w Arizonie w USA. Aby zostać oficjalną inicjatywą *Transition*, należy spełnić kilkanaście kryteriów wymienionych na stronie Transition Network (www.transitiontowns.org). Grupa inicjatorów musi liczyć minimum 4 osoby, które rozumieją kwestie szczytu wydobycia ropy i zmian klimatu i którym dobrze się razem współpracuje. Ważne jest by miały one możliwość nawiązania współpracy z radą miasta, chciały współdziałać z innymi inicjatywami *Transition*, były otwarte na ludzi i zalecane jest, by choć jedna z osób ukończyła kurs permakultury. Kiedy grupa jest już gotowa, wystarczy wysłać formularz ze zgłoszeniem do Totnes.

Pierwsza polska inicjatywa zainspirowana ruchem *Transition* to Sopocka Inicjatywa Rozwojowa. Nie jest ona oficjalną inicjatywą, albowiem zaczęliśmy w Sopocie od innej strony niż klasyczne inicjatywy *Transition*. Naszym punktem wyjścia jest bowiem demokracja uczestnicząca. Wyszliśmy z założenia, że zakładanie nowej organizacji pozarządowej nie jest potrzebne, bo mieszkańcy Sopotu już mają swoją własną organizację, a jest nią gmina Sopot. Gmina oznacza wspólnotę samorządową, która zatrudnia radnych, prezydenta i całą masę urzędników, którzy działają dla wspólnego dobra jej członków. Gmina to innymi słowy mieszkańcy. Mamy swój własny budżet, parki, ulice, molo, plażę i wiele różnych budynków. Możemy to wszystko wykorzystać



foto: Mike Grenville

Funt z Lewes

do działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. – *Urząd miasta przyzwyczaiał się do tego, że wszelkie decyzje może podejmować właściwie samodzielnie, a konsultacje społeczne sprawiają wrażenie działań fasadowych* – mówi Maja Grabkowska z Sopotkiej Inicjatywy Rozwojowej. – *Tymczasem mieszkańcy Sopotu najlepiej znają swoje potrzeby i mają nieraz świetne pomysły na rozwiązywanie miejskich problemów. Aby móc z tego potencjału korzystać, potrzebny jest demokratyczny sposób zarządzania miastem.*

Celem demokracji uczestniczącej jest także to, by nie narzucać mieszkańcom rozwiązań, na które mogą nie chcieć się zgodzić. Chodzi o to, aby mogli zaangażować się w sprawy miasta, by rozumieli na co i po co wydawane są pieniądze z ich z podatków, czyli ze składek na wspólne cele, i by dzięki współdecydowaniu o wydatkach z budżetu brali także pod uwagę to, że nie wszystko da się sfinansować i że trzeba ustalić priority. O ile na przykład budowa przystani jachtowej przy moło w ogóle brzmi dobrze, to dopiero jeżeli wejdzie się w szczegóły i zacznie się zastanawiać jak to ma działać, ile będzie kosztować i czego nie będzie można sfinansować w związku z taką megainwestycją, zaczyna się na ten pomysł patrzeć inaczej. Prioritytetowe stają się też inwestycje, które są w interesie ogółu mieszkańców, a nie osobiste marzenia aktualnego prezydenta. W związku z tym, że przy takim sposobie ustalania wydatków z budżetu miasta, nie trzeba dbać o interesy partyjne i myśleć o następnej kampanii wyborczej, można podejmować racjonalne decyzje planując daleko w przyszłość. Ważne jest także to, że wszyscy mieszkańcy mają możliwość wypowiedzenia się na temat planowanych projektów, jak choćby odnośnie tego, czy pomysł zakupu kolektorów słonecznych dla szkół podoba im się czy nie. Przy takim podejściu wszystkie pomysły, nawet te ekologiczne, muszą najpierw uzyskać akceptację większości mieszkańców.

Pierwszym, małym sukcesem na drodze do demokracji uczestniczącej w Sopocie, jest przyznanie mieszkańcom inicjatywy uchwałodawczej, czyli możliwości samodzielnego przygotowywania projektów uchwał. Przedtem mogło to robić 5 radnych, komisja, przewodniczący rady miasta lub prezydent. Dzięki przyjętej zmianie statutu miasta, projekty uchwał może wносить także grupa 200 mieszkańców. Rozwiązanie to zostało już wcześniej wprowadzone w niektórych miastach w Polsce, na przykład w Słupsku, Opolu, Łodzi czy Warszawie. Mała liczba podpisów wymaganych pod wnioskiem jest kluczowa, bo jeżeli będzie ich 15 tysięcy tak, jak w Warszawie, to będzie to skutecznie blokować aktywność mieszkańców. W Słupsku potrzeba jedynie 400 podpisów i na wniosek mieszkańców przeszła już uchwała o budowie ścieżek rowerowych, czyli akurat w duchu inicjatywy *Transition*.

Miastem, w którym rada miasta włączyła się aktywnie w proces *Transition*, jest Monteveglio we Włoszech. Radni postanowili uczynić prioritytetem swoich działań przystosowanie Monteveglio na czas mniejszych dostaw ropy i promowanie energii odnawialnej, by chronić klimat – jest to pierwsza rada miasta, która oficjalnie określiła globalny cel zmniejszania emisji CO₂ w atmosferze jako 350 ppm (części na milion). W planowanie przyszłości miasta mają być bezpośrednio zaangażowani mieszkańcy. Jest to wszystko możliwe, albowiem radni Monteveglio podzielają pogląd inicjatyw *Transition*, że w nieodległej przyszłości wystąpią problemy z dostawami paliw kopalnych, że model ekonomiczny oparty na niekończącym się wzroście gospodarczym ma poważne ograniczenia i że chcieliby, aby ich lokalna społeczność była dobrze przygotowana na czas, gdy na świecie zacznie się kryzys energetyczny. Choć z początku to nadchodzące braki ropy były głównym motorem inicjatyw *Transition*, dziś zaczęły one obejmować także odpowiedź na kryzys gospodarczy.

Westcliff wkracza do akcji

– *Pomysł na to, by zacząć inicjatywę w Westcliff pojawił się podczas rozmowy w pubie ze Stevem Jordanem – mówi Graham Burnett. – Steve obejrzał film „Koniec przedmieść”, a ja z kolei rok wcześniej słuchałem wystąpienia Roba Hopkinsa, który opowiadał o ruchu Transition. Pomyśleliśmy wówczas, czemu by nie założyć inicjatywy Transition w naszym mieście?*

Postanowienie, podjęte pod wpływem lokalnego piwa w pubie, musiało poczekać na realizację jeszcze kilka miesięcy. W końcu zorganizowane zostało pierwsze spotkanie i pokaz filmu o tym, jak mieszkańcy Kuby poradzili sobie z nagłym spadkiem dostaw ropy. Na to spotkanie przyszedłem ja – Kamil, od dawna zainteresowany sprawami ekologii i lokalnej demokracji.

Po filmie Graham i Stephen przedstawili ideę *Transition Towns*. Pierwszym krokiem jest zawsze powołanie Grupy Sterującej. W Westcliff-on-Sea (gmina Southend-on-Sea) weszło doń kilka osób aktywnych w innych inicjatywach, m.in. członek rady stowarzyszenia dzielnicowego, przewodniczący regionalnego związku ogrodników ekologicznych, wykładowca college'u oraz ja – student na wydziale pracy socjalnej. Później dołączyło do jeszcze kilka osób, m.in. zakonnica zainteresowana sprawami społecznymi i „ekoduchowością”. Grupa miała dużo entuzjazmu, bogatą pulę doświadczeń i masę lokalnych kontaktów, więc wiele drzwi stało otworem. Jednocześnie z braku wolnego czasu musieliśmy się skupić na najbardziej efektywnych działaniach, budujących bazę poparcia dla projektu. Ważna była tu rada twórców idei *Transition*, by nie nadwerężyć się i pracując nad „odpornością” swojej miejscowości, dbać również o własne sily.

Część naszego wysiłku służy uświadomieniu lokalnym grupom, władzom i mieszkańcom – bez straszenia! – konsekwencji zmian klimatycznych i wyczerpywania się zapasów taniej ropy. Głębokie zrozumienie tych problemów zwiększa szansę przyjęcia przez mieszkańców modelu *Transition* jako sposobu na powstrzymanie negatywnych tendencji.

– *Większość osób wie coś o zmianach klimatu za sprawą mediów – mówi Graham Burnett, — ale wydaje mi się, że ludzie wciąż nie słyszeli zbyt wiele na temat szczytu wydobywania ropy. Niemniej jednak w obydwu przypadkach albo te sprawy bagatelizują albo kupują opowieść o tym, że społeczeństwa całkowicie się rozpadną i wszyscy będziemy walczyć o ostatnie krople ropy niczym bohaterowie filmu „Mad Max”. Nic więc dziwnego, że wolą myśleć o czymś innym!*

Zaczynamy od tłumaczenia, że wyzwania, przed którymi stoimy, są poważne i skomplikowane, a my nie mamy wszystkich odpowiedzi. Przedstawiamy, oparte na raportach specjalistów, możliwe scenariusze wydarzeń: od katastroficznych, gdy postępowanie lokalnych społeczności w ogóle się nie zmienia, po pozytywne, które mogą się zdarzyć, jeśli rozpoczniemy sprawdzone projekty *Transition*, w które każdy może się zaangażować.

Ludzie lubią praktyczne projekty inicjatyw *Transition*, jak zakładanie osiedlowych ogrodów (ang. *community garden*), bo są one „nieagresywne”, ukierunkowane na konstruktywne rozwiązania. Podobają im się również to, że mogą zobaczyć efekty działań w swojej społeczności. Wiele osób wyraziło chęć współpracy, w zależności od własnych zainteresowań. Są jednak i tacy, którzy odczuwają strach lub mają opory, żeby zmienić dotychczasowy sposób myślenia i styl życia. Staramy się dla nich tworzyć atmosferę zrozumienia i przekonać do pozytywnych rozwiązań.

– *Inne grupy głównie organizują demonstracje i to może odpychać wiele osób – mówi Alicja – podczas gdy Transition Westcliff nikogo nie odstraszy, bo ma pozytywne nastawienie i nie skupia się na szukaniu winnych.*

Początkowo na spotkaniach pojawiała się nie więcej niż 40 osób. Zbieraliśmy od nich adresy e-mail i numery telefonów – budowaliśmy w ten sposób listę potencjalnych współpracowników. Obecnie utrzymujemy kontakt z ok. 300 osobami (m.in. poprzez biuletyn informacyjny), z których 50 to liderzy różnych grup, przekazujący informacje dalej. Powstała strona internetowa, a lokalni dziennikarze sami podchwytywać „nasze” tematy. Ostatnio grono odbiorców znacząco się zwiększyło – zrobiliśmy prezentację w college'u w Essex oraz zostaliśmy zaproszeni do lokalnej szkoły. O ile na początku zainteresowanie było niewielkie, co nieco nas frustrowało, obecnie ludzie często kontaktują się z nami, aby dowiedzieć się więcej o *Transition Westcliff*.

Punktem wyjścia dla inicjatyw *Transition* jest rozumowanie, że jeżeli będziemy chcieli uporać się z problemem szczytu wydobywania ropy i zmian klimatu indywidualnie, to nawet jeżeli będziemy bardzo się starać, to tak naprawdę niewiele będziemy mogli zrobić. Wymiana wszystkich żarówek w domu na energooszczędne to dobry pomysł, ale nie pomoże zamknąć elektrowni węglowych, które emitują dwutlenek węgla. Podobnie nasz własny przydomowy ogród nie rozwiąże wszystkich problemów z brakiem ropy, jak choćby tego, że sąsiedzi nie będą mieli dostępu do żywności. Jeżeli pozostawimy to wszystko w rękach rządu, to patrząc na to w jakim tempie i kierunku idą jego działania w Polsce, a nawet w Wielkiej Brytanii, to również nie uda się osiągnąć zbyt wiele. Jest jednak jeszcze jedna możliwość – wspólne działanie w mieście czy wsi. Łącząc siły z innymi mieszkańcami możemy zrobić więcej niż w pojedynkę. A gdy w lokalne działania włączy się wiele miast i wsi, to będziemy mieli konkretne efekty na dużą skalę. Stąd właśnie inicjatywy *Transition*.

Praktyczne i widoczne

Od początku mieliśmy w Westcliff wiele zapалу do praktycznych działań. Ograniczał nas jednak brak czasu i społecznego wsparcia. Dodatkowo, wiele spraw trzeba było przedyskutować, gdyż okazało się, że rozumienie koncepcji TT jest odmienne u różnych osób. Pomimo trudności rozpoczęliśmy realizację kilku małych projektów i jednorazowych inicjatyw, wykorzystujących lokalne zasoby. Ludzie wydają się bardziej zainteresowani ideą *Transition*, gdy konkretne projekty już funkcjonują blisko nich.

Inicjatywy takie, jak „Spacer po ogrodach użytkowych”, „Wycieczka po ekodomach”, „Podnieś jabłko” (ang. *apple scrumping*), „Podziel się ogrodem” czy ciesząc się dużym zainteresowaniem Festiwal Dobrego Życia, pokazują ludziom, że nie zajmujemy się tylko teorią, ale podejmujemy konkretne działania. Do „Wycieczki po ekodomach” zgłosili się już właściciele domów, którzy mają podzielić się swoimi doświadczeniami z instalacją różnego rodzaju sprzętu. W ubiegłym roku na wycieczkę po ekodomach w *Transition Stroud* zjawili się ponad 250 osób na 12 tys. mieszkańców, więc przygotowujemy się na to, że u nas będzie podobnie.

Projekt „Podziel się ogrodem”, prowadzony przez różne inicjatywy *Transition* w Wielkiej Brytanii, tak się spodobał programowi telewizyjnemu Channel 4, że miesiąc temu zrobili na swojej stronie internetowej zakładkę „Podziel się swoim kawałkiem ziemi” (landshare.channel4.com) dla całego kraju, pod patronatem znanego w kucharza i ekologicznego farmera. Z kolei w ramach projektu „Podnieś jabłko” mieszkańcy umawiają się na zbieranie jabłka w ogrodach. Często wiele jabłek się marnuje, bo nie ma ich komu zebrać ani co z nimi zrobić. A jeżeli zorganizuje się wokół tego wydarzenie, to można na przykład na miejscu wycisnąć z nich sok albo potem zjeść je w szarlotce.

Gdy ogłosiliśmy, że planujemy zorganizować Festiwal Dobrego Życia, swoje entuzjastyczne wsparcie zgłosiło kilkoro lokalnych terapeutów, specjalista ds. zdrowia psychicznego z lokalnej służby zdrowia, wykładowczyni z lokalnego Uniwersytetu i lokalna organizacja zajmująca się promocją zdrowia. A wszystko to za sprawą jednego e-maila, który ludzie przesyłali do swoich znajomych, a my tylko czekaliśmy na odzew.

Praktyczne działania idą znacznie sprawniej, jeśli uda się zbudować więzi z lokalnymi władzami. Zaczęliśmy od zebrania adresów e-mail wszystkich radnych Westcliff i zaproszenia ich do współpracy. Odpowiedziały tylko dwie osoby... Mimo tego, co miesiąc wysyłamy biuletyn do wszystkich samorządowców, aby byli świadomi istnienia naszych działań. Jesteśmy również w kontakcie z lokalną administracją. Zaprośiliśmy na spotkanie tych urzędników, których zakres odpowiedzialności sprawia, że mogą być potencjalnie zainteresowani naszymi inicjatywami. Ze strony gminy zaowocowało to m.in. pomysłami na współpracę oraz zaproszeniem nas na posiedzenie Komitetu ds. Zrównoważonego Rozwoju.

Wykorzystać lokalny potencjał

Wiele grup w naszym mieście już robi rzeczy zgodne z ideą *Transition* – choćby lokalny związek kredytowy. Co prawda ich liderzy nie widzą jeszcze możliwości współpracy z nami, jednak powoli próbujemy budować wzajemne zrozumienie i wspierać te organizacje, np. przez wspólne imprezy i promocję ich działalności na naszych spotkaniach i w biuletynie informacyjnym.

Wydaje się, że w wielu miejscowościach, gdzie prężniej rozwijają się grupy *Transition*, już wcześniej było wielu działaczy zainteresowanych lokalnymi sprawami, będących jednocześnie ekspertami w różnych dziedzinach, na których wspiera się idea *przejścia* – uprawa żywności, budownictwo, odnawialne źródła energii. W naszym mieście albo nie dotarliśmy jeszcze do takich osób, albo pracują nad swoimi projektami i nie widzą zbieżności z nami, albo ich po prostu nie ma, bo np. zostali „wyssani” z Southend do pobliskiego Londynu. Dlatego nasza praca polega w znacznej mierze na tworzeniu „kadr” poprzez szkolenia i imprezy – tak, abyśmy później mieli odpowiednią grupę do realizacji większej ilości projektów. Od czasu do czasu odkrywamy inicjatywy, które wkomponowują się w zakres działania *Transition Westcliff*, np. niezależnie od nas organizowane kursy ekologicznej uprawy ogrodów.

Westcliff było pierwszym *Transition Town* w hrabstwie Essex, ale niedawno pojawiły się bliźniacze inicjatywy w Maldon, Writtle i Rayleigh. Jesteśmy w kontakcie, wspieramy się wiedzą i materiałami,



foto: Mike Grenville

Konkurs na najlepszą szarlotkę

planujemy wspólne spotkania. Wiele osób, które dotąd nie miały kontaktu z tematami zmian klimatycznych, szczytu wydobywania ropy czy „lokalizmem”, ma szansę zaangażować się w nową działalność. Jednocześnie trzeba mieć na uwadze, że model Transition wymaga zwiększenia świadomości społeczeństwa, w atmosferze wzajemnego szacunku i zrozumienia, dlatego dochodzenie do niego bywa czasochłonne.

Aby zapobiec najpoważniejszym konsekwencjom „końca ropy” i zmian klimatycznych, niezbędne są nie tylko działania na poziomie rządu oraz indywidualnej odpowiedzialności. Wiele ludzi instynktownie rozumie, że konieczne są również wysiłki na poziomie lokalnych społeczności, jednak większości osób, które spotykamy, zrozumienie tego zajmuje trochę czasu. To jak elementy układanki i nauczanie się umiejętności pracy w grupie. Po roku działań, aby móc włączyć do naszej inicjatywy ludzi z całego Southend, zdecydowaliśmy się zmienić nazwę z Transition Westcliff na Southend-on-Sea in Transition.

Inicjatywy Transition to nie tylko sposób na wspólne przygotowanie się do zbliżającego się kryzysu paliwowego. To także okazja do spotkań towarzyskich, do tworzenia więzi między ludźmi i szansa na lepsze życie, bliżej przyrody.

Marcin Gerwin i Kamil Pachalko

Dla osób, które chciałyby założyć inicjatywę Transition w swojej miejscowości, przygotowany został przewodnik: „Transition Initiatives Primer”, który można pobrać za darmo ze strony www.transitiontowns.org. Został on dotąd przetłumaczony na dziesięć języków.

Blog Roba Hopkinsa: www.transitionculture.org

Polecane książki o inicjatywach Transition:

- ▶ Rob Hopkins, *The Transition Handbook: from oil dependency to local resilience*
- ▶ Shaun Chamberlin, *The Transition Timeline: for a local, resilient future*
- ▶ Tamzin Pinkerton i Rob Hopkins, *Local Food: How to Make it Happen in Your Community*
- ▶ Peter North, *Local Money: How to Make it Happen in Your Community*
- ▶ Film on-line:
- ▶ In Transition 1.0 (YouTube, Vimeo)
- ▶ Pierwotna wersja tego tekstu ukazała się w „Magazynie Obywateli” nr 46

Ekowioski jako katalizatory regionalnego rozwoju gospodarczego

Studium ekowioski Findhorn w Szkocji

Ekowioski, kontrkulturowe eksperymenty społecznościowe, z których wiele pochodzi z lat 1960. i 1970., zaczynają odgrywać coraz większą rolę, jako katalizatory społeczno-ekonomicznego odrodzenia bioregionów, w których się znajdują. Jest to świeże zjawisko, będące znakiem istotnej transformacji profilu i roli tych wspólnot. O ile dawniej ekowioski miały tendencję zwracania się do wewnątrz i utrzymywania stosunkowo nielicznych kontaktów z innymi miejscowymi podmiotami, dziś we wszystkich obszarach powstają nowe partnerstwa i związki z władzami, biznesem, nauką i organizacjami społecznymi. W tym artykule przedstawiono jak te trendy zaznaczają się w ekowiosce Findhorn⁴⁵ w północnej Szkocji, ze szczególnym zwróceniem uwagi na współpracę gospodarczą oraz kluczową rolę, jaką w tym procesie odgrywają waluta społecznościowa Findhorn i fundusz inwestycyjny tej wspólnoty.

Najpierw jednak pokażmy pewne historyczne trendy w ruchu ekowiosek. Lata 1960. i 1970. były złotym okresem dla ruchu komun celowych. Ziemia była tania, przepisy związane z planowaniem luźne i NIMBYizm⁴⁶ ledwie zauważalny na polu społecznym. Co więcej, był to okres radykalnej zmiany, w której wiele osób – zwłaszcza młodych ludzi – odrzucało dominujące wartości głównego nurtu. Wzbierała fala eksperymentów z komunami. Motywy jakie legły u ich podstaw były różnicowane – pragnienie bliższych i żywszych relacji, chęć odnowienia kontaktu z ziemią, duchowe poszukiwania, pokojowy aktywizm, ekofeminizm czy edukacja mająca na celu dobro dzieci. Z chwilą gdy coraz więcej uwagi zaczęto przykładac w ostatnich dekadach do ekologicznego zrównoważenia, ekowioski zaczęły dominować wśród komun celowych⁴⁷.

Od momentu swego powstania, komuny celowe były z zasady kontrkulturowe, stojąc w opozycji do niemal wszystkich aspektów głównego nurtu społecznego. Członkowie komun sami budowali swe własne domy, uczyli swoje dzieci, modlili się lub medytowali w swoich sanktuariach a w wielu przypadkach nawet rodzili w domach dzieci i sami leczyli się. Nigdy nie prosili władz o finansowe wsparcie, ani nie mieli praktycznie żadnych szans, aby je otrzymać. Ekorozwój oznaczał więc poleganie na samym sobie i całkowitą niezależność od zewnętrznego społeczeństwa, od którego się odwracano.

Mimo sporadycznych przypadków współpracy „ponad podziałami”, do końca dwudziestego wieku te dwa nurty – główny i ekowiosek – pozostawały całkowicie od siebie odseparowane.

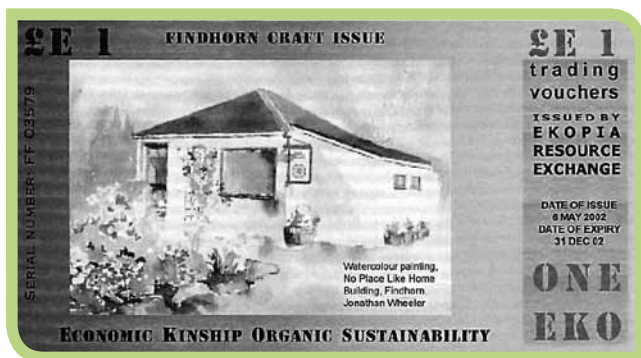
Jest jednak wyraźnie dostrzegalne, że w ostatniej dekadzie te dwa nurty połączyły się. Jest realizowana coraz większa liczba projektów współpracy, obejmujących ekowioski oraz władze lokalne i centralne, mieszkańców gmin i wszelkie typy organizacji. W przeważającej większości jest to wynikiem tego, że te rodzaje inicjatyw, które podejmowały ekowioski w minionych dekadach, znalazły się w głównym polu uwagi świata, który boryka się z barierami wzrostu. Obejmuje to zarówno technologie i metody takie jak permakultura, energooszczędne budownictwo, energia odnawialna, rolnictwo organiczne czy terapie uzupełniające ofertę służby zdrowia, jak i umiejętności służące zrównoważonemu zarządzaniu społecznością, rozwiązywaniu konfliktów, porozumieniu bez przemocy, medytacji i dobrowolnemu życiu w prostocie.

Dla ekowioski Findhorn, społeczności liczącej około 450 osób na wybrzeżu Moray Firth w północnej Szkocji, dwa opracowania były szczególnie pomocne w budowaniu mostów z pobliskimi społecznościami i organizacjami.

⁴⁵ *Wspólnota Fundacji Findhorn ma 40 lat!* [w:] „Zielone Brygady. Pismo Ekologów” nr 2(182)/2003, kwiecień 2003, zb.eco.pl/publication/wspolnota-fundacji-findhorn-ma-40-lat-p172911 i *Trochę faktów o wspólnocie Fundacji Findhorn* [w:] „Zielone Brygady. Pismo Ekologów” nr 2(182)/2003, zb.eco.pl/publication/troche-faktow-o-wspolnocie-fundacji-findhorn-p173011 – red.

⁴⁶ NIMBYizm – skrót od Not In My Back Yard – *nie w moim ogródku*. – tłum.

⁴⁷ J. Dawson, *Ecovillages: New Frontiers for Sustainability*, Green Books, 2006



Pierwszym było studium pochodzące z roku 2002, wykonane przez miejscową firmę Moray, Badenoch and Strathspey Enterprise, na temat gospodarczego wpływu społeczności Findhorn na gospodarkę północnej Szkocji⁴⁸. Studium to podaje, że społeczność tworzy 400 stanowisk pracy i wypracowuje rocznie ponad 5 mln funtów obrotu, a także odnosi się do wartości, jaką dla szkockiej gospodarki stanowi różnicowanie aktywności gospodarczej tej społeczności, które znacznie wykraczająca poza to, czego się tradycyjnie naucza w tym regionie.

Drugim była analiza ekologicznego odcisku stopy wspólnoty Findhorn, wykonana przez Sztokholmski Instytut Środowiska w 2006 roku, która wykazała, że odcisk przeciętnego rezydenta Findhorn jest odrobinę wyższy od połowy średniej krajowej Wielkiej Brytanii. To najniższy wskaźnik zanotowany wśród społeczności świata uprzemysłowionego.⁴⁹

Te dwa opracowania pomogły przedstawić ekowioskę Findhorn jako znaczącego, potencjalnego partnera dla agencji poszukujących metod promocji odnowy gospodarczej opartej na ekologicznym zrównoważeniu i wspólnotowości. Były one podstawą wielu partnerstw, jakie się rozwinęły od tego czasu.

Osią sukcesu gospodarczego Findhorn jest zrozumienie prawdziwej natury pieniądza i tego, jak można wykorzystać zasady jego obrotu dla korzyści lokalnej gospodarki. Pierwszym krokiem było powołanie do istnienia w roku 2001 spółdzielni Ekopia (www.ekopia-findhorn.org) w celu umożliwienia członkom wspólnoty lokowania oszczędności w inicjatywy społecznościowe. Ekopia określa projekty, które potrzebują wsparcia, a następnie emituje i sprzedaje udziały w nich.

To daje społeczności możliwość sięgania do zasobów finansowych zarówno własnych członków, jak i szerszej „rodziny” Findhorn, którą stanowią w dużej mierze jej dawni członkowie. Wszyscy członkowie „rodziny” podzielają wizję społecznościową, polegającą na tworzeniu osad bardziej samowystarczalnych i wywierających mniejszy wpływ na środowisko. Do dnia dzisiejszego 700 tys. funtów zostało zebranych i zainwestowanych w całą gamę przedsięwzięć obejmujących park wiatrowy składający się z czterech turbin, które produkują 750 kW energii elektrycznej, co czyni wspólnotę netto eksporterem odnawialnej energii, tanie domy dla członków wspólnoty oraz wykupywanie lokalnych sklepów.

System dostarcza społeczności wielu korzyści. Inwestorzy stają się współwłaścicielami biznesów, w których posiadają udziały, mają 5-procentową zniżkę na wszystkie zakupy we wspólnotowych sklepach i kawiarniach oraz otrzymują dywidendę, będącą odbiciem wzrostu obrotów biznesu. Ekopia oblicza, że łącznie te wszystkie korzyści mogą osiągnąć rocznie 50 funtów od udziałów w wysokości 500 funtów⁵⁰, podczas gdy bank od depozytu 500 funtów oferuje 10 funtów rocznie⁵¹. Biznes społecznościowy jest w stanie pozyskiwać środki z pieniężnych oszczędności członków wspólnoty, bez konieczności płacenia odsetek i opłat na rzecz banków komercyjnych. Przy obecnym oprocentowaniu pożyczek bankowych na najniższym

⁴⁸ Brian Burns, *Findhorn Foundation : Economic Impact Assessment*, Moray Badenoch and Strathspey Enterprise, 2002

⁴⁹ S. Tinsley and George H., *Ecological Footprint of the Findhorn Foundation and Community Report*, Sustainable Development Research Centre, 2006

⁵⁰ czyli stopa zysku 10%. – tłum.

⁵¹ czyli odsetki w wys. 2%. – tłum.

w historii poziomie, czynnik ten ma mniejsze znaczenie, niż może mieć w bliskiej przyszłości, jednak i obecnie oszczędności wynikające z niepłacenia bankom odsetek są znaczące.

Kolejnym krokiem na drodze budowania elastycznej, społecznościowej gospodarki, było powołanie do istnienia Eko, waluty społecznościowej emitowanej przez ekowioskę Findhorn i kilku przedsiębiorców z sąsiedniej wsi. Prawie wszystkie produkty wytwarzane i usługi świadczone w ramach społeczności – kursy szkoleniowe, usługi budowlane, książki, jedzenie, bilety do kina i teatru, druk, rękodzieło itd. – można kupić za walutę społecznościową.

Z punktu widzenia gospodarki społecznościowej uroda Eko polega na tym, że mogą one być wydawane wyłącznie lokalnie, więc pozostają dostępne dla członków wspólnoty, chcących z sobą handlować. Są one w tym sensie podobne do Ithaka Hours, systemu waluty stworzonej przez działacza społecznościowego, Paula Glovera, w mieście Ithaka w stanie Nowy Jork w USA. Reprezentują – mówiąc słowami Paula – *pieniądzę posiadające granice, dzięki którym pozostają wewnątrz społeczności. Nie trafiają do miasta, aby następnie, po przejściu kilka razy z rąk do rąk, wędrować po całym globie. Wspierają handel lokalny, będąc „niepodróżnymi” czekami, gdyż należy je wydać tutaj, a nie gdzieś indziej.*

Pierwsza emisja miała wartość 18 500 Eko, po 18 miesiącach, po jej zakończeniu miała miejsce druga (20 000 Eko), obliczona na trzy lata, po której wyemitowaliśmy 18 000 Eko i ta emisja znajduje się obecnie w obiegu (jej czas trwania będzie wynosił 6 lat). Wartość Eko jest równa wartości jednego funta i jest ono kupowane za jednego funta.

Decyzja o stworzeniu waluty zabezpieczonej funtem szterlingiem, na który była wymieniana po upływie terminu jej ważności, miała na celu zapewnienie lokalnemu biznesowi, że nie pozostanie z dużymi kwotami nadwyżek, których nie można upłynić, jak to miało miejsce z systemami LETS, które poprzedały Eko. Problemem systemów LETS było to, że nie oferowały wystarczającej ilości towarów i usług. W następstwie tego faktu przedsiębiorcy, a zwłaszcza właściciele społecznościowych sklepów, nie byli w stanie wydać wszystkich trafiających do nich pieniędzy. Eko zostało tak zaprojektowane, aby firmy zarejestrowane w tym systemie mogły w dowolnej chwili wymienić wszelkie jego nadwyżki na funty szterlingi. W rzeczywistości waluta krąży bez przeszkód po całej społeczności i mało który przedsiębiorca zażyczył sobie funtów szterlingów w zamian za Eko, których nie był w stanie wydać. W takich sytuacjach zwrócone Eko jest stopniowo wprowadzane z powrotem do obiegu.

System ten dostarcza społeczności znaczących korzyści.

Po pierwsze, przyciągnięte do systemu funty (za które kupiono Eko) tworzą znaczący dla członków społeczności fundusz drobnych pożyczek. Są to pożyczki wzajemne oferowane na niskim oprocentowaniu.

Po drugie, przedsiębiorcy społecznościowi rozliczają się między sobą w Eko, zamiast korzystać z pośrednictwa banku, zaoszczędzając na tym rocznie co najmniej 2 tys. funtów na opłaty bankowe, jakie by musieli za to ponieść.

Po trzecie, banknoty Eko stanowią atrakcję dla kolekcjonerów i spora ich ilość nie została wycofana w wyznaczonym terminie. Każde przejście do emisji Eko II i Eko III dało nadwyżkę w wysokości ponad 1 000 funtów, które zostały zainwestowane w namiot i inne urządzenia społeczności.

Po czwarte, społeczność czerpie dużą korzyść edukacyjną i prestiżową z tytułu użycia Eko. Poprzez zaangażowanie w zabawę w system pieniężny i używanie pieniędzy, które się samemu stworzyło, poszerzane są bariery niemożliwego. W subtelny sposób społeczność staje się silniejsza i pełniejsza wyobraźni – w większej mierze zdolna do inspirowania co najmniej 3 000 osób uczestniczących corocznie w warsztatach organizowanych przez Findhorn.

Wreszcie, i jest to główny powód, dla którego ta waluta została stworzona, Eko krąży lokalnie, podczas gdy waluta narodowa z pewnością wycieknie do systemu globalnego. Szacuje się, że pierwsza emisja Eko przyniosła obrót w wysokości 150 000 funtów w pierwszym roku tego projektu, zmieniając w tym czasie dziesięciokrotnie właściciela. Są to pieniądze, które są obecne wszędzie w okolicy, przechodzą przez wiele rąk i dostarczają bardzo cennego smaru dla lokalnej gospodarki.

Z pewnością wiele produktów oferowanych w sprzedaży w sklepie społecznościowym i przez innych przedsiębiorców powstaje poza społecznością i pieniądze, którymi się za nie płaci, będą musiały opuścić

system. Tym niemniej, użycie Eko zapobiega znaczącemu wyciekowi siły nabywczej i sprawia, że tworzenie nowych lokalnych firm staje się łatwiejsze. Pomaga zwiększyć potencjał społeczności służący świadomemu wspieraniu miejscowych przedsiębiorców, nawet jeśli wiąże się to z wyższymi niż w supermarketach cenami, które należy zapłacić.

Podczas gdy Ekopia i Eko są jądrem sukcesu gospodarczego społeczności Findhorn, istnieją też inne innowacyjne systemy, które umożliwiają zatrzymanie krążących lokalnie pieniędzy i wspomagają biznes społecznościowy w konkuruwaniu z powodzeniem z globalnym agrobiznesem. Jednym z nich jest EarthShare (www.earthshare.co.uk), najstarsze i największe w Wielkiej Brytanii stowarzyszenie wspierające rolnictwo (CSA, Community-Supported Agriculture).

Dostarcza on raz na tydzień w ciągu całego roku paczki z lokalnie produkowanymi, organicznymi warzywami do prawie dwustu należących do systemu rodzin, które dzielą między sobą uzyskiwane plony. W ten sposób ryzyko słabych zbiorów jest dzielone między producentów i konsumentów. W latach dobrych zbiorów paczki są duże, w latach chudych mniejsze. W ten sposób zapewnione jest godziwe wynagrodzenie dla rolników, a konsument otrzymuje wysokiej jakości, bogate w składniki odżywcze, transportowane na niewielką odległość produkty organiczne, po cenach niższych, niż mają ich odpowiedniki w pobliskim supermarkecie Tesco.

Innym podobnym schematem jest Cowshare, w którym grupa inwestorów posiada udziały w stadzie mlecznych krów, dostarczających mleko lokalnym producentom serów. Udziałowcy uzyskują wysoki, 8-procentowy zysk – znacznie wyższy, niż oferują dziś banki – lecz zysk jest wypłacany w serze lub produktach mlecznych.

Te różnorodne inicjatywy wspomagają powstawanie społecznościowej gospodarki (np. autor tego tekstu jest udziałowcem w parku wiatrowym, w sklepie społecznościowym, w kawiarni, w kawałku ziemi na skraju wspólnoty, zwanym Duneland, oraz w projektach Earthshare i Cowshare). Ma to znaczenie większe, niż tylko symboliczne, gdyż współwłasność w majątku społecznościowym daje społeczności możliwość podejmowania decyzji w oparciu o kryteria inne, niż maksymalizacja zysków. Weźmy przykład Dunelands (www.duneland.co.uk). Jest to nieruchomość na terenie półwyspu Findhorn o wielkości 160 ha. W roku 1997 była ona zakupiona przez firmę powołaną w celu ochrony ekologicznie zagrożonych wydm i lasów oraz w celu zagospodarowania terenu przylegającego do wspólnoty Findhorn, będącego naturalnym poszerzeniem istniejącego na terenie ekowioski parku.

Fakt, że firma jest w posiadaniu członków społeczności, umożliwił stworzenie paktu konserwacji przyrody, który gwarantuje, że większość tego terenu pozostanie w stanie naturalnym i niezabudowanym. Co więcej, na części Dunelandu objętej planem zagospodarowania umożliwiającym zabudowę, jej współwłaściciele zdecydowali się zrzec zysków wynikających ze wzrostu wartości ziemi (na skutek uzyskania pozwoleń na budowę), aby ceny domów były dostępne zwłaszcza dla ludzi młodych. Innymi słowy, współwłasność umożliwiła społeczności wyważenie decyzji w aspektach społecznym, ekologicznym i ekonomicznym.

Ekopia i Eko mają kapitalne znaczenie dla budowy podstaw silnej, zróżnicowanej i elastycznej gospodarki społecznościowej. Istnieje szeroka gama przedsiębiorstw dostarczających zarówno wielu lokalnych stanowisk pracy, jak i wielu produktów oraz usług. Szczególnie istotne dla obecnych zamierzeń jest to, że ta ekonomia w coraz większym stopniu obsługuje rynek spoza samej ekowioski. Niedawne badania zasięgu gospodarki społecznościowej wykazały, że największą oddzielną kategorię przedsiębiorstw stanowią te firmy, które powstały wewnątrz wspólnoty lub zostały założone przez jej członków, i które obecnie prowadzą działalność w sąsiednich miastach, a ich klientela pochodzi spoza społeczności.

Dotyczy to szkoły waldorfskiej Moray Wastebusters (zwycięzcy wśród organizacji non-profit zajmujących się recyklingiem i edukacją), Trees for Life (Drzewa dla Życia, organizacji charytatywnej zajmującej się ochroną przyrody, która zasadziła ponad 800 000 drzewek na Pogórzu Szkockim od czasu jej powstania w 1989 roku), organizacji Wild Things! zajmującej się edukacją środowiskową, która jest sponsorowana przez szeroką gamę lokalnych przedsiębiorców i funduszy, AES Engineering (jedyne go szkockiego producenta paneli solarnych), EarthShare oraz kawiarni z pełną ofertą żywnościową i piekarni, które prowadzą działalność w sąsiedniej wiosce.

To, co ma tu miejsce, to przenikanie gospodarczej vitalności, którą tętni ekowioska, na tereny ją otaczające. Co więcej, jest to osiągnięte przy wsparciu i zachęcie ze strony lokalnych organizacji. O ile we

wczesnym okresie wspólnoty oficjalne wsparcie nie istniało, o tyle teraz ma ona wielu partnerów i fundatorów. Firma ekoenergetyczna Community Energy Scotland udzieliło grantu w wysokości 21 500 funtów, aby pomóc wykonać opinię studyjną dotyczącą parku wiatrowego. Istniejący w Findhorn teatr jest wspierany przez Szkocką Radę ds. Sztuki i innych sponsorów finansowych. CİFAL Findhorn (www.cifalfindhorn.org – centrum szkoleniowe rozwoju zrównoważonego akredytowane przy ONZ) zostało otwarte przy aktywnym wsparciu finansowym i moralnym ze strony zarówno szkockiego rządu, jak i rady miasta Moray.

Co więcej, społeczność dzieli się wiedzą na temat ekorozwoju i gospodarczego odrodzenia poprzez szkolenia i konsultacje. Członkowie społeczności pracują jako konsultanci wielu miejscowych organizacji, włącznie z Community Energy Scotland, Parkiem Narodowym Cairngorms, z agencją rozwoju regionalnego Highlands and Islands Enterprise, z krajową służbą zdrowia (NHS), różnymi władzami oświatowymi, organizacjami zawodowymi i z lokalną administracją. Kursy edukacyjne są zaprojektowane i prowadzone w ramach partnerstw z wieloma szkockimi i międzynarodowymi uniwersytetami. CİFAL Findhorn niedawno prowadził kurs z metodologii Transition Towns⁵² dla rady miasta Moray.

Jednym słowem następuje transformacja w relacjach ekowioski Findhorn z otaczającym ją bioregionem. Jak powiedzieliśmy wyżej, jest to tendencja, która daje się zauważyć w większym lub mniejszym stopniu we wszystkich ekowioskach krajów uprzemysłowionych. Faza eksperymentów skierowanych do wewnątrz zmieniła się w fazę aktywnego dzielenia się wypracowanymi modelami.

Stworzenie Ekopii i Eko odegrało zasadniczą rolę w tym procesie, wprawiając w ruch koło, w którym każdy wygrywa. Inwestorzy zyskują więcej w kategoriach zysków finansowych i współudziału w lokalnym biznesie. Przedsiębiorcy uzyskują dostęp do kredytu z niższym oprocentowaniem, niż oferują konwencjonalne banki. Rozwijające się przedsiębiorstwa lokalne tworzą nowe miejsca pracy i generują siłę nabywczą. A większość tej siły nabywczej pozostaje w społeczności.

Eksperymenty te pokazują, że jest możliwe w praktyce, aby lokalne społeczności dokonywały skrócenia obiegu dóbr w systemie globalnej ekonomii i odzyskiwały środki kontroli nad własnymi inicjatywami gospodarczymi. Wskazują również na to, że co najmniej trzy uzupełniające się elementy muszą wystąpić, aby tak się stało.

Pierwszym jest wyraźna wizja wspólnotowa i określona społeczność, która chciałaby ją urzeczywistnić. Populacja 200 osób wydaje się być minimalnie niezbędna, aby stworzyć jednostkę gospodarczą wystarczająco zróżnicowaną pod względem charakteru uczestniczących w niej przedsiębiorstw i dysponującą siłą nabywczą, zdolną uczynić taki projekt realnym.

Po drugie, wyciek bogactwa pieniężnego z lokalnej ekonomii musi być starannie określony i do takiego stopnia, jak to jest możliwe, zatamowany.

I wreszcie, zgodnie z obserwacjami poczynionymi przez Michaela Shumana, amerykańskiego aktywistę ekonomicznego, powodzenie modelu zależy od synergii, która powstaje, gdy lokalnym inwestycjom towarzyszy lokalna współwłasność, lokalna produkcja i lokalne zatrudnienie.

Jonathan Dawson

tlum. Krzysztof Lewandowski

foto: archiwum Findhorn Foundation

⁵² „miasta przejścia” – por.: Marcin Gerwin i Kamil Pachalko, „Transition Towns: miasta wolne od ropy”, s. 44. – red.

Pieniądże jako rozwiązanie a nie problem.

Przegląd brytyjskich dobrych praktyk w zakresie lokalnej rewitalizacji

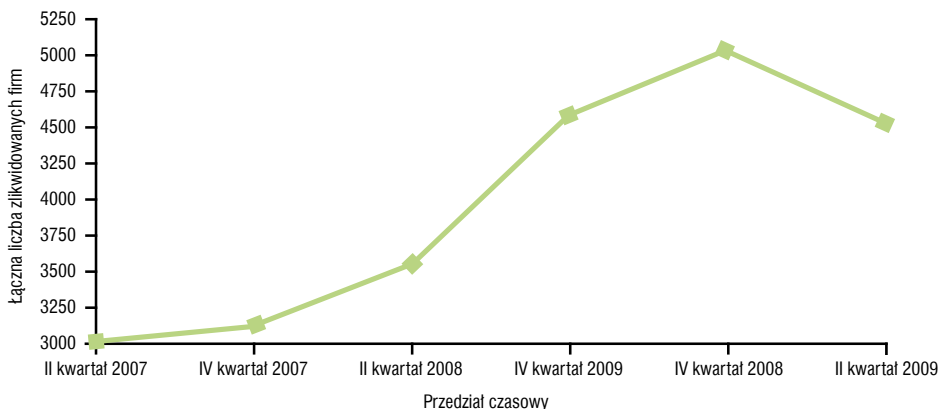
Konwencjonalny system finansowy ma destrukcyjny wpływ na lokalne gospodarki. Ostatnie dwa lata uaoaczniły tę kwestię, gdy hazard uprawiany przez graczy finansowych doprowadził do załamania się systemu finansowego i wstrzymania kredytów dla lokalnych firm. W tym artykule poruszamy kilka przykładów z Wielkiej Brytanii, gdzie dzięki twórczemu podejściu do tematu pieniędzy, lokalne społeczności budują dla siebie lepszą przyszłość.

Gdzie się podziały wszystkie pieniądze?

Ostatnie dwa lata dowiodły, że system gromadzenia kapitału oparty na długach ma katastrofalne skutki dla lokalnych oraz krajowych aktorów na scenie politycznej, dla firm oraz – co oczywiste – dla zwykłych obywateli. Czy można jednak wyobrazić sobie świat, w którym lokalne społeczności przeznaczają fundusze na wzmacnianie inicjatyw partnerskich służących odbudowaniu lokalnej gospodarki? Pokażemy, jak można zrealizować ten cel oraz podamy kilka przykładów miejsc, gdzie tego typu mechanizmy, znajdujące się w fazie embryonalnej, już działają w praktyce.

W ubiegłym roku w Wielkiej Brytanii zbankrutowała rekordowa liczba firm – 19 077, co stanowi wzrost o 23% w stosunku do roku 2008, który obfitował w liczne upadłości. Dzieje się tak pomimo tego, że – zgodnie z wymową raportów – Ministerstwo Skarbu oraz Urząd Celny bardzo łagodnie obchodzą się z firmami z uwagi na polityczną wymowę tych statystyk. Obawiano się, że mogą one zostać użyte przeciw rządowi w nadchodzących wyborach powszechnych. Wykres nr 1 pokazuje wzrost liczby upadłości w trakcie ostatnich dwóch lat i jak na razie nie ma żadnych przesłanek, które sugerowałyby odwrócenie tego trendu.

Rysunek 1 – Bankructwa firm w Anglii i Walii



Źródło: Dane dzięki uprzejmości Urzędu ds. zadłużenia: www.insolvency.gov.uk/otherinformation/statistics/insolv.htm

Jest to spowodowane głównie tym, że banki w Wielkiej Brytanii przestały udzielać pożyczek firmom spoza sektora finansowego. Z raportu na temat pożyczek przygotowanego przez Bank of England wylania się bardzo przynębiający obraz dla właścicieli małych firm:

Czwarty kwartał 2009 roku był trzecim z rzędu, kiedy to zakres pożyczek udzielanych firmom we wszystkich głównych sektorach gospodarki spadł... Wartość pożyczek udzielanych firmom skurczyła się w grudniu o 4,3 miliarda funtów. W rezultacie tempo wzrostu pożyczek w skali roku spadło do rekordowo niskiego poziomu, przy czym tendencja spadkowa jest notowana od 1999 roku.

www.bankofengland.co.uk/publications/other/monetary/trends/inlending.htm

To oznacza, że mniej pieniędzy dostępnych jest dla osób prywatnych lub dla właścicieli małych bądź średnich przedsiębiorstw. Efektem są upadłości, czego potwierdzeniem są wcześniej przytoczone dane. Upadłości pozbawiają ludzi pracy i niszczą lokalne społeczności. W kontekście brytyjskim szczególnie irytuje fakt, że spora część pieniędzy wspierająca kluczowych pożyczkodawców sektora finansowego, takich jak RBS i Lloyds-HBOS, to pieniądze obywateli, które rząd przeznaczył na dofinansowanie banków w 2008 roku. Pomimo tego rząd nie spróbował w żaden sposób wymusić na bankach realizacji pożyczek na ustalonym poziomie, na który banki przystały podczas dofinansowania. Rząd nie wprowadził również żadnych kar dla tych banków, które nie zrealizowały obiecanych celów.

Z chwilą zawalenia się globalnego systemu finansowego w połowie 2008 roku wiele krajów, w których sektor finansowy był mocno rozwinięty, ma podwójny powód do zmartwień. Znaczna część brytyjskiej gospodarki była powiązana z działalnością finansową, która spowodowała się do spekulowania cenami towarów lub kursami wymiany walut. Taka sytuacja generowała wpływy pieniężne, ale nie miała żadnego powiązania z rzeczywistą gospodarką. Mimo to brytyjskie Ministerstwo Finansów coraz bardziej uzależniało się od tego schematu. Według danych zamieszczonych w najnowszym wydaniu almanachu *Blue Book* w 2007 roku usługi finansowe przyniosły brytyjskiemu budżetowi prawie 400 miliardów funtów na tle 2,5 trylionu funtów produktu krajowego brutto. Sektor finansowy miał więc proporcjonalnie największy wpływ na brytyjski PKB.

Katastrofalny stan brytyjskich finansów publicznych wyszedł na jaw w styczniu 2010 r., gdy rząd po raz pierwszy musiał zaciągnąć pożyczkę w tym miesiącu, choć styczeń jest zazwyczaj okresem, w którym większość firm płaci podatki. W styczniu 2009 roku w rezerwach finansowych rządu brytyjskiego znajdowało się 5,3 miliarda funtów, jednak dwanaście miesięcy później rząd musiał pożyczyć 4,3 miliardy funtów. Prognozowana wartość pożyczek, które rząd będzie musiał zaciągnąć w całym roku budżetowym 2009/10 wynosi 178 miliardów funtów (dane zaczerpnięto z Krajowego Biura Statystycznego). W obliczu tych katastrofalnych danych wszystkie władze polityczne na szczeblu krajowym i lokalnym mocno tną wydatki budżetowe. Taka sytuacja skłania władze lokalne do bardziej twórczego myślenia o uzyskaniu dostępu do zasobów służących rewitalizacji gospodarczej.

Partnerstwa na rzecz rewitalizacji gospodarczej z wykorzystaniem pieniędzy bankowych

Katastrofalna sytuacja finansów publicznych sprawia, że politycy zaczynają się zastanawiać skąd pozyskiwać pieniądze, aby nadal opłacać podstawowe usługi publicznie, od których zależy los wielu osób. Warto zauważyć, że lokalne gospodarki znajdują się w takiej sytuacji od wielu dekad – wraz ze wzrostem dochodów pozyskiwanych z globalnych obiegów finansowych zmniejsza się ilość pieniędzy dostępnych dla gospodarek lokalnych. Zamiast inwestować pieniądze lokalnie, tak jak miało to miejsce wcześniej, ludzie są zachęceni do deponowania pieniędzy w globalnych bankach lub w bankach zagranicznych, co do których nie można mieć pewności, że są bezpieczne.

Załamanie się sektora bankowego w Islandii spowodowało pozbawienie brytyjskiej gospodarki ogromnej ilości funduszy, które można było przeznaczyć na rozwój lokalnych społeczności. Na podstawie systemu rekompensaty usług finansowych (Financial Services Compensation Scheme) rząd wypłacił około 3 miliardy funtów jako gwarancję dla prywatnych oszczędności przechowywanych w islandzkich bankach Landsbanki oraz Kaupthing. Dodatkowo 1,2 miliarda funtów przeznaczono na poczet gwarancji oszczędności,

które przekroczyły limit ustalony w tym systemie. Choć rząd zagwarantował bezpieczeństwo prywatnych oszczędności, wiele władz lokalnych przełało nadwyżki z podatków na swe konta w islandzkich bankach. Te pieniądze przepadły z chwilą upadku banków: 123 władze lokalne w Wielkiej Brytanii zdeponowały 919,6 milionów funtów w islandzkich bankach, które upadły w październiku 2008 r. Choć władze lokalne otrzymały zapewnienie, że 95% tych funduszy powinno zostać zwrócone, do tej pory nie wpłynął ani jeden funt, dlatego wiele władz lokalnych zaczyna traktować te środki jako nie do odzyskania.

Rada Birmingham – drugiego co do wielkości miasta w Wielkiej Brytanii – przyznała się do zdeponowania łącznie 77 milionów funtów na kontach zagranicznych banków. Te pieniądze można by zainwestować w projekty przeznaczone dla mieszkańców West Midlands⁵³, jednak ryzykuje się trzymanie ich w zagranicznych bankach, nawet po tym jak w 2009 roku załamał się islandzki system bankowy.

Sytuacja byłaby w zasadzie śmieszna, gdyby jej skutki nie były tak poważne. Pieniądze wpłacone przez obywateli na rzecz wspierania rozwoju gospodarczego lub lokalnych projektów infrastrukturalnych zniknęły w czarnej dziurze globalnych finansów. W jaki sposób władze lokalne mogą zachęcać obywateli do inwestowania w lokalną gospodarkę, zwłaszcza w projekty na rzecz ochrony środowiska? Jednym z pomysłów jest system, który jest właśnie wdrażany w Birmingham (patrz *Studium przypadku nr 1. Nowy zielony pakt dla Birmingham*).

Studium przypadku nr 1. Nowy zielony pakt dla Birmingham

Nowy zielony pakt dla Birmingham (Birmingham Green New Deal) pokazuje, że można jednocześnie zaradzić kryzysowi gospodarczemu i ratować środowisko naturalne. To dobry przykład współdziałania lokalnych interesariuszy na rzecz realizacji wspólnego celu. Biorąc pod uwagę ciągłą niemożność rozwiązania problemu bezrobocia i niekontrolowanej emisji dwutlenku węgla przez rządy poszczególnych krajów oraz aktorów na scenie międzynarodowej, strategie wdrażane na szczeblu lokalnym mogą przynieść wymierne rezultaty oraz rozwiązania bardziej dostosowane do lokalnych potrzeb.

Organizacje Localise West Midlands i Encraft (jako główny doradca techniczny) odegrały kluczową rolę w opracowaniu biznesplanu projektu pod auspicjami rady miasta. Obie organizacje będą zaangażowane w sterowanie projektem na jego początkowym etapie. W ten sposób partnerstwo władz publicznych z trzecim sektorem można postrzegać jako symbiozę, w której organizacja pozarządowa wykazuje się oryginalnym i innowacyjnym myśleniem, natomiast władze lokalne wnoszą wkład w postaci bogactwa zasobów i infrastruktury potrzebnej do realizacji projektu.

Rząd brytyjski zapisał w prawie ambitne cele redukcji emisji dwutlenku węgla, uchwalając *Ustawę o zmianach klimatycznych z 2008 roku* (Climate Change Act 2008), która określa redukcję emisji gazów cieplarnianych o przynajmniej 34% do roku 2020 oraz o 80% do roku 2050. Prawo nakłada obowiązki na całą przyszłą administrację, ale jak dotąd rząd nie spieszy się z podejmowaniem rzeczywistych działań, które umożliwiłyby realizację tych celów. Podobnie jest z bezrobociem – procent ludzi pozostających bez pracy, nawet według szacunków rządowych, jest bardzo wysoki. Około 2,5 mln osób jest bezrobotnych, z czego 728 000 to osoby poniżej 25 roku życia.

Rada miasta Birmingham, przy współpracy z innymi organizacjami lokalnymi, postanowiła wziąć inicjatywę we własne ręce. Projekt Nowy zielony pakt ma pomóc miastu Birmingham zrealizować cele redukcji emisji dwutlenku węgla, a przez to wspierać rekrutację i przekwalifikowanie lokalnej siły roboczej. Projekt będzie się składał z umów na modernizację domów i budynków firmowych w wybranym obszarze miasta, dzięki którym lokalne firmy zainstalują w nich bardziej energooszczędne rozwiązania, takie jak izolacje i generatory energii odnawialnej (np. ogniwa fotowoltaiczne). Jest to znakomity przykład trójstronnego partnerstwa między sektorem publicznym, prywatnym i pozarządowym. Wspomnieliśmy już o tym, że inicjatorem był trzeci sektor, który zapewnia również potrzebne ekspertyzy oraz wiedzę lokalną: organizacje Encraft oraz Localise West Midlands zostały poproszone o przygotowanie biznesplanu dla rady miasta Birmingham, natomiast przedstawiciele Agencji ds. środowiska (Environment Agency) oraz lokalnego partnerstwa strategicznego Be Birmingham zasiadają w charakterze konsultantów

⁵³ Środkowo-zachodnia Anglia – tam znajdują się obie wspomniane miasta. – red.

w zarządzie projektu. Biznesplan określa, że w ramach projektu zostanie stworzonych (lub ochronionych) 111 miejsc pracy, 179 osób przekwalifikuje się zawodowo, zmodernizowanych zostanie 5 221 domów oraz 302 firmy. Oprócz tego do roku 2014 do atmosfery przedostanie się o 7 289 ton dwutlenku węgla mniej – jest to odpowiednik zaoszczędzenia na rachunkach za ogrzewanie 269 funtów na jedno gospodarstwo domowe. Ten system jest projektem pilotażowym dla całego kraju. Jeśli się powiedzie, może być wdrożony w innym miejscowościach, ewentualnie inne miejscowości mogą zainicjować własne projekty na bazie doświadczeń Birmingham.

Sfinansowanie takiego projektu to wydatek rządu 37,5 miliona funtów. Składają się na niego koszty stałe (place i administracja) i koszty inwestycji, związane z modernizacją budynków. W projekcie wykorzystano dostępne finanse rządowe, w tym pilotażowe wdrożenie systemu Placisz, gdy oszczędzasz (Pay As You Save) oraz Sąsiedzki Fundusz Pracy (Working Neighbourhoods Fund). System płacenia w miarę uzyskiwania oszczędności stworzono z myślą o tych rodzajach projektów, które na starcie wiążą się z dużymi kosztami kapitałowymi, ale zwracają się poprzez zyski z mikrogeneracji⁵⁴. Unikalnym aspektem tego systemu jest to, że partnerami są sektory publiczny i prywatny. Finansowanie zapewnia kapitał prywatny (na przykład banki lub system obligacji), jednak koordynacją zajmują się władze lokalne, które nadzorują rachunki tych, którzy dołączają do systemu oraz zarządzają ryzykiem zadłużenia w imieniu pożyczkobiorców. Takie rozwiązanie jest o wiele atrakcyjniejsze dla obu stron w sytuacji ekonomicznej, gdzie pożyczanie pieniędzy osobom prywatnym stoi na rekordowo niskim poziomie. Dodatkowe fundusze pochodzą z rządowego programu Cel redukcji emisji węgla (Carbon Emissions Reduction Target), który obliguje dostawców energii do ponoszenia części kosztów związanych z modernizacją domów i firm w taki sposób, aby były bardziej energooszczędne. Fundusze pozyskano również z systemu Warm Front (Ciepły front), który oferuje granty rządowe w wysokości do 6 000 funtów na domostwo. Pieniądże można przeznaczać na modernizację izolacji i ogrzewania domu.

Nawet w najbardziej optymistycznym scenariuszu, zakładającym wykorzystanie tych wszystkich zróżnicowanych programów, sfinansowanie całego projektu nie będzie możliwe bez zaangażowania osób prywatnych – ich wkład musi być na poziomie nieco ponad 10 milionów funtów, czyli około 34% kosztów całej inwestycji. Podmioty wnoszące ten kapitał to właściciele modernizowanych posiadłości, jednak zaproponowano dwa bodźce, dzięki którym wzięcie udziału w projekcie będzie dla nich jeszcze bardziej atrakcyjne. Pierwszy polega na przekonaniu podmiotów, że dostęp do izolacji oraz urządzeń mikrogenerujących będzie odbywał się na o wiele bardziej preferencyjnych warunkach niż normalnie, ponieważ około dwie trzecie kosztów jest subsydiowanych.

Po drugie, firmy angażujące się w ten projekt zamierzają pożyczyc kapitał właścicielom posiadłości, ponieważ mają gwarancję przyszłych dochodów z mechanizmu taryf gwarantowanych. Jest to pierwszy tego typu projekt wykorzystujący taryfy gwarantowane, dzięki czemu energia wygenerowana przez właściciela domu jest sprzedawana do sieci, finansując w ten sposób koszty projektu. Szacuje się, że za każde ogniwo fotowoltaiczne o mocy jednego kilowata, osoby biorące udział w tym systemie uzyskają dochód w wysokości 307 funtów rocznie, co stanowi zabezpieczenie każdej takiej pożyczki. Dzięki temu system można wdrażać bez zbytniego obciążania kosztami rady miasta lub osób prywatnych.

Podsumowując, plan Nowego zielonego paktu dla Birmingham ilustruje podejście do partnerstwa, w którym każdy z partnerów robi to, w czym jest najlepszy. System został zapoczątkowany przez organizację pozarządową Localise West Midlands, która zachęciła różne podmioty do dialogu na temat rewitalizacji gospodarki oraz wykazała się kreatywnością i poziomem innowacji, których trudno szukać w sektorze publicznym lub prywatnym. Cały system jest wspierany przez władze polityczne – w tym przypadku przez radę miasta Birmingham, co uwiarygadnia inicjatywę, czyni ją stabilną i gwarantuje jej publiczny nadzór. Dzięki połączonej ofercie tych dwóch sektorów, inwestorzy sektora prywatnego oraz właściciele domów są skłonni wziąć udział w tym projekcie.

Informacje, na podstawie których przedstawiono to stadium przypadku, zostały zaczerpnięte z raportu sporządzonego dla rady miasta Birmingham przez organizację Localise West Midlands i Encraft. Jesteśmy wdzięczni za zezwolenie na wykorzystanie danych i ilustracji. Raport nadal jest w wersji

⁵⁴ Mikrogeneracja – przydomowe minielektronie. – red.

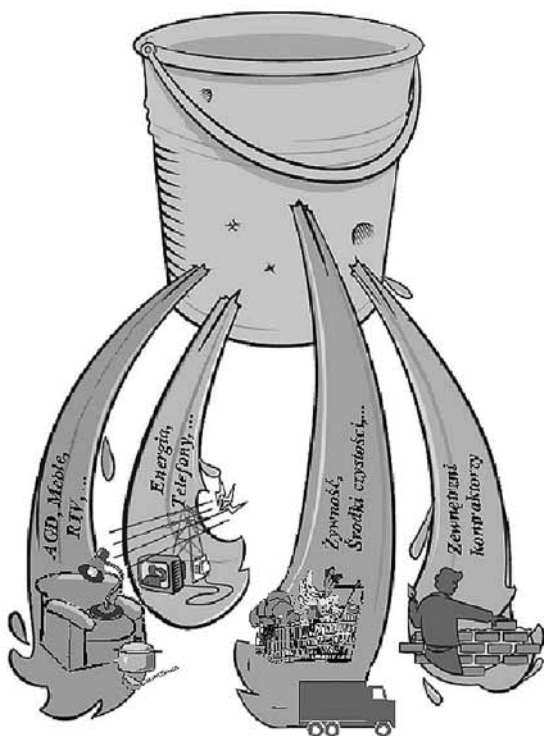
roboczej, dlatego należy ostrożnie podchodzić do wniosków, które zostały w nim przedstawione.

Serwis internetowy strategicznego partnerstwa lokalnego w Birmingham: www.bebirmingham.org.uk

Serwis internetowy organizacji Localise West Midlands: www.localisewestmidlands.org.uk

Utrata pieniędzy na skutek globalnego szwindlu finansowego to ekstremalny przykład odebrania finansów lokalnym gospodarkom. Badania przeprowadzone przez londyńską New Economics Foundation dowiodły, że wydawanie pieniędzy lokalnie może mieć czterokrotnie wyższą wartość dla lokalnej gospodarki niż robienie zakupów w sieciach handlowych. Raport zilustrowano obrazem przeciekającego wiadra – bez względu na to ile pieniędzy wpompuje się w lokalną gospodarkę, nie będzie to miało wpływu na mieszkańców, jeśli większa część tych pieniędzy od razu znika, ponieważ jest wydawana w oddziałach ogólnokrajowych sieci handlowych lub jest lokowana na kontach banków globalnych. Celem rozwoju gospodarczego jest zwiększenie wielkości lokalnego przelicznika, na podstawie którego sprawdza się ile razy pieniądze krążą między podmiotami zanim opuszczą lokalną gospodarkę. Jednym ze sposobów jest utworzenie lokalnej waluty (patrz *Studium przypadku nr 4. Stroudy*), jednak posiadanie lokalnych firm oraz przyjęcie systemu, takiego jak generowanie energii jest także ważne (patrz *Studium przypadku nr 2. Fundacja reinwestycyjna hrabstwa Wessex*).

Wypuszczenie lokalnych obligacji to wspaniały sposób umożliwienia ludziom bezpiecznego inwestowania w lokalną gospodarkę przy dobrym zwrocie z oszczędności. Lokalne obligacje działają praktycznie w ten sam sposób, co pożyczanie pieniędzy na rzecz krajowych wydatków publicznych – władze lokalne wypuszczają obligacje i gwarantują ich wykupienie po upływie określonego czasu. Pieniądze pożyczane są lokalnie: od osób



rys. New Economics Foundation

lub instytucji, a następnie inwestowane w miejscową infrastrukturę, na przykład w turbinę napędzaną wiatrem lub w program modernizacji lokalnych domów, aby zwiększyć oszczędzanie energii. Władze lokalne muszą mieć stały przychód, aby móc spłacić oprocentowanie obligacji a docelowo samą pożyczkę. W przypadku projektów związanych z energią odnawialną finansowanie może czasem pochodzić z taryf gwarantowanych przez generowanie energii i sprzedawanie jej sieciom energetycznym. Chociaż żadne władze lokalne w Wielkiej Brytanii nie podążyły jeszcze tym tropem, to właśnie ta metoda pozwoliła usprawnić londyńskie metro władzom firmy Transport for London.

Studium przypadku nr 2. Fundacja reinwestycyjna w Wessex

Fundacja reinwestycyjna Wessex w południowo-zachodniej Anglii zajmuje się szukaniem nowych sposobów realizacji inwestycji w tym regionie. Realizuje swoje zadania poprzez dostarczanie informacji o dostępnych funduszach oraz poprzez koordynowanie wysiłków na rzecz regeneracji regionu w miejsce uzależniania się od inicjatyw ogólnych. Program Fundacji ma dwie odnogi i w każdej z nich przyjmuje się inne podejście do problemu zabezpieczenia inwestycji i służenia różnym potrzebom. Z tego względu oba podejścia wymagają oddzielnej prezentacji.

Program pożyczek na modernizację mieszkań w Wessex (Wessex Home Improvement Loans)

Ten program jest nowym rodzajem Instytucji Finansowania Rozwoju Społeczności (Community Development Finance Institutions), czyli instrumentów finansowych służących odnowie społecznej, gospodarce oraz fizycznej obszarów niedoinwestowanych. Zasadniczo poprzez ten program finansuje się niedofinansowane rynki, które normalnie nie miałyby dostępu do tego typu funduszy. Ten program sprawdza się w działaniu: Instytucje Finansowania Rozwoju Społeczności pożyczyły w 2009 roku rekordową sumę 113 milionów funtów, co daje wzrost o 50% w stosunku do poprzedniego roku.

Są to głównie inicjatywy rządowe realizowane w partnerstwie z prywatnymi pożyczkodawcami, dzięki którym udziela się mikropożyczek. Kluczowymi inwestorami jest rządowy Wydział ds. Biznesu, Przemysłu i Umiejętności Zawodowych oraz bank Barclays i Community Development Banking w RBS i w Natwest. Inwestorzy mają klarowne korzyści z systemu finansowania rozwoju lokalnych społeczności, ponieważ dzięki ich inwestycjom wiele dobrego dzieje się wokół, a oni sami mają zabezpieczony natychmiastowy zwrot finansowy za pomocą ulgi podatkowej związanej z inwestowaniem w lokalne społeczności (Community Investment Tax Relief). W tym systemie inwestycja zwraca się inwestorom po pięciu latach (w przeciwieństwie do darowizny na cele społeczne).

Role sektorów publicznego, prywatnego i pozarządowego są jasno zdefiniowane, przy czym sektor pozarządowy współdziała z sektorem publicznym, aby jasno przedstawiać potrzeby lokalnych mieszkańców i koordynować uzgodnienia finansowe. System udzielania pożyczek na modernizację domów w Wessex działa w ten sposób, że pożyczki są oferowane tym właścicielom, których zazwyczaj nie byłoby stać na samodzielne opłacenie modernizacji swojej posesji. Zachowane jest również bardzo ścisłe partnerstwo z władzami lokalnymi, które subsydują pożyczki, dzięki czemu są one dostępne dla ludzi o niskich dochodach – roczna stopa procentowa wynosi około 3,04%.

Istnieje również możliwość udzielania pożyczek na modernizację izolacji cieplnej budynków oraz instalowanie mikrogeneratorów w domach przy pomocy funduszy pozyskanych ze źródeł prywatnych i zarządzanych publicznie. Po raz kolejny należy podkreślić korzyści wynikające z jasnego podziału ról: sektor prywatny ma dodatkowe zabezpieczenie w postaci gwarancji rządowej, sektor publiczny zaspokaja potrzeby obywateli względnie niskim kosztem, natomiast osoby prywatne mogą na dobrych warunkach modernizować swoje domy.

Program Aktywa społeczności w Wessex (Wessex Community Assets)

Poprzez ten program Fundacja reinwestycyjna w Wessex pomaga lokalnym firmom i organizacjom, informując o możliwościach pozyskiwania finansów od społeczności lokalnej jako alternatywy dla

uzależnienia się od grantów udzielanych przez władze lokalne lub krajowe. Fundacja doradza lokalnym przedsiębiorcom jak utworzyć Towarzystwo Przemysłowo-Zapomogowe (Industrial and Provident Society). Chodzi o określony rodzaj działalności przypominający spółdzielnię – stowarzyszenie ma członków a nie akcjonariuszy, natomiast zyski są ponownie inwestowane z korzyścią dla wszystkich. Unikalne w tym rozwiązaniu jest to, że towarzystwo musi wykazać bezpośrednie korzyści, jakie z jego działalności odnosi lokalna społeczność.

Towarzystwo, jako przedstawiciel trzeciego sektora, może oferować doświadczenie na temat tego mało znanego modelu inwestycyjnego i działalności gospodarczej oraz wsparcie na etapie tworzenia systemu akcji społecznych. W tym przypadku inwestycja nie jest udziałem sektora publicznego lub prywatnych banków, ale obywateli danej społeczności, z których każdy kupuje akcje. Ta alternatywna metoda finansowania jest unikalna pod względem możliwości angażowania społeczności oraz tworzenia demokracji gospodarczej – każdy członek towarzystwa ma równe prawo głosu w kwestii wydawania pieniędzy. Istnieje również ulga podatkowa, z której mogą skorzystać osoby prywatne uczestniczące w programie inwestycji w przedsiębiorczość. Dzięki niej można zmniejszyć roczny podatek o około 20%.

Dobrym przykładem tego typu rozwiązania jest Torrs Hydro – pierwszy system hydrozasilania w Wielkiej Brytanii będący własnością społeczności. Właścicielami systemu jest 230 członków, którzy zainwestowali łącznie około 130 000 funtów z 330 000 potrzebnych do rozpoczęcia projektu. Fundacja reinwestycyjna w Wessex opracowała zasady działania inicjatywy, które są zbliżone do zasad obowiązujących w firmach. Jest to wymóg statutowy, wynikający z bycia Towarzystwem Przemysłowo-Zapomogowym. Zasady określają dywidendy społeczne, które można uzyskać z tego systemu. Zyski muszą być przeznaczane na zrównoważoną regenerację miejscowych obszarów. Od września 2008 r. w Torrs Hydro wygenerowano już ponad 200 000 kilowatogodzin energii, udowadniając w ten sposób, że działalność oparta na własności społecznej może rzeczywiście być bardzo efektywna.

Dodatkowe informacje:

Fundacja reinwestycyjna w Wessex: www.wessexrt.co.uk

System hydrozasilania będący własnością społeczności: www.torrshydro.org

Produkcja własnej waluty przez władze lokalne

Pomimo braku gotówki żadne władze publiczne w Wielkiej Brytanii nie miały odwagi by stworzyć własną walutę. Biorąc pod uwagę fakt, że recesja postępuje, być może część władz zdecyduje się na takie rozwiązanie. Było ono często stosowane w przeszłości przez władze lokalne w celu wspierania swoich obywateli w czasach kryzysów ekonomicznych.

Sytuacja przed którą stanęły lokalne gospodarki w czasach Wielkiego Kryzysu w USA jest podobna do sytuacji lokalnych społeczności we współczesnej Europie. W odpowiedzi na odpływ krajowej waluty władze lokalne zaczęły wtedy produkować własną. Szacuje się, że w latach trzydziestych ubiegłego stulecia w Stanach Zjednoczonych w obiegu była równowartość niemal miliarda dolarów lokalnych pieniędzy i to ta waluta zmobilizowała społeczności, skupione wokół 450 różnych grup, do pozytywnych działań (źródło Gatch, 2006 r.). Słynny ekonomista Irving Fisher propagował formę waluty lokalnej nazywaną „stamp scrip”, która wprowadza drobny podatek (w formie znaczków naklejanych na banknoty w celu przedłużenia ich ważności) w przypadku przechowywania a nie używania jej⁵⁵ (w przeciwieństwie do niego obecny system pieniądza nagradza odsetkami za ich przechowywanie). Ten system jest w pewnym stopniu zbliżony z projektem *Stroudy*, który został opisany w Studium przypadku nr 3.

Alternatywnym rozwiązaniem jest umożliwienie wymiany towarów i usług poprzez oszacowanie ich wartości na podstawie czasu potrzebnego do ich wykonania. Bank czasu był pomysłem, który zrodził się w głowie Roberta Owena – ojca ruchu spółdzielczego. Opierając się na teorii wartości pracy, Owen

⁵⁵ Por. Margrit Kennedy, *Pieniądz wolny od odsetek i inflacji. Jak stworzyć środek wymiany służący nam wszystkim i chroniący Ziemię?*, Wydawnictwo „Zielone Brygady”, Kraków 2007, s. 30. – red.

argumentował, że towary należy wyceniać na podstawie czasu wymaganego do jego stworzenia. Tak więc, kapelusz którego produkcja zabiera 50 godzin jest warty pięć razy więcej od kosza, który można wyprodukować w 10 godzin. Takie rozwiązanie gwarantuje, że ludzkie zdolności i czas są tak samo cenione oraz kończy proces wyprowadzania wartości dodanej przez pośredników, którzy zajmują się tylko handlem a nie produkcją. Współczesne banki czasu działają na bazie tego samego etosu, tak samo doceniając ludzi i zwracając uwagę na marnotrawienie umiejętności w społecznościach, gdzie ludzie przez dłuższy czas pozostają bez pracy. Taka sytuacja prowadzi do depresji i obniżenia poczucia własnej wartości człowieka, przy jednoczesnym marnotrawieniu szansy na czynienie dobra poprzez pracę na rzecz społeczności.

Edgar Cahn, kluczowy teoretyk w dziedzinie banków czasu, przypomina, że słowo ekonomia pochodzi z greckiego słowa *oikonomia*, które wywodzi się z wyrażenia „gospodarstwo domowe”. Cahn podkreśla znaczenie czegoś, co nazywa „ekonomią wartości podstawowych” (*core economy*) w przeciwieństwie do rynkowych działań gospodarczych, które dominują w życiu większości osób i są wynikiem zakłócenia spowodowanego systemem pieniężnym. Cahn argumentuje, że ekonomia wartości podstawowych jest wydajniejsza od gospodarki rynkowej w niektórych najważniejszych sferach ludzkiej aktywności: w dbaniu o dzieci, osoby starsze i tworzeniu silnej wspólnoty. Ekonomia wartości podstawowych jest oparta na budowaniu samowystarczalności w miejsce specjalizacji. Dystrybucja dóbr bazuje na potrzebach a nie na sile rynku. Korzyści są natury psychologicznej a nie finansowej. Na ekonomię wartości podstawowych mają wpływ zewnętrzne okoliczności będące rezultatem gospodarki rynkowej, która nie docenia kosztów środowiskowych działalności człowieka oraz pomija korzyści społeczne. Docenienie i rozwijanie ekonomii wartości podstawowych zmniejszy negatywny wpływ działalności człowieka na środowisko. Cahn proponuje kooperacyjną formę organizacji gospodarczej, którą nazywa „koprodukcją”:

Gospodarka oparta na koprodukcji wymaga swego ekologicznego przebudzenia i odkrycia gospodarki nierynkowej (oddolnej). Taka gospodarka rzuca światło na czynniki zewnętrzne, które stanowią równie wielkie zagrożenie, jak te, które niszczą bioróżnorodność, zmniejszają warstwę ozonową, zanieczyszczają powietrze, którym oddychamy i zatruwają wodę, którą pijemy. (Cahn, 2004: s. 44)

Banki czasu to sposób na wzmocnienie gospodarki oddolnej przez stworzenie systemu pieniężnego cechującego się tymi samymi wartościami, co ta gospodarka. Przeciwnieństwem są waluty oficjalne, które są oparte na motywacji osiągania zysków w gospodarce globalnej. W systemie banku czasu czas każdego człowieka jest wart tyle samo. Ten czas jest wynagradzany i można go wymieniać, nawet jeśli ludzie nie mogliby znaleźć pracy w gospodarce konwencjonalnej lub nie płacono by im za to, co robią, na przykład za troskę o innych lub za angażowanie się w działania społeczności. Korzyści odnoszone przez społeczność, która odpowiednio nagradza umiejętności i zaangażowanie, zostały zilustrowane w Studium przypadku nr 3.

Studium przypadku nr 3. Projekt Spice

Projekt Spice to twórcza współpraca między władzą lokalną a obywatelami, która ma na celu tworzenie bogactwa na bazie posiadanych umiejętności i w ramach banku czasu. Uczestnicy tego systemu poświęcają swój czas na realizację projektów danej społeczności lub usług publicznych, po czym wymieniają zarobione kredyty społecznościowe na pobyt w lokalnych miejscach wypoczynku i rekreacji. Rola projektu Spice jest tutaj kluczowa, ponieważ jawi się on jako pośrednik pomiędzy dwoma stronami: sektorem publicznym i poszczególnymi obywatelami. W ramach projektu określa się aktualne i nowe możliwości angażowania się członków społeczności przez odpowiedni przepływ informacji między osobami odpowiedzialnymi za usługi publiczne a lokalnymi grupami społeczności. Celem projektu Spice jest zapewnienie wystarczająco różnorodnego wachlarza okazji do zaangażowania się obywateli poprzez ofiarowanie swojego czasu.

Z drugiej strony, równie kluczowa jest rola projektu Spice w zapewnieniu korzyści jego uczestnikom. Rentowność systemu jest zachowana poprzez wyszukiwanie niezagospodarowanych przestrzeni do wykorzystania przez osoby, które ofiarowały swój czas. W Cardiff uczestnicy projektu mogą skorzystać z usług centrów rekreacyjnych, teatrów, kin, mogą grać w rugby lub w hokej na lodzie. Nikt nie traci przez bezpłatne zaoferowanie tych zasobów, ponieważ są one nadmiarowe i tak czy owak nie byłyby

wykorzystane. Uczestnictwo w projekcie Spice umożliwia lokalnym usługodawcom rozszerzenie własnej bazy klientów oraz zwiększa ich dochód dzięki usługom powiązanym (np. sprzedaż popcornu w kinie). Projekt Spice łączy społeczność, uzmysławia ludziom możliwości współpracy i funkcjonuje jako zaufany łącznik pomiędzy obiema stronami, dzięki czemu system działa.

Jedną z rzeczy, które czynią projekt Spice wyjątkowym przykładem banku czasu, jest to, że jest on w bardzo wysokim stopniu kompatybilny z sektorem publicznym. Zastosowanie struktury banku czasu w ramach sektora publicznego oznacza, że zawsze znajdzie się zapotrzebowanie na ludzi gotowych poświęcić swój czas, a jednocześnie zapewnia im większy wybór korzyści wynikających z wymiany zarobionych kredytów na inne usługi. W projekcie wykorzystuje się istniejące struktury instytucjonalne, poprzez proste zastosowanie systemu nagród za czas przepracowany na rzecz lokalnej społeczności, zwiększając w ten sposób zaangażowanie obywateli. Dwa aktualne przykłady dotyczą mieszkań socjalnych oraz szkół.

W przypadku mieszkań socjalnych lokatorzy otrzymują kredyty za poświęcenie czasu na działania w swojej dzielnicy. Chodzi o programy dla społeczności. Mogą to być spotkania towarzyskie, udzielanie innym pomocy, na przykład opieka nad dziećmi oraz udział w ciałach reprezentacyjnych stowarzyszenia mieszkańców. Właściciel wynajmowanej nieruchomości dziękuje im za poświęcony czas i w zamian organizuje dla nich dostęp do usług wypoczynkowych oraz rekreacyjnych. Takie podejście skutecznie zachęca lokatorów do angażowania się we wspólnoty mieszkaniowe i sprawia, że udział w nich jest dla lokatorów atrakcyjniejszy. Zwiększone zaangażowanie ma olbrzymie korzyści społeczne – zarówno bezpośrednie, ponieważ decyzje podejmowane przez stowarzyszenie mieszkańców są bardziej demokratyczne, i pośrednie dzięki silniejszym więziom międzyludzkim, co prowadzi do zmniejszenia liczby awantur i zwiększenia bezpieczeństwa okolicy.

Istniejące ramy ułatwiają wymianę usług pomiędzy daną osobą a przedstawicielami społeczności również w przypadku szkół. Uczniowie mogą zbierać kredyty za bezpośrednią pomoc szkole (np. przez pomaganie innym uczniom lub branie udziału w organizacjach szkolnych). Po drugie, mogą zbierać kredyty poprzez uczestnictwo w wydarzeniach organizowanych przez szkołę na rzecz społeczności lokalnej, na przykład w pracach plastycznych lub projektach na rzecz ochrony środowiska. Mogą również używać umiejętności nabytych podczas lekcji, aby pomagać innym. Przykładem mogą być lekcje komputerowe dla starszych członków społeczności lub zaprojektowanie materiałów promocyjnych na wydarzenia, które mają się odbyć w danej społeczności. Młodzież może wówczas wymieniać zarobione kredyty na bilety do znanych lokalnych ośrodków rekreacyjnych lub skorzystać z niezagospodarowanych zasobów szkolnych. Rodzice uczniów również mają motywację, aby angażować się i pomagać w organizowaniu wydarzeń lub koordynowaniu zajęć odbywających się po godzinach lekcyjnych. Rzeczywistym celem jest korzyść społeczna wynikająca z wymiany i angażowania się w życie danej społeczności. Efektem jest lepsze zrozumienie i współpraca między nauczycielami, uczniami i ich rodzicami. Uczniowie zaczynają również dostrzegać coś więcej niż przewiduje program nauczania, dzięki możliwości zastosowania nabytych umiejętności w praktyce.

Projekt Spice jest realizowany przy współpracy z Timebanking Wales. Obecnie jest sprawdzana możliwość przeniesienia tego systemu do ośrodków zdrowia. Test pilotażowy jest właśnie realizowany w Tredegar w Walii. Przy współpracy z miejscowymi internistami organizacja diagnozuje najczęstsze problemy zdrowotne w tym rejonie z myślą o zachęceniu lokalnej społeczności do większego zaangażowania w grupy wsparcia, których uczestnicy są nagradzani według powyższego schematu. Wydaje się, że możliwości związane z bankami czasu w połączeniu z sektorem publicznym są nieskończone.

Więcej informacji na temat projektu Spice: www.justaddspice.org

Banki czasu: www.timebanking.org, timebankingwales.org.uk

Gdy wszystko zawodzi, zrób to sam

Jak dotąd przedstawiliśmy twórcze sposoby tworzenia inspirujących projektów przez władze lokalne, aby zachęcać miejscowych obywateli do inwestowania własnych pieniędzy w odbudowywanie społeczności.

Zastanawialiśmy się również w jaki sposób lokalne władze mogą utworzyć własną walutę i włączyć ją do lokalnego obiegu, w którym panuje finansowa próżnia spowodowana działalnością globalnych wampirów finansowych. Dochodzimy teraz do sytuacji, w której mieszkańcy są do tego stopnia zdesperowani i pozbawieni złudzeń, iż lokalni politycy zrobią coś na rzecz powstrzymania śmierci lokalnej gospodarki, że biorą sprawy w swoje ręce i zaczynają wpuszczać do obiegu własne pieniądze.

Najlepszym przykładem takiego działania była Argentyna tuż po załamaniu się finansów tego kraju w 2001 roku. Waluta lokalna bazująca na modelu LETS, znana również jako *arboles* (drzewa), pojawiła się nagle w wielu miejscach i stała się głównym środkiem wymiany w Buenos Aires. Ludzie nadal mogli handlować towarami na rynkach lokalnych, co uratowało wiele osób, ponieważ przestały działać programy socjalne, a konwencjonalna gospodarka stanęła w miejscu (North, 2007).

Te i inne przykłady z całego świata doprowadziły do powstania walut w obrębie danych społeczności w Wielkiej Brytanii. Źródła tej inicjatywy wywodzą się z ruchu *Transition Towns*⁵⁶, a jego celem jest wzmacnianie lokalnej społeczności oraz tworzenie większej liczby powiązań ekonomicznych pomiędzy lokalnymi producentami i konsumentami.

Studium przypadku nr 4. Stroudy

Stroudy (Stround pound – funty ze Stround) to system, w którym dochodzi do bezpośredniego równoważenia potrzeb trzech różnych sektorów społeczeństwa: biznesu, organizacji społecznych oraz konsumentów. Przykład miasta Chiemgauer doprowadził do powstania ruchu *Regiogeld* w Niemczech i na tych wzorcach opiera się pierwsza brytyjska waluta oparta na zasadzie demurrage⁵⁷. Jest to interesujący eksperyment pozwalający sprawdzić, jak taki system może działać w kulturze innej niż niemiecka.

Stroudy wyrosły z ruchu *Transition Towns*, na bazie którego powołano grupę mającą szukać sposobów wzmocnienia lokalnej gospodarki oraz wspierania lokalnej produkcji i handlu. Od samego początku istnienia sieci *Transition Stroud* nastawiono się na partnerstwo. Stroud było pierwszym z miast *Transition Towns*, w którym powstała lokalna grupa kontaktów z władzami, którą później zmieniono na Lokalną grupę kontaktów z władzami i biznesem, aby odzwierciedlić również fakt budowania powiązań z lokalnymi organizacjami wspierającymi biznes. Pierwszym bodźcem do stworzenia takiej grupy był fakt, że w radzie dzielnicy miasta Stroud zasiadało sześciu radnych z partii Zielonych, z których kilku było również członkami sieci *Transition Stroud*.

Oto cele, których realizację mają zapewnić stroudy:

- ▶ zwiększyć wartość działalności gospodarczej w rejonie poprzez zapobieganie wyciekaniu pieniędzy do globalnej gospodarki, jak to ma miejsce w przypadku funtów szterlingów;
- ▶ zwiększyć wartość lokalnego mnożnika, pomagając tym samym zabezpieczyć lokalną gospodarkę w Stroud przed najgorszymi skutkami recesji;
- ▶ pomóc klientom zidentyfikować firmy wspierające lokalną gospodarkę;
- ▶ zmniejszyć długość łańcucha dostaw do lokalnych klientów;
- ▶ pobudzać większą produkcję na poziomie lokalnym.

Pieniądże wymieniane są w stosunku 1:1 (jeden funt ze Stroud za jednego funta szterlinga). Pieniądże, które wymienia się na stroudy, są przechowywane w banku, aby zwiększyć bezpieczeństwo tego systemu i zaufanie do niego. System działa na zasadzie spółdzielni, gdzie zarówno konsumenci jak i handlowcy są członkami. Firmy mogą wymieniać talony z powrotem na funty, ponosząc 5-procentową opłatę. Konsumenci nie mają takiej możliwości. Jest to waluta, która ma być wydawana lokalnie, a nie oszczędzana, dlatego stosuje się system opłat za przechowywanie pieniędzy. To zupełnie odmienna strategia od powszechnej oferty kont oprocentowanych, poprzez które zachęca się ludzi do gromadzenia

⁵⁶ Por. Marcin Gerwin, Kamil Pachalko, *Miasta przejścia (miasta wolne od ropy)*. – red.

⁵⁷ Podobnie jak we wcześniejszych przykładzie „stamp scrip” Irvinga Fishera, tu także chodzi o wnoszenie opłaty „postojowej” za „parkowanie” pieniędzy. Powodem takiego rozwiązania jest założenie, że pieniądź ma służyć społeczeństwu do wymiany a nie być gromadzony. – red.

pieniędzy. Kiedy zaczyna brakować pieniędzy – powszechna sytuacja w lokalnych gospodarkach dotkniętych kryzysem z powodu załamania rynku kredytowego – ludzie, którzy puszczaają pieniądze w obieg, powinno się nagradzać. Ta zasada nosi nazwę „parkingowego” (demurrage). W przypadku strouda opłata ta wynosi 3% jej wartości nominalnej banknotu i musi być uiszczana co sześć miesięcy, aby banknot pozostał aktywny. Trzecim filarem są lokalne organizacje społeczne itp. Każdy konsument będący członkiem systemu nominuje jedną z takich organizacji lub inicjatyw i gdy kupuje stroudy, 3% wartości transakcji zostaje przekazywane wybranej organizacji. Jednak to nie konsument ponosi ten koszt – pieniądze są potrącone z opłat firmy za wymianę stroudów na funty. Pozostałe dwa procent opłaty idzie na pokrycie kosztów administracyjnych.

Taka waluta oferuje rozmaite korzyści lokalnym firmom. Każdy zarejestrowany handlowiec jest wyszczególniony na regularnie aktualizowanej witrynie internetowej oraz w katalogu przesyłanym członkom. Lokalna waluta jest rodzajem systemu lojalnościowego i firmy, które ją akceptują w zamian za oferowane towary i usługi, okazują w ten sposób swoje wsparcie na rzecz lokalnej społeczności. Sieci handlowe oraz firmy, które są zlokalizowane poza danym obszarem, również mogą brać udział w tym systemie i są zachęcane, aby w większym stopniu korzystały z lokalnych zasobów. Korzyścią, którą odnoszą, jest większa akceptacja ze strony lokalnej społeczności. Po zarejestrowaniu się firma członkowska otrzymuje plaketkę na szybę informującą, że dany punkt akceptuje lokalną walutę.

Stroudy zostały wprowadzona we wrześniu 2009 r. więc nadal jest to względnie nowa waluta! Pod koniec stycznia 2010 r. wydano 7 078 stroudów, a wykupiono 1 557, co oznacza, że 5 521 stroudów krąży w obrocie lokalnym. Wygląda na to, że pieniądze znajdują się we właściwym miejscu i stymulują lokalną gospodarkę. Zatem system działa, choć – póki co – na bardzo małą skalę. Część pieniędzy znalazła się również w rękach kolekcjonerów. Do tej pory w systemie zarejestrowało się 37 handlowców, chociaż inni również przyjmują lokalną walutę. Przy tym poziomie wymiany handlowej konta lokalnych organizacji społecznych zasilono kwotą 210 funtów.

Opis tego systemu nie pozostawia wątpliwości, że jest to od początku do końca rodzaj partnerstwa. Firmy, konsumenci i organizacje społeczne – wszyscy wnoszą swój wkład i wszyscy na tym zyskują – w ten sposób lokalna gospodarka jest oparta na trzech filarach. To wszystko dzieje się z pominięciem tradycyjnych instytucji władzy. Podobnie jak w przypadku funta z Brixton, również stroudy są wspierane retorycznie – a w niewielkim stopniu za pomocą grantów – przez władze lokalne. Jednak prawdziwy boom na tego rodzaju walutę zapewniłaby decyzja władz lokalnych o akceptowaniu płatności lokalnych podatków właśnie w takiej walucie.

Spółdzielnia Stroud Pound szuka obecnie możliwości nawiązania szerszego partnerstwa z firmami w sektorze spółdzielczym. Odpowiednie rozwiązanie jest teraz omawiane ze spółdzielnią Phonecoop, aby umożliwić firmom płacenie stroudami za rachunki telefoniczne. Choć spółdzielnia Phonecoop nie ma siedziby w regionie, gdzie stosuje się tę walutę, jednak znajduje się blisko, a kilku jej pracowników mieszka w Stroud. Przedstawiciele spółdzielni prowadzą negocjacje z lokalną spółdzielnią detaliczną Midcounties – drugą co do wielkości, niezależną spółdzielnią w Wielkiej Brytanii zatrudniającą 7 800 osób. Wartość brutto łącznej sprzedaży tej spółdzielni wynosi 748 milion funtów. Gdyby udało się osiągnąć porozumienie, oznaczałoby to, że ludzie mogliby wydawać swoje stroudy na kupno szeregu różnych towarów, począwszy do żywności, poprzez produkty elektryczne, farmaceutyczne, a nawet na opłacanie pochówku!

Przykład stroudów nie pozostawia wątpliwości, że jeśli mamy wspierać lokalne gospodarki, musimy zrobić coś wspólnie i przy współpracy z różnymi sektorami. W tym przypadku to władze lokalne opóźniają działania, natomiast społeczeństwo obywatelskie oraz co prężniejsze i bardziej innowacyjne firmy okazują swoją gotowość do współdziałania.

Informacje o stroudach: www.stroudpound.org.uk

Chiemgauer: www.chiemgauer.info

Niemiecka sieć Regiogeld: www.regiogeld.de

Podsumowanie

Na początku tego stulecia wydawało się, że pieniądze zdominowały wszystkie aspekty życia. To sytuacja, którą teoretycy nazywają finansjalizacją. Bez względu na to, czy tematem rozmów były kluby piłkarskie czy szpitale, 90% czasu przeznaczano na dyskusję o pieniądzu, a tylko około 10% na temat tego, czym dana organizacja się zajmuje. Wydaje się, że bez pieniędzy nic nie można zrobić. A jednak system finansowy, na którym wszyscy polegamy, okazał się niestabilny oraz odcisnął niszczące piętno na społeczeństwie i środowisku naturalnym.

Możemy zilustrować tę sytuację, porównując gospodarkę do piramidy, jak na przedstawionej ilustracji. Obecnie piramida jest odwrócona, a sfinansjalizowana gospodarka jest u góry i pozbawia planetę oraz społeczności lokalne tego, co cenne. Rozwiązanie umożliwiające rewitalizację gospodarki oraz promowanie zrównoważonego rozwoju polega na odwróceniu piramidy o 180 stopni, aby pieniądze wróciły na właściwe miejsce – pieniądze należy traktować jako środek wymiany, który sam w sobie nie ma żadnej mocy. To umiejętności mieszkańców danej społeczności oraz zasoby Ziemi mają prawdziwe znaczenie.

W tym opracowaniu przyjrzelśmy się różnym sposobom innowacyjnego rozwiązania problemu kryzysu finansowego w Wielkiej Brytanii. Ludzie odkrywają nowe sposoby korzystania z pieniędzy – zdarza się, że tworzą nawet własną walutę. To z pewnością inspirujące przykłady, które pozwalają skutecznie uwolnić się od destrukcyjnego wpływu sfinansjalizowanej gospodarki. To nasza nadzieja na lepszą przyszłość, oparta na silnych społecznościach oraz wzmocnionej gospodarce lokalnej.



Dodatkowa literatura

- ▶ Cahn, E. S. (2004) No More Throw-Away People: The Co-Production Imperative, Washington, DC: Essential Books, s. 44.
- ▶ Cato, M. S. (2008), 'Emancipation from Monetary Exploitation: Owen's Vision in Practice Around the World Today', chapter 7 in Cato, M. S. and Bickle, R. (eds.), New Views of Society: Robert Owen for the 21st Century, ed. with Bickle, R. (Glasgow: Scottish Left Review Press; forthcoming).
- ▶ North, P. J. (2007), Money and Liberation: The Micropolitics of Alternative Currency Movements (Minneapolis: University of Minnesota Press).
- ▶ Gatch, L. (2006), 'Local Scrip in the USA during the 1930s: Lessons for Today?', presented at the Conference on Monetary Regionalisation: Local Currencies as Catalysts for Endogenous Regional Development, Bauhaus University, Weimar, Germany, 28-9 September. Available here: www.complementarycurrency.org/ccLibrary/Local_Scrip_in_the_USA-Gatch.pdf

Ralph Scott i Molly Scott Cato
tłum. Zbigniew Szalbot, opr. AŻ

Ekonomiczne instrumenty stymulowania zrównoważonych zachowań konsumenckich

W nadchodzących dziesięcioleciach będziemy musieli stawić czoła wielu problemom. Wiele z nich związanych jest z wykorzystaniem paliw kopalnych, by wspomnieć jedynie zmiany klimatyczne, degradację środowiska, zmniejszanie się różnorodności biologicznej, nadmierną eksploatację nieodnawialnych zasobów naturalnych, emisję dwutlenku węgla oraz problemy zdrowotne powodowane w miastach przez smog i pył zawieszony. Z tego powodu, przejście do społeczeństwa niezależnego od paliw kopalnych znajduje się w ścisłej czołówce wyzwań dla ludzkości. Wśród innych powodów – po to, aby uniknąć katastrofalnych w skutkach zmian klimatu; w tym celu do 2050 r. będziemy musieli ograniczyć emisję CO₂ o 80% (w stosunku do poziomu z roku 1990). Jak dotąd jednak, większość inicjatyw podejmowanych w celu zmierzenia się z tymi problemami koncentruje się na walce z ich skutkami, zamiast usuwać przyczyny. U samych źródeł wielu z współczesnych problemów leży nasza zwiększająca się konsumpcja produktów i usług nieprzyjaznych dla środowiska, nieodłączny składnik „społeczeństwa konsumpcyjnego”. Jednocześnie w coraz większym stopniu zdajemy sobie sprawę z faktu, że konsumpcja musi się odbywać w granicach wyznaczanych przez możliwości ziemskiego ekosystemu. Stąd pojawia się pytanie: jak oddziaływać na zachowania konsumenckie, by zbliżyć się do ideału zrównoważonego społeczeństwa, wolnego od wielu z naszych dzisiejszych bolączek? Niniejszy artykuł poświęcony jest właśnie temu zagadnieniu.

Zachowania konsumenckie

Wraz z nieustającym wzrostem siły nabywczej konsumentów, stale rośnie gama i ilość kupowanych przez nas produktów i usług oraz, wprost proporcjonalnie, ilość emitowanego do atmosfery CO₂. Choć w ostatnich latach rynek produktów i usług przyjaznych dla środowiska rośnie w coraz szybszym tempie, jest to jednak wciąż zbyt mało, by w nieodległej przyszłości można było osiągnąć zrównoważony system gospodarczy.

Jeśli przyjrzymy się wzorcom konsumpcji, możemy z grubsza wyróżnić trzy grupy konsumentów. Pierwsza składa się z aktywnych konsumentów („pionierzy”, „szybko dostosowujący się” oraz „kreatorzy trendów” (*trendsetters*)) i obejmuje ok. 20% społeczeństwa⁵⁸. Członkowie tej grupy poważnie traktują ideę odpowiedzialnej konsumpcji i aktywnie poszukują dóbr i usług powstających z szacunkiem dla środowiska i innych ludzi, będąc gotowi płacić za nie więcej. Z kolei druga grupa pozostaje obojętna wobec idei odpowiedzialnej konsumpcji, lub wręcz jest jej przeciwna (łącznie stanowią oni ok. 25%). Dla nich „przyjazność” ekologiczna bądź społeczna odpowiedzialność nie stanowi dodatkowej zachęty (czasem – wręcz przeciwnie) w ich wyborach konsumenckich. Jednak większość społeczeństwa (pozostałe 55%) można uznać za biernych konsumentów, dla których kwestie te są znacznie mniej istotne niż dla konsumentów aktywnych, choć mają oni świadomość istnienia problemów środowiskowych. Dla nich, na „jakość życia” składają się w pierwszym rzędzie takie aspekty, jak zdrowie, wolność wyboru, bezpieczeństwo, luksus i wygoda; stan środowiska naturalnego znajduje się na drugim planie. To do tej grupy należą konsumenci „podążający za trendami”, początkowo niechętni proekologicznym zachowaniom, jako wymagającym więcej wysiłku bądź dodatkowych nakładów.

Dlatego właśnie, w ogromnej mierze to na tak zwanych pionierów, szybko dostosowujących się oraz kreatorów trendów przypada wzrost zrównoważonej konsumpcji. Osób podążających za trendami, stanowiących największą grupę konsumentów, nie można uznać za nabywców „zrównoważonych” produktów. Mogą kupować je od czasu do czasu i/lub zwracać uwagę na kwestie ekologiczne i społeczne jedynie w przypadku wybranych kategorii towarów. Na podobnej zasadzie, wzorce codziennych zachowań (*konsumpcja* dóbr i usług bardziej niż ich *nabywanie*) większości konsumentów nie są zrównoważone. Wykazują oni myślenie i zachowania zgodne z ideą odpowiedzialnej konsumpcji, ale wyłącznie w poszczególnych, pojedynczych kwestiach. Przykładowo: korzystają z transportu zbiorowego poruszając

⁵⁸ Podane w tym fragmencie liczby dotyczą Holandii.

się po centrach miast, ale nie segregują odpadów; kupują energooszczędne świetlówki, ale jednocześnie używają elektrycznych suszarek do ubrań itp.

Przeszkody na drodze do zrównoważonej konsumpcji

Zasadnicze pytanie, rzecz jasna, brzmi: dlaczego konsumenci z takimi oporami decydują się na zmianę stylu życia na zrównoważony? Wyróżnić można pięć głównych przyczyn: brak wyraźnych „drogowskazów” dla chcących zmienić styl życia na ekologiczny, oddzielanie przez jednostki ich ról konsumpcyjnych i obywatelskich, cena „zrównoważonych” produktów i usług, społeczne postrzeganie odpowiedzialnej konsumpcji oraz kwestie takie jak tzw. problem jazdy na gapię.

Współcześnie wiele osób ma świadomość wagi problemów środowiskowych (choć ilość poświęcanego im zainteresowania podatna jest na zmiany). Przede wszystkim, aż 70% konsumentów i przedsiębiorców deklaruje gotowość do zmiany swoich zachowań. Jednocześnie, znaczny odsetek z nich nie wie, co mieliby zrobić – jako obywatele i jako konsumenci – by przyczynić się do rozwiązania wspomnianych problemów. To, że odnajdywanie ekoproduktów wymaga wysiłku, z racji ich mniejszej dostępności czy braku wyeksponowania na półkach, dodatkowo zmniejsza gotowość przeciętnego konsumenta do zmiany wzorca spożycia. Co więcej, informacje mające nam pomóc w odpowiedzialnej konsumpcji bywają mało wiarygodne, niedostępne, mętne, nadmiernie skomplikowane bądź mało konkretne. Ogromna ilość bardzo różnorodnych tzw. ekoetykiet stanowi tu najlepszy przykład. Złożoność informacji na wspomniany temat odstrasza konsumentów. Ponadto, nie spełniają one często ich indywidualnych potrzeb, jako że ignorują kwestię korzyści odnoszonych bezpośrednio przez nabywcę „zrównoważonego” produktu. W efekcie konsumenci nie wiedzą nieraz, jak mogliby przyczynić się do rozwoju bardziej zrównoważonej gospodarki (nie mówiąc już o tym dlaczego mieliby to zrobić).

Obywatele deklarują, że popierają rozmaite rozwiązania na rzecz bardziej zrównoważonego społeczeństwa. Tymczasem jako konsumenci rzadko – jeśli w ogóle – działają w tym kierunku. Pokazuje to różnicę między nastawieniem a zachowaniem, rozdzielanie przez jednostki roli członka społeczeństwa od roli konsumenta. Rzeczywiste zachowania konsumentów są znacznie mniej proekologiczne niż można by się było spodziewać w oparciu o poziom świadomości obywatelskiej. Dlatego nie powinniśmy się dziwić, że wiele osób wpłaca darowizny na WWF, a jednocześnie nie rezygnuje ze swoich paliwożernych terenówek.

Dla przeciętnego konsumenta cena pozostaje głównym kryterium podczas wyboru produktów i usług. Ponieważ „zielona” konsumpcja wymaga, ogólnie rzecz biorąc, większych nakładów (z paroma godnymi uwagi wyjątkami, jak energetyka odnawialna), większość ludzi pozostaje przy swoich „szarych” nawykach. Statystyczny konsument gotowy jest płacić za ekoprodukty jedynie odrobinę drożej, nawet jeśli z ich stosowaniem wiąże się długoterminowe oszczędności, jak w przypadku energooszczędnych świetlówek. Innymi słowy, barierą dla upowszechniania się „zielonych” wzorców konsumpcji jest to, że ludzie dążą do osiągania przede wszystkim doraźnych korzyści ekonomicznych. Poza tym, dla potencjalnych nabywców jeden z najważniejszych aspektów stanowi funkcjonalność produktów. Kupując samochód, ludzie zwracają uwagę na jego bezpieczeństwo, komfort jazdy czy koszty eksploatacji; zmniejszony wpływ na środowisko jest traktowany zaledwie jako mile widziany dodatek.

Często nie docenianym czynnikiem są koszty psychologiczne i społeczne. Wizerunek zrównoważonej konsumpcji jest raczej niekorzystny. Negatywny stereotyp ekokonsumenta powstrzymuje ludzi przed zmianą nawyków. Idea odpowiedzialnych zakupów kojarzy się wielu z czymś niszowym, postrzegana jest jako domena subkultury „zielonych”, przywołuje skojarzenia z problemami, ograniczeniami, niedoborami i wyrzeczeniami, co kłóci się z powszechnymi wyobrażeniami na temat „dobrego życia”. Na szczęście produkty i usługi przyjazne dla środowiska w coraz większym stopniu stają się pełnoprawnymi składnikami codziennego życia, a wręcz w niektórych przypadkach – „przyjazne” znaczy „modne” (weźmy samochody o napędzie hybrydowym).

Wreszcie, występuje „problem pasażera na gapię”. Wiele ludzi rozumuje następująco: dlaczego miałbym zmieniać swoje zachowania konsumenckie, skoro mój sąsiad na pewno tego nie zrobi? Jedną z przeszkód na drodze zmiany zachowań konsumenckich jest to, że proekologiczne wybory bywają „karane”: „mogę

zacząć rzadziej korzystać z samochodu, skoro drogi są nimi zatłoczone, ale jeśli tylko ja tak zrobię, nic to nie zmieni; fajnie byłoby natomiast, gdyby wszyscy pozostali kierowcy tak postąpili, wtedy miałbym całe ulice dla siebie”. Ten sam sposób myślenia bywa stosowany w przypadku walki ze zmianami klimatu, ograniczania ilości odpadów czy wobec samochodów o napędzie elektrycznym. Jego sedno sprowadzić można do przekonania o tym, że zachowania pojedynczych osób są niemal bez znaczenia – jeden ekokonsument jest jak kropla w morzu potrzeb. W rezultacie większość jednostek ostatecznie nie zmienia swoich zachowań.

Sprawa wygląda niemal identycznie także w przypadku producentów i sprzedawców. Choć obecnie „przyjazność dla środowiska” odmienia się w świecie biznesu przez wszystkie przypadki, jako że posiadanie w ofercie „zielonych” produktów jest istotne dla kształtowania pozytywnego wizerunku, tego rodzaju towarów i usług nadal jest jak na lekarstwo. Składa się na to kilka przyczyn. Producenci i sprzedawcy niechętnie promują ekoprodukty, jako że ich główną troską jest wysokość zysków. W świecie, w którym kluczowe znaczenie ma konkurencyjność cenowa, byłoby to nierozsądne. Niewielki popyt na takie produkty sprawia, że coraz więcej przedsiębiorstw włącza je do oferty, ale niespecjalnie je eksponuje. Dla małych i średnich przedsiębiorstw najważniejsze jest, by utrzymać się na rynku; nie mają raczej możliwości angażować się w walkę o zagospodarowanie niszy produktów ekologicznych.

Jest jeszcze jeden kluczowy problem, przed którym stoją przedsiębiorcy. Oznaczanie części produktów czy usług jako „przyjaznych dla środowiska” w nieunikniony sposób sprawia, że konsumenci postrzegają resztę oferty jako „nieprzyjazną”. Dlatego też wiele firm (jak choćby Unilever czy Ikea) zachowuje powściągliwość w kwestii takich deklaracji. Mówiąc krótko, biznes postrzega ekoprodukty przez pryzmat kosztów i utrudnień, przy braku (natychmiastowych) zysków.

Koniec końców, zarówno konsumenci, jak i producenci i sprzedawcy napotykają na liczne przeszkody, które zniechęcają ich do „przejścia na zieloną stronę”. Nie dziwi zatem, że udział „zrównoważonych” produktów w poszczególnych rynkach nie przekracza 5%, pomimo tego, że – jak pokazują badania – wielu konsumentów jest szczerze zaniepokojonych problemami społecznymi i środowiskowymi. Przejście do zrównoważonego systemu gospodarczego urzeczywistni się wtedy, gdy na poważnie zajmiemy się przeciętnymi (czytaj: biernymi) konsumentami oraz omówionymi powyżej przeszkodami – i wypracujemy nowe sposoby pobudzania zrównoważonych zachowań konsumentów.

Rządowe próby wpływu na zachowania konsumenckie

Władze publiczne są bardzo zainteresowane stymulowaniem proekologicznych zachowań konsumenckich swoich obywateli. Dysponują rozległym arsenalem instrumentów, za pomocą których można próbować to osiągnąć: prawnych, ekonomicznych i społecznych. Na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci wykorzystanie tych narzędzi podlegało daleko idącym zmianom.

We wczesnych latach 70. XX w. wzrost świadomości ekologicznej błyskawicznie przełożył się na skuteczne polityki publiczne w dziedzinie środowiska, na które składały się głównie przepisy regulujące emisję zanieczyszczeń przemysłowych. Nacisk kładziono na tzw. rozwiązania końca rury, a inicjatywę we wprowadzaniu zmian pozostawiono w rękach rządu.

W kolejnej dekadzie stało się oczywiste, że wielu celów środowiskowych nie sposób osiągnąć bez udziału obywateli – i konsumentów. Władze publiczne dokonały zatem rewizji swoich polityk edukacyjnych i informacyjnych. Zamysł był następujący: gdy uświadomić ludziom ekologiczne konsekwencje ich zachowań, będą chcieli je zmieniać. Badania potwierdziły skuteczność kampanii informacyjnych: powszechnie wzrosła wiedza na temat problemów ekologicznych i świadomość ważnej roli każdego obywatela/konsumenta w walce z nimi. Nie przełożyło się to jednak na zmianę zachowań.

Dlatego postanowiono przyjąć strategię mieszaną: działaniom edukacyjnym miały odtąd towarzyszyć instrumenty mające zapewnić uwzględnianie kosztów destrukcji środowiska w cenach poszczególnych produktów. Zdecydowano także położyć w polityce informacyjnej większy nacisk na „konkrety”, jak bardziej jednoznaczne zasady znakowania produktów, co miało ułatwić podejmowanie słusznym wyborów. Wprowadzanie w życie tego rodzaju polityk napotkało jednak na liczne praktyczne ograniczenia. Choć wdrożono szereg praktycznych rozwiązań, zachowania konsumentów nadal pozostały w dużej mierze niesterowalne.

Obecnie władze dysponują trzema rodzajami instrumentów, które stanowią: kary, informacje i nagrody. Pierwsze z nich tworzą system zakazów, pozwoleń, podatków i kar, które mają wpływać na działania obywateli i biznesu, ograniczając podaż bądź wręcz zakazując nieprzyjaznych środowisku dóbr i usług. Drugi rodzaj instrumentów stanowią kampanie zwiększające wiedzę i świadomość; jak już wiemy, mają one bardzo ograniczoną skuteczność. Ostatnią grupę stanowią bodźce pozytywne, w postaci dotacji czy nagród – mają one stymulować podaż, tyle że „zrównoważonych” produktów i usług. Przykład stanowi tu docieplanie budynków czy przydomowe instalacje do produkcji energii odnawialnej, które mogą liczyć na ulgi podatkowe i dofinansowanie ze środków publicznych. Jednoczesne nagradzanie zachowań proekologicznych i karanie zachowań szkodliwych dla środowiska zwiększa szanse na zmianę postaw konsumentów.

Wydaje się jednak, że obecnie stosowane instrumenty z trzech powyższych kategorii to wciąż zbyt mało. Przede wszystkim, rządowi bardzo brakuje efektywnych narzędzi kształtujących podaż („nagród”). Trwają poszukiwania innowacyjnych pomysłów uwzględniających obserwację, że „nagradzanie właściwego postępowania” daje lepsze efekty niż „karanie niewłaściwego” czy kampanie informacyjne.

Innowacyjne narzędzia skutecznego kształtowania zachowań konsumenckich

Sposoby wpływania na zachowania konsumenckie od zawsze przyciągały zainteresowanie sektora prywatnego, dostrzegającego ich komercyjny potencjał. Ponieważ odnosi on w tej dziedzinie naprawdę spore sukcesy, rodzi się pytanie, jak można wykorzystać te doświadczenia dla promowania bardziej zrównoważonych wzorców konsumpcji? Poniżej omówione zostaną najważniejsze typy podejmowanych w tym kierunku prób.

Programy kompensacji (tzw. offsetowania) emisji CO₂

W ramach tych programów, emisja dwutlenku węgla powiązana z poszczególnymi produktami jest kompensowana przez ich wytwórców. Dla każdego zakupu towarów czy usług obliczany jest wpływ na środowisko, wyrażany w ilości CO₂ trafiającego do atmosfery. Następnie emisja ta jest neutralizowana, bez konieczności ponoszenia przez konsumentów dodatkowych opłat, na drodze odpowiednio dużych inwestycji np. w energetykę odnawialną czy zalesianie gruntów. Cały proces odbywa się za pośrednictwem specjalnych funduszy, do których trafia, w zależności od rodzaju produktu, 0,1-8% (średnio – 1%) ceny płaconej przez konsumenta. Zapewnianie „neutralności węglowej” pewnych produktów i usług jest znacznie prostsze niż w przypadku innych; jeśli chodzi o rośliny ogrodowe jest to łatwe (wykorzystanie w szklarniach energii odnawialnej, doniczki z biomateriałów, transport oparty o biopaliwa), gdy zaś chodzi o benzynę – wymaga znacznie większych wysiłków (inwestycje w biopaliwa, nowoczesne ogniwa wodorowe i silniki elektryczne). Programy kompensacji emisji oferują konsumentom sposobność bezpośredniego zaangażowania się w walkę ze zmianami klimatycznymi. Wykreowanie atrakcyjnych dla przeciętnego konsumenta możliwości doprowadziło do powstania zupełnie nowego rynku, na którym każdy ma realną możliwość dokonywania przyjaznych środowisku wyborów. Ponieważ z neutralizacją emisji wiąże się informowanie o ilości CO₂ towarzyszącej produkcji poszczególnych wyrobów, dodatkową korzyścią z tego rodzaju programów jest zwiększanie wiedzy i świadomości konsumentów.

Istnieje wiele systemów tego typu, od dobrowolnych (to nabywca opłaca koszty kompensacji), jak w przypadku Trees for Travel, KLM czy BP, poprzez przedsiębiorstwa kompensujące emisje związane ze swoją działalnością⁵⁹, aż po złożone systemy, oparte o automatyczne obliczanie wysokości emisji towarzyszącej poszczególnym zakupom dokonywanym za pomocą kart płatniczych (m.in. VISA Greencard, Rabobank's⁶⁰ Climate Card, Barclay Bank's Breathe Card). Jednocześnie, jako że kompensacja emisji oznacza dla przedsiębiorstw dodatkowe koszty, wiele z nich zrezygnowało z uczestnictwa w tego rodzaju programach. Co więcej, stanowią one kolejny przykład walki ze skutkami, zamiast przyczynami problemów ekologicznych.

⁵⁹ Produkcją na terenie Kostaryki owoce firma Dole stara się być neutralna jeśli chodzi o emisję CO₂. Zwłaszcza jednak transport przyczynia się do zwiększenia tych emisji. Aby je zminimalizować ten efekt stosuje się skuteczniejsze metody transportu, zmianę istniejących praktyk rolniczych oraz finansowanie zalesień i programów ochrony.

⁶⁰ Jest to holenderski bank spółdzielczy (podobny do polskich Spółdzielczych Kas Oszczędnościowo-Kredytowych), który współpracował także przy opisanym niżej projekcie Nu. Posiada oddział również w Polsce www.rabobank.pl/u235/navi/73 – (przyp. red.).

Indywidualne limity emisji

Tak zwane TEQs (Tradable Energy Quotas, Zbywalne Przydziały Energii) to postulowane narzędzie ograniczania emisji gazów cieplarnianych łączących się z konsumpcją energii, poprzez objęcie jej odbiorców końcowych systemem reglamentacji. Koncepcję limitów, początkowo nazwanych DTQs (Domestic Tradable Quotas, Zbywalne Limity Krajowe), jako pierwszy wysunął w 1996 r. dr David Fleming, zamieszkały w Londynie ekspert w zakresie polityk publicznych. TEQs łączy wiele podobieństw z limitami emisji dwutlenku węgla, wprowadzonymi w ramach Protokołu z Kioto. W swojej istocie cały pomysł jest niczym innym jak rozciągnięciem systemu handlu pozwoleniami na emisję – z przemysłu na indywidualnych konsumentów. Zakłada on, że obywatele otrzymują od rządu specjalne karty, do których przypisana jest określona ilość dwutlenku węgla, „budżet węglowy”. Każdego roku ulega on zmniejszeniu, dzięki czemu możliwe jest osiąganie narodowych celów w zakresie ograniczania emisji, przyjętych przez dany kraj czy na mocy porozumień międzynarodowych. Każdy produkt i usługa ma przypisaną „wycenę węglową”, której odpowiada ilość jednostek węglowych, o którą uszczuplane są budżety węglowe osób dokonujących zakupu. Jednostki węglowe podlegają obrotowi rynkowemu – w ramach narodowego limitu konsumenci mogą dokupywać dodatkowe oraz sprzedawać niewykorzystane nadwyżki.

W listopadzie 2006 r. DEFRA, brytyjskie ministerstwo ds. środowiska, żywności i wsi, opublikowało opracowanie, zatytułowane „A Rough Guide to Individual Carbon Trading” (Krótki przewodnik po handlu indywidualnymi pozwoleniami na emisję), w którym rozważa kwestie ograniczania emisji dwutlenku węgla poprzez wymuszanie jednostkowej odpowiedzialności, dzięki mechanizmowi podobnemu do opisanego wyżej. W swojej analizie możliwości wprowadzenia systemu indywidualnych pozwoleń na emisję, ministerstwo przyjrzało się kartom stałego klienta, wydawanym przez największe brytyjskie sieci handlowe. Autorzy opracowania doszli do wniosku, że program lojalnościowy Tesco stanowi dowód na to, że systemy oparte o karty mogą osiągać ogromne poziomy złożoności, pozostając przyjaznymi dla użytkowników. Ponadto zawarto w nim konkluzję, że dzięki wykorzystaniu ogromnej ilości danych na temat konsumentów, generowanych wewnątrz takich systemów, znacznie łatwiej jest identyfikować wzorce zachowania, co pozwala na adresowanie do poszczególnych grup zindywidualizowanych ofert.

Wadą tej nieledwie utopijnej propozycji jest rzecz jasna to, że jej wprowadzanie w życie napotkałoby niewyobrażalne wręcz trudności.

Waluty komplementarne

Pod tym pojęciem rozumiana jest szeroka grupa innowacyjnych programów polegających na wprowadzaniu alternatywnych środków wymiany. Idea walut komplementarnych oparta jest na powszechnie uznanym fakcie, że pieniądź jest narzędziem ułatwiającym aktywność gospodarczą, będąc zarazem niczym więcej, niż rodzajem umowy pomiędzy ludźmi, w ramach istniejącego systemu ekonomicznego. Bazuje także na założeniu, że możemy nasze pieniądze ponownie zainwestować w systemie, zgodnie z własnymi preferencjami.

Określone potrzeby można próbować zaspakajać poprzez wprowadzanie odpowiednio zaprojektowanych programów walutowych. Obecnie są ich realizowane tysiące, a łączne notowane w ich ramach obroty szacuje się na kwotę ponad 400 miliardów dolarów rocznie. Poszczególne programy różnią się od siebie pod rozmaitymi względami. Niektóre z takich walut pełnią funkcję miernika wartości w oparciu o jednostki czasu, inne mają pokrycie w realnie istniejących zasobach (złoto, ropa, usługi itp.), w konstrukcji jeszcze innych wykorzystuje się przyrzeczenia bądź umowy. Istnieją programy o charakterze komercyjnym oraz takie, których celem jest osiąganie korzyści społecznych.

Systemy barteru wielostronnego

Są to organizacje komercyjne, prowadzące rozliczenia pomiędzy swoimi członkami, czy klientami. Kiedyś podstawą barteru była bezpośrednia wymiana jednych towarów na drugie, współczesne jego formy znacznie jednak odeszły od pierwotnego modelu. Dziś dla firm na całym świecie barter stanowi sposób prowadzenia rozliczeń, pozwalający uzyskać wzrost sprzedaży, oszczędzać gotówkę, pozbywać

się zapasów zalegających magazyny czy zagospodarowywać wolne moce przerobowe. Od stuleci barter stanowi dogodnie narzędzie współpracy między przedsiębiorcami. Uczestnicy poszczególnych systemów handlują między sobą swoimi towarami i usługami, przynajmniej częściowo rozliczając się za pomocą wewnętrznej waluty, którą mogą następnie wykorzystać na potrzeby kolejnych transakcji. Każda firma uczestnicząca w systemie posiada indywidualne konto, obciążane podczas transakcji kupna i zasilane – gdy sprzedaje ona swoje produkty.

Pierwszym systemem barterowym był szwajcarski WIR Bank, powołany w 1934 r. w następstwie niedoborów pieniądza po załamaniu giełdy w 1929 r. Obecnie obsługuje ok. 60 tysięcy małych i średnich przedsiębiorstw, notuje obroty rzędu 2 miliardów franków szwajcarskich; podobnym dużym systemem jest niemiecki Pagadoo. Godny uwagi jest również belgijski RES PLUS. W przeciwieństwie do zwykłej wymiany barterowej, nie tylko przedsiębiorstwa, ale i konsumenci mogą w nim uczestniczyć. Otrzymują oni premie w walucie rozliczeniowej w zamian za zakupy w firmach stanowiących część systemu (zob. także dalszy fragment tego tekstu, poświęcony programom lojalnościowym). Wreszcie, innowacyjnym systemem barterowym jest Commercial Credit Circuit (C3, System Wspierania Obiegu Kredytu Komercyjnego), realizowany w różnych krajach Ameryki Łacińskiej (Brazylia, Salwador, Urugwaj, Ekwador, Honduras) od 2001 r. Stanowi on narzędzie dla rządów, dzięki któremu można stymulować lokalne gospodarki, zwłaszcza w okresach kryzysowych, kiedy to zbyt mała ilość pieniądza w obiegu skutkuje spowolnieniem gospodarczym. W zglobalizowanym świecie zdarza się często, że pomoc publiczna oraz bodźce ekonomiczne mające wspomóc lokalne gospodarki w ciężkich czasach ostatecznie trafiają w miejsca odległe od zamierzonych. C3 pozwala utrzymywać siłę nabywczą społeczności, dzięki wprowadzeniu lokalnych walut komplementarnych. Taka waluta może być wydawana wyłącznie w miejscowych sklepach i punktach usługowych, dlatego sama w sobie wspiera aktywność gospodarczą wewnątrz społeczności. Programy C3 stanowią źródło niskoprocentowanego kredytu w walucie lokalnej, dzięki czemu miejscowi przedsiębiorcy mogą zintensyfikować działalność opartą na wzajemnych transakcjach, z korzyścią dla całej gospodarki danej zbiorowości.

Obecnie koordynacją wymiany barterowej zajmuje się ok. 750 przedsiębiorstw na świecie obsługujących ok. 400 tysięcy podmiotów o łącznych obrotach barterowych równych 200 miliardom dolarów. Ok. 135 takich systemów wymiany zrzeszyło się w IRTA (International Reciprocal Trade Organisation, Międzynarodowe Stowarzyszenie Wzajemnej Wymiany Handlowej), organizację branżową zapewniającą wiarygodność swoich członków. Większość systemów włącza się w międzynarodowe sieci wymiany handlowej, co daje ich członkom dostęp do nowych rynków i możliwości handlowania na nich na zasadzie barteru. Jedną z takich sieci jest Universal Currency (UC).

Programy lojalnościowe

Komercyjne programy lojalnościowe mają na celu przyciąganie i wiązanie klientów z określonymi sklepami, nagradzając ich specjalnymi punktami za dokonywane w nich zakupy. Początkowo odbywało się to w formie znaczków, obecnie coraz częściej punkty gromadzone są za pośrednictwem elektronicznych kart stałego klienta. Zebranie odpowiedniej liczby punktów uprawnia klienta do „darmowych” zakupów lub do ich wymiany na upominki ze specjalnego katalogu. W przeciwieństwie do cen promocyjnych na określone towary czy usługi, programy lojalnościowe trwale zachęcają konsumentów do odwiedzin danego sklepu. Ponieważ regularne zakupy gwarantują określone korzyści, niedostępne w inny sposób, punkty bonusowe powodują, że klient staje się wierny danemu sklepowi. Uczestnicząc w takich programach, konsumenci wydają się akceptować krótkie przekazy towarzyszące towarom, niezależnie od tego, czy są to reklamy, czy informacje o charakterze ekologicznym. Programy zbierania „mili powietrznych”, wprowadzone w połowie lat 80. i w latach 90. w Zjednoczonym Królestwie, Kanadzie, Holandii i Hiszpanii, stanowią dobry przykład sukcesu inicjatywy tego rodzaju. Podczas gdy zachowania konsumenckie tradycyjnie postrzegano jako niezwykle trudno modyfikowalne, programy lojalnościowe linii lotniczych potrafiły dawać zwrot z inwestycji rzędu 400%! W reakcji na ten sukces wprowadzono liczne inne programy lojalnościowe, których przykładem mogą być Freebees, Rocks, karta klubowa Tesco czy Nectar. Psychologiczną podstawą ich powodzenia jest przyrodzona ludziom potrzeba bycia nagradzanymi za podejmowane działania, co utwierdza ich w przekonaniu o ich słuszności. Co więcej, zakupy w sklepach bez programów lojalnościowych są obecnie przez konsumentów postrzegane w kategoriach straty.

W przypadku większości takich programów za „szare” zakupy otrzymuje się punkty, które można następnie wymienić na kolejne produkty, niekoniecznie będące przyjaznymi dla środowiska. Są jednak i programy nowego typu, w ramach których za punkty zdobyte za zakup „szarych” otrzymać można „zielone” produkty, lub „zielone” zakupy dają możliwość otrzymania dodatkowych ekoproduktów. W tym kontekście warto przywołać programy CarbonCred i NU Card.

Pierwszy z nich (www.carboncred.it) działa podobnie do programów sieci handlowych. Za każdy, niekoniecznie „zielony” internetowy zakup w którymkolwiek z tysiąca sklepów biorących udział w systemie (m.in. Marks & Spencer, John Lewis, Argos, Dixons oraz lastminute.com), klienci otrzymują punkty. Wyjątkowość programu polega na tym, że mogą być one wymieniane na „zielone” produkty i usługi (opłaty za prąd ze źródeł odnawialnych, wydajne energetycznie grzejniki wody, rowery miejskie, nowoczesne świetlówki etc.), zmniejszające tzw. indywidualny ślad węglowy. Zamiennie, zdobyte punkty można przeznaczyć na udział w programach neutralizacji emisji CO₂.

Program lojalnościowy NU Card61 to finansowany ze środków unijnych projekt, który zrealizowano w Rotterdamie. Na dwa sposoby stymulował on „zrównoważone” zachowania: 1) za zakupy przyjazne środowisku przyznawano punkty 2) punkty te można było wydawać na „zielone” produkty i usługi. Stąd, każde euro wydane w programie miało podwójnie pozytywny skutek. Firmy (z naciskiem na małe i średnie) oraz instytucje publiczne przyznawały i honorowały punkty, zdobywane w łatwy sposób: nie tylko za zakupy w sklepach partnerskich, ale także np. za oddawanie odpadów wielkogabarytowych do punktów zbiórki. Zrównoważone zachowania konsumenckie – wybór certyfikowanych produktów rolnictwa ekologicznego, Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade), wyrobów energooszczędnych, rowerów, „zielonych” produktów finansowych, energii ze źródeł odnawialnych, a także wypożyczenia, naprawy i zakup dóbr używanych – były „punktowane” czterokrotnie wyżej. Zdobyte punkty można było zużyć m.in. na przejazdy transportem zbiorowym, kulturę, sztukę i edukację, oraz specjalne ekoprodukty (program realizował zatem zasadę, że „zielone” zakupy stymulują dalsze „zazielenianie” wyborów konsumenckich). Wspomniany projekt udowodnił, że ten sposób zachęcania obywateli do proekologicznych zachowań odnosi skutki podobne do komercyjnych programów lojalnościowych. Przykładowo, posiadacze kart zaczęli przeciętnie trzykrotnie częściej niż poprzednio odwiedzać punkty odbioru odpadów. Co więcej, program stworzył przed niewielkimi detalistami możliwości zbytu ekoproduktów, dlatego podczas jego realizacji udział takich wyrobów w asortymencie wielu sprzedawców zwiększył się. Projekt NU miał charakter pilotażowy, trwał półtora roku i zakończył się w 2003 r. Został wybrany jednym z 10 najlepszych wśród finansowanych z programu LIFE III i znalazł naśladowców, jak belgijska E-portemonnee (Elektroniczna portmonetka) czy brytyjski Success (wcześniej znany jako City Carbon Card).

Waluta Guernsey i Jersey

Guernsey i Jersey od dawna emitują swoje własne, nie oparte na długu waluty, co wzmacnia ich potencjał ekonomiczny. System Guernsey wywodzi się z czasów tuż po wojnach napoleońskich, które wyrządziły poważne szkody tamtejszej gospodarce. Dziś, gdy ktoś korzysta tam z usług banku, realizując czek bądź wypłacając pieniądze z bankomatu, otrzymuje środki w miejscowej walucie. W 1994 r. w obiegu znajdowały się banknoty i monety o łącznej wartości 14 milionów funtów.

Czasodolary

„Czasodolary” (*time dollars*) stanowią najlepszy z możliwych przykład waluty alternatywnej, której stawiane są wyłącznie cele społeczne. Czasodolary to waluty wspólnotowe mające za zadanie zadośćuczynienie niezaspokojonym potrzebom socjalnym (np. w zakresie opieki zdrowotnej, opieki nad dziećmi czy edukacji) – na drodze wzajemnej pomocy. Ich niepowtarzalną cechą jest to, iż mają one pokrycie w... czasie. Osoby biorące udział w programie opartym na czasodolarach otrzymują „zapłatę w godzinach” za wykonywane na rzecz innych „usługi”; godziny te mogą następnie „wydać” na usługi świadczone przez dowolnych uczestników systemu. Najlepiej wyjaśnić to na przykładzie. Kiedy Jan pomoże Agnieszce w naprawie samochodu, otrzyma jednego czasodolara (równowartość jednej godziny pracy), Agnieszce natomiast

⁶¹ NuSpaarPas (Nu = teraz, Spaar = zbieraj/oszczędzaj, Pas = karta) – program realizowany w systemie współpracy publiczno-prywatnej pomiędzy władzami miejskimi Rotterdamu, bankiem Rabobank i fundacją Stichting Points (wcześniej: Barataria) w okresie od maja 2002 do stycznia 2004. Por. nuspaspas.nl, digitalmoneyforum.com/PubWebFiles/DigMoney/6_2003/EdgarKampers.pdf i zig.eco.pl/w30_nasze_prezentacje.html (przyp. red.).

taka sama kwota ubędzie z czasodolarowego konta. Następnie, Jan będzie mógł przeznaczyć zarobionego czasodolara np. na uzyskanie czyjejś pomocy w zrobieniu zakupów. Transakcje rozliczane w czasodolarach są zwolnione od opodatkowania i choćby z tego powodu idea ta stała się godna zainteresowania. Ponieważ inicjatywy oparte na czasodolarach⁶² intensyfikują relacje międzyludzkie w społecznościach lokalnych, znacznie zwiększa się w ich wyniku spójność społeczna. Programy takie udowodniły swoją skuteczność m.in. w Kanadzie, Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych (np. Ithaca Hours w Ithaca w stanie Nowy Jork) i Japonii (system Fureia Kippu)⁶³.

Lokalne systemy wymiany

Tzw. LETS (Local Exchange Trading Systems, Lokalne Systemy Wymiany) to nieformalne, społecznościowe jednostki rozliczania dóbr i usług, które tworzy się z zamiarem wzmocnienia lokalnych gospodarek oraz więzów wspólnotowych. Zwiększa w obliczu niedostatku oficjalnej (tradycyjnej) waluty w regionie, mieście czy społeczności, wprowadzenie nowej, miejscowej waluty oferuje szansę na ożywienie ekonomiczne. Waluty obsługujące LETS zwiększają siłę nabywczą uczestników takich inicjatyw. Teoretycznie rzecz biorąc, wymieniając dobra i usługi za pośrednictwem lokalnej waluty, oszczędza się oficjalne pieniądze. LETS odniosły jednak umiarkowane sukcesy we wzmacnianiu wspólnot lokalnych i lokalnych systemów ekonomicznych.

Przykładem lokalnego systemu wymiany jest Regiogeld („regionalny pieniądz”) – zespół walut lokalnych, stosowanych w pewnej liczbie wspólnot i gmin, głównie w Niemczech. „Regio” są akceptowane w wybranych lokalnych sklepach i zakładach usługowych. Sposób rozumowania jest następujący: waluta regionalna stymuluje miejscowy rozwój gospodarczy, wspierając rodzinne przedsiębiorstwa w konkurencji z sieciami handlowymi i usługowymi. Dla firm korzyścią z przyjmowania płatności w walucie regionalnej jest poszerzenie bazy potencjalnych klientów o uczestników sieci Regiogeld. Większość inicjatyw w ramach programów opartych o Regiogeld koncentruje się na placówkach kulturalnych i sektorze non profit, żywności ekologicznej i energetyce odnawialnej. Wśród 16 niemieckich regionów, gdzie w obiegu znajdują się waluty regionalne, jako substytuty euro, najbardziej znanym systemem jest Chiemgauer, funkcjonujący w Bawarii.

Mieszane strategie zmiany zachowań konsumenckich

Przytoczone powyżej przykłady systemów CarbonCred czy RES stanowią bezsporne dowody na to, iż możliwe jest łączenie składowych różnych instrumentów w celu tworzenia zupełnie nowych. Wykorzystując zalety poszczególnych podejść, daje ono szansę na przezwyciężenie ich ograniczeń i wypracowanie niezwykle skutecznych metod kształtowania bardziej zrównoważonych postaw konsumenckich.

W tym kontekście warto wspomnieć o Kiwah (www.kiwah.org)⁶⁴, innowacyjnym programie, którego dodatkowym celem jest zachęcanie obywateli do aktywnej działalności na rzecz zrównoważonego społeczeństwa. W jego ramach za zakup „zrównoważonych” produktów i usług w sklepach partnerskich przyznawane są punkty, trafiające na specjalne internetowe konto. W przeciwieństwie do innych programów lojalnościowych, Kiwah to coś więcej niż punkty, to jednocześnie środek płatniczy: waluta komplementarna, którą można płacić za inne produkty i usługi, u lokalnych sprzedawców (ich listę można znaleźć na stronie programu, co ułatwia ekozakupy). Portal umożliwia ponadto zarządzanie indywidualnymi kontami Kiwah, ocenianie i recenzowanie produktów, usług i sprzedawców, zgłaszanie kolejnych towarów i sklepów, wymianę informacji i dyskusje. Aby przeciwdziałać „chomikowaniu” punktów, zamiast wydawania ich, wprowadzono „podatek od oszczędności” w Kiwah.

Tym, co czyni program wyjątkowym jest fakt, że stosowana w nim waluta nie została stworzona *ex nihilo*, lecz posiada oparcie w realnej wartości, mianowicie – w energii odnawialnej. Każdy Kiwah odpowiada 1 kilowatogodzinie (tj. ok. 10 eurocentom, przed opodatkowaniem i doliczeniem kosztów przesyłu). Handlowcy płacą za emisję Kiwah, towarzyszącą sprzedaży ich „zielonych” produktów i usług. W zamian za ten przywilej, przelewają stosowne sumy w „normalnych” walutach (np. euro, funty, dolary,

⁶² Znane też jako banki czasu lub banki godzin (przyp. tłum.).

⁶³ Rozliczenia następują zwykle w postaci zapisów księgowanych na kontach użytkowników, choć np. w Ithaca stosuje się rodzaj banknotów (służą one tam także do zakupu dóbr materialnych, nie tylko usług, jak w powyższym przykładzie) (przyp. red.).

⁶⁴ Kiwah jest jednym z programów komplementarnego pieniądza zespołu Qoin i jest w pewnym sensie następcą Nu Spaarpas. Został zainaugurowany w grudniu 2009 na Szczycie Klimatycznym w Kopenhadze a jego realizacja rozpocznie się w tym roku w Holandii: około sierpnia na wyspie Texel w północnej Holandii, w Amsterdamie i w Schouwen-Duiveland (część prowincji Zeeland). – red.

jeny) na konto organizacji administrującej całym systemem. Zgromadzone tą drogą środki są inwestowane w przedsięwzięcia z zakresu energetyki odnawialnej (wiatraki, panele słoneczne, elektrownie wodne), przynoszące zyski z sprzedaży prądu. Zamiast klasycznego zwrotu z tych inwestycji, sklepy otrzymują Kiwah, odpowiednio do wielkości swojego wkładu. Rozwój gospodarki opartej o Kiwah, którego wyrazem jest wzrost ilości tej waluty w obiegu, bezpośrednio przyczynia się do ograniczania emisji dwutlenku węgla oraz „ekologizacji” systemu gospodarczego.

W ten sposób Kiwah przynoszą wszystkim zyski – zarówno ekonomiczne, jak i ekologiczne. Z komercyjnego punktu widzenia, handlowcom opłaca się emitować tę walutę, jako że pozwala to przyciągnąć i utrzymać klientów. Co więcej, figurowanie w bazie danych portalu Kiwah zwiększa „widoczność” takich sklepów. Honorowanie Kiwah jako zapłaty za własne produkty również zwiększa liczbę kupujących. Oczywiście, wymierną korzyścią dla konsumentów są Kiwah otrzymywane jako premia przy każdym zakupach wewnątrz systemu. Z kolei ze środowiskowego punktu widzenia omawiany program na trzy różne sposoby wspiera zrównoważony rozwój gospodarczy. Po pierwsze, stymuluje inwestycje w odnawialne źródła energii. Po drugie, zachęca do konsumpcji przyjaznych środowisku produktów i usług dzięki programowi lojalnościowemu – możliwość darmowego otrzymywania Kiwah stanowi dla konsumentów istotną motywację. Po trzecie wreszcie, zwiększa skalę tego rodzaju zakupów, gdyż to na nie przeznaczane są zdobyte punkty.

Sklepy mogą wykorzystywać Kiwah pozostające w ich dyspozycji na własne zakupy. Mają też, tak jak i konsumenci, możliwość wymiany tej waluty na „normalne” pieniądze. Istnieje jednak specjalna opłata pobierana przy takich transakcjach, której celem jest zapobieganie wypływowi zbyt dużej ilości środków z systemu. Jednocześnie do wymiany oficjalnej waluty na Kiwah, w celu zwiększenia swojej „zielonej siły nabywczej”, ma skłaniać możliwość ich zakupu przez Internet, po preferencyjnych cenach.

Podsumowanie

Jak starano się wykazać, wiele wyzwań stojących obecnie przez globalną społecznością wiąże się z wykorzystaniem paliw kopalnych. Rosnąca zamożność, której towarzyszy rosnąca konsumpcja („niezrównoważonych”) produktów i usług należy do pierwotnych źródeł poważnych problemów ekologicznych. W efekcie, wzrost konsumpcji i ochronę środowiska tradycyjnie postrzegano jako wzajemnie się wykluczające. Wyzwaniem dla naszego i przyszłych pokoleń jest sprawić, by zachowania konsumenckie zamieniły się z przyczyny w rozwiązanie wspomnianych problemów. Programy nakierowane na zmianę zachowań zakupowych w kierunku proekologicznym stanowią dowód na to, że ze wzrostem konsumpcji może postępować „zazielenianie” gospodarki, zamiast degradacji środowiska. Nagradzanie pożądaných zachowań konsumentów (ale i producentów oraz dystrybutorów) ma tu kluczowe znaczenie.

Sander de Rijke, sander.de.rijke@qoin.com

Edgar Kampers, edgar.kampers@qoin.com

Rob van Hilten, rob.van.hilten@qoin.com

Bregtje Cals, bregtje.cals@qoin.com

www.qoin.com

Dodatkowe informacje

- ▶ Bernard Lietaer (1999) „The Future of Money: Creating new Wealth, Work and a Wiser World”
- ▶ Bernard Lietaer i Gwendolyn Hallsmith (2006) „The Community Currency Guide”
- ▶ Clive Humby, Terry Hunt i Tim Phillips (2006) „Scoring Points: How Tesco Continues to Win Customer Loyalty” 2nd Edition
- ▶ David Fleming (2005) „Domestic Tradable Quotas (DTQs): A Practical Response to Climate Change and Oil Depletion”
- ▶ Edgar S. Cahn (2000) „No More Throw Away People. The Co-Production Imperative”

- ▶ Edgar S. Cahn i Jonathan Rowe „Time Dollars: The New Currency That Enables Americans to Turn Their Hidden Resource-Time into Personal Security and Community Renewal”
- ▶ Ellen H. Brown (2008) „Web of Debt: The Shocking Truth About our Money System and How We Can Break Free”
- ▶ Gill Seyfang (2008) „The New Economics of Sustainable Consumption”
- ▶ Margrit Kennedy (2007), „Pieniądz wolny od odsetek i inflacji. Jak stworzyć środek wymiany służący nam wszystkim i chroniący Ziemię?”, tłumaczenie: Anna Stasiak, Michał Sobczyk, Agnieszka Gawel, Marcin Harembki, Witold Falkowski, Krzysztof Kaczyński, Jędrzej Sulmowski, Piotr Jurczak, Wydawnictwo „Zielone Brygady”, Kraków
- ▶ Paul van Sambeek i Edgar Kampers (2004) „Nu-Spaarpas. The sustainable incentive card scheme”
- ▶ Peter van Luttervelt, Edgar Kampers, David Beatty i Hugo Schönbeck (2005) „Kyoto 4 All”, in assignment of the Dutch Ministry of Housing, Spatial Development and the Environment (VROM) (www.connection-action.nl/Kyoto4All.pdf)
- ▶ Richard Starkey i Kevin Anderson (2005) „Domestic Tradable Quotas: A Policy Instrument for Reducing Greenhouse Gas Emissions from Energy Use”, Tyndall Centre for Climate Change Research
- ▶ Rob Hopkins (2008) „The Transition Handbook: from Oil Dependency to Local Resilience”
- ▶ Rob van Hilten i Edgar Kampers (2009) „The City Carbon Card. A Feasibility Study”, in assignment of the Belfast City Council and the Points Foundation
- ▶ Ron Paul (2009) „End the Fed”
- ▶ Sally J. Goerner, Bernard Lietaer, Robert E. Ulanowitz (2009) „Quantifying Economic Sustainability: implications for free-enterprise theory, policy and practice”, *Ecological Economics* 69: 76-81
- ▶ Simon Roberts i Joshua Thumim (2006) „A Rough Guide to Individual Carbon Trading. The Ideas, The Issues and the Next Steps”, Department for Environment Food and Rural Affairs (www.carbonequity.info/PDFs/defranov06.pdf)
- ▶ Thomas H. Greco (2009) „The End of Money and the Future of Civilization”
- ▶ Thomas H. Greco (2001) „Money: Understanding and Creating Alternatives to Legal Tender”

Strony internetowe

- ▶ Visa Greencard www.visagreencard.nl (w jęz. niderlandzkim)
- ▶ Barclay Breathe Card www.barclaycardbreathe.co.uk
- ▶ Kiwah – Kilowatthour money www.kiwah.org
- ▶ TEQs www.teqs.net
- ▶ WIR Bank www.wir.ch (w jęz. niemieckim)
- ▶ IRTA www.irta.com
- ▶ RES PLUS www.resplus.be (w jęz. niderlandzkim lub francuskim)
- ▶ EBB Pagadoo www.ebb-pagadoo.de (w jęz. niemieckim)
- ▶ CarbonCred www.carboncred.it
- ▶ Hong Kong Octopus Card www.octopus.com.hk/home/en
- ▶ Time Dollars/Time Banks www.timebanks.org
- ▶ Regiogeld www.regiogeld.de (w jęz. niemieckim)

Dodatek:

System kart NU

System kart NU jest pierwszym, technologicznie zaawansowanym systemem zachęt i motywacji do zrównoważonych zachowań i konsumpcji.

Każdy z posiadaczy kart NU, kupując produkt lub usługę w sklepie uczestniczącym w programie, otrzymuje punkty NU.

Punkty te są automatycznie naliczane na jego kartę czipową za pomocą terminali zainstalowanych przez system kart NU.

Posiadacze kart mogą zamieniać zebrane punkty na nagrody w firmach uczestniczących w programie. Wszystkie te nagrody posiadają cechy ekologiczne, związane z pojęciem zrównoważonego rozwoju. Inaczej mówiąc, zrównoważony rozwój jest wspierany w dwojaki sposób: w momencie zbierania punktów i podczas ich wydawania.



Od pomysłu do planu

Ratowanie świata może być zyskiem dla ciebie!

Z tym mottem rozpoczęto działalność programu kart NU („NU-spaarpas”) w Rotterdamie w maju 2002 r. Program karty NU jest pierwszym, technologicznie zaawansowanym systemem zachęt i motywacji do zrównoważonych zachowań i konsumpcji. Program został zrealizowany w wyjątkowym systemie współpracy publiczno-prywatnej pomiędzy władzami miejskimi Rotterdamu, bankiem Rabobank i fundacją Stichting Points (wcześniej: Barataria).

Program kart NU jest interesującą propozycją dla każdego, kto pragnie wspierać rozwój zrównoważony i jakość życia na poziomie lokalnym: sprzedawców, firm przetwarzających odpady, zakładów transportu publicznego i naukowców. Program jest też ciekawy dla tych, którzy myślą poważnie o zmieniającej się roli władz i oczekują odpowiednich narzędzi.

Jak to działa?

Program zbierania punktów NU jest systemem zachęcającym konsumentów do zachowań wspierających zrównoważony rozwój. Ten ostatni termin jest tutaj rozumiany w szerokim znaczeniu: odnoszącym się do produktów ekologicznych i energooszczędnych, poprzez przyjazność dla ludzi i zwierząt, aż po związki z solidarnością, kwestiami społecznymi i jakością życia. Program ma na celu przede wszystkim zmianę zachowań ludzi, a w pewnym sensie również ich mentalności.

Program zbierania punktów NU promuje rozwój zrównoważony gdyż:

- ▶ konsumenci otrzymują nową perspektywę patrzenia na zachowanie wspierające zrównoważony rozwój
- ▶ są informowani o wspierających go produktach i zachowaniach
- ▶ zwiększa się rozpoznawalność tego typu produktów w sklepach
- ▶ wzrasta udział rynkowy tych produktów
- ▶ zrównoważony rozwój jest coraz bardziej brany pod uwagę przez producentów, dostawców, sprzedawców i konsumentów.

Doświadczenia związane z funkcjonowaniem systemu kart NU były gromadzone od maja 2002 do stycznia 2004 w Rotterdamie.

System NU a konsumenci

System kart NU rozróżnia trzy kategorie konsumentów: aktywnych, pasywnych oraz konsumentów nie zainteresowanych.

Konsumenci aktywni, szacowani na 20% całości populacji, posiadają odpowiednią motywację i często kierują się kryteriami ekologicznymi przy zakupach. Osoby te aktywnie i samodzielnie poszukują informacji o rozwoju zrównoważonym i, do pewnego stopnia, są skłonne zapłacić więcej za produkt, który „popierają”. Aktywni konsumenci są pierwszą warstwą, do której dociera system kart NU. System NU pracuje nad nimi, jednakże nie są oni grupą, na której NU głównie się skupia.

Dla konsumentów nie zainteresowanych informacją o zrównoważonym rozwoju nie odgrywa świadomej roli w procesie zakupu. Część z tej grupy będzie obojętna wobec pojęcia zrównoważonego rozwoju, podczas gdy inna część – niewielka liczebnie – będzie go otwarcie odrzucać.

System kart NU jest głównie programem motywacyjnym dla grupy konsumentów pasywnych, znajdujących się pomiędzy ww. ekstremami i stanowiącej około 55% populacji. Dla grupy tej środowisko naturalne nie jest priorytetem. Pomimo, iż są otwarci na przekaz dotyczący zrównoważonego rozwoju, na ogół czekają i obserwują jak proponowane rozwiązania są wdrażane w życie. System zbierania punktów NU kierowano przede wszystkim do tej grupy konsumentów.

Program kart NU eliminuje wiele przyczyn, które tradycyjnie powstrzymują pasywnych konsumentów przed zakupami „zielonych” produktów. Praktyczne podejście, polegające na wymienieniu kryteriów związanych ze zrównoważonym rozwojem dla produktów i usług, umożliwiła konsumentom zbieranie punktów również przy codziennych zakupach.

NU a rząd

Rząd czyni wiele wysiłku, aby uzyskać pewną formę kontroli nad sposobem zachowań obywateli. Okazuje się, że bardzo trudno jest uzyskać tego typu wpływ. Dlatego też władze potrzebują nowych, efektywnych narzędzi, którymi mogłyby wpłynąć na ludzi, tak aby zachowywali się „proekologicznie”.

System kart NU jest przykładem pozytywnego strategicznego narzędzia polityki, które promuje zachowania zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju i przynosi kilka korzyści:

Zachęca ludzi, poprzez użycie systemu premii, do nowych, pozytywnych zachowań. Może być użyty dla wielu celów.

Korzyści z niego może uzyskać wielu obywateli i pokrywają one różne obszary polityki.

Każde euro dotacji przeznaczone na system ma podwójny efekt: pierwszy – przy przyznawaniu punktów, np. poprzez nagradzanie ludzi, którzy oddają posortowane odpady; drugi – gdy punkty są zamieniane na nagrody, np. możliwość wykorzystania ich na przejazd transportem publicznym.

System może pomóc władzom lokalnym w zwiększaniu efektywności kosztowej. Wykorzystanie tego narzędzia może przynieść efekty w postaci bardziej ekonomicznego działania, korzyści z efektu synergii oraz mniejszych wydatków publicznych. Na przykład, im więcej obywateli segreguje swoje odpady, tym mniejsze są koszty po stronie władz lokalnych.

Zebrane dane są, z zastrzeżeniem prawa ochrony prywatności, cenną informacją dla władz w zakresie kontroli i kształtowania polityk. Reakcja na specyficzne bodźce, związane z formowaniem polityk, które są wbudowane w system kart NU, może być dokładnie określona. Ta możliwość ma wpływ na efektywność strategii rządu, jednakże tej możliwości nie testowano podczas projektu pilotażowego.

NU a sektor małych i średnich przedsiębiorstw

Niezależni sprzedawcy detaliczni mają ograniczone możliwości odróżnienia się od innych, konkurujących sklepów oraz od dużych sieci handlowych. Od kilku lat sytuacja rynkowa małych sklepów jest niełatwa. Twarda konkurencja powoduje odchodzenie coraz większej liczby klientów do ogólnokrajowych sieci handlowych, co

odbija się na spadających obrotach mniejszych sklepów. Małe i średnie przedsiębiorstwa mają ograniczone sposoby reklamy; również możliwości utrzymania swoich klientów poprzez „specjalne oferty”, czy lokalne karty lojalnościowe są niewielkie.

Duża liczba przepisów prawnych z zakresu ochrony środowiska dotycząca MSP często pociąga za sobą konieczność ponoszenia związanych z tym kosztów. Jednakże wydatki te rzadko są znane publicznie; w dodatku dołączanie do swojej oferty produktów ekologicznych wymaga specjalistycznej wiedzy, której nie posiadają w pełni nawet duzi hurtownicy.

Tym właścicielom sklepów, którzy pozostali na placu boju też nie jest łatwo w sytuacji powolnego wycofywania się małych sklepów z dzielnic handlowych – spowodowanego brakiem klientów, zmianami w przekroju społecznym lokalnych konsumentów oraz ciężkimi do zaakceptowania czynszami na lokale. Na najpopularniejszych ulicach handlowych przybywa oddziałów ogólnokrajowych sieci, podczas gdy w pozostałych lokalizacjach mnożą się punkty sprzedaży telefonów komórkowych i bary przekąskowe.

Tak więc sklepy odniosłyby korzyści, gdyby uzyskały możliwość bliższego poznania obecnych klientów – aby silniej wiązać ich ze sobą, jak również gdyby mogły zidentyfikować potencjalnych klientów i dotrzeć do nich poprzez efektywny, zindywidualizowany marketing. System kart NU dostarcza wszystkich tych możliwości przy zachowaniu bardzo niskich kosztów.

Rekomendacje

Nauka płynąca z projektu zrealizowanego w Rotterdamie jest bardzo cenna, a jej wartość będzie doceniona gdy ruszą nowe podobne inicjatywy – choć te ostatnie nie mają jeszcze ukształtowanej formy. W czasach obecnej recesji gospodarczej wiele przedsiębiorstw oraz instytucji rządowych jest bardzo wstrzemięźliwa jeżeli chodzi o nowe inwestycje. Z drugiej strony natomiast, zarówno sektor publiczny, jak i prywatny postrzegają system kart NU jako nowoczesne narzędzie rozwiązywania problemów w ich społecznościach.

Okres próbny oraz rozprzestrzenienie się wyników systemu kart NU pokazało, że istnieje bardzo duże zainteresowanie programem zbierania punktów za zachowania proekologiczne – zarówno w Holandii, jak i za granicą.

Aby osiągnąć sukces, system kart NU musi zachować odrębność od innych programów konsumenckich. Najważniejszym aspektem tej odrębności, i tym do czego program dąży, jest wywieranie wpływu na społeczeństwo. Jest to wyróżnikiem omawianego systemu od wielu innych „normalnych” programów lojalnościowych. Ponadto, szeroka gama możliwych zastosowań systemu kart NU zapewnia mu dodatkową wartość dodaną.

za: nuspaarpas.nl/www_en
tłum. Tomasz Makowski

Więcej: Paul van Sambeek & Edgar Kampers (2004) „Nu-Spaarpas. The sustainable incentive card scheme”, nuspaarpas.nl

zig.eco.pl

Biuro projektu
Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych
Sławkowska 12 III p.
31-014 Kraków

e-mail: zb@eco.pl
tel. 603 363 721
skype andrzej.zwawa



Wsparcie udzielone przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego, a także ze środków budżetu Rzeczypospolitej Polskiej w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych.