



Fair Trade

czyli

Sprawiedliwy Handel

przewodnik

Zdjęcie na okładce przedstawia
Ngamanie Christine (54 l.),
plantatorkę owoców papaja, Kamerun
Fot. Łukasz Sokół, 2012

FAIR TRADE CZYLI SPRAWIEDLIWY HANDEL PRZEWODNIK



Publikacja wydrukowana na papierze Cocoon Silk, produkowanym w 100% z makulatury (okładka) oraz Speed-E z certyfikatem FSC Mixed Credit (środek).

Wydanie II

Praca zbiorowa pod redakcją Tadeusza Makulskiego

Autorzy tekstów:

Tadeusz Makulski, Wojciech Zięba,

Borys Bińkowski, Zbigniew Szalbot

Korekta i współpraca redakcyjna: Andrzej Żwawa, Anna Skowera

Projekt graficzny i skład: Sonia Słaboń

Wydawca:

Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu

ul. Kwidzyńska 15

81-306 Gdynia, Polska

info@sprawiedliwyhandel.pl

Facebook: Fair Trade 100%

www.sprawiedliwyhandel.pl

Specjalne podziękowania dla Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) za nieodpłatne udostępnienie przewodnika "International Guide to Fair Trade Labels".

Copyright © 2015, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu

SPIS TREŚCI

Grajmy fair.....	2
Czym jest Sprawiedliwy Handel?.....	4
Zarys historii.....	5
Certyfikacja produktów.....	9
Systemy certyfikacji produktów funkcjonujące w ramach Sprawiedliwego Handlu.....	12
Jak funkcjonuje Sprawiedliwy Handel?.....	17
Sprawiedliwy Handel w Polsce.....	18
Miasta przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade Towns).....	21
Alternatywne poglądy na temat Sprawiedliwego Handlu - polemika.....	24
Sprawiedliwy Handel zmienia rzeczywistość.....	28
Słowniczek terminów Sprawiedliwego Handlu.....	29
Wybrane adresy serwisów internetowych na temat Sprawiedliwego Handlu.....	31
Aneks nr 1. Wprowadzenie do etycznego finansowania.....	32
Bibliografia.....	35

GRAJMY FAIR

Wszyscy mamy dziś łatwy dostęp do różnych egzotycznych produktów spożywczych i wyrobów rzemieślniczych, pochodzących z krajów Południa. Zachwycamy się aromatem, smakiem, subtelnością wzorów, misternym wykonaniem. Zwykle nie myślimy jednak o tym, że nasze decyzje, podejmowane podczas zakupów, mają wpływ na życie innych ludzi i środowisko naturalne.

Publikacje Banku Światowego pokazują, że niemal miliard (14,5%) ludzi na Ziemi (worldbank.org) uzyskuje przychody poniżej granicy skrajnego ubóstwa (1,25 \$ dziennie). Są wśród nich głównie mieszkańcy krajów rozwijających się z Afryki, Azji i Ameryki Łacińskiej. Skutkiem tego jest fatalna nędza i głód dotykające aż 805 mln ludzi (2013). Z powodu głodu rocznie umiera 3,1 mln dzieci do piątego roku życia, w samej Afryce subsaharyjskiej gdzie wskaźnik ten jest największy na świecie 9 dzieci na sto nie dożyje tego wieku (worldhunger.org). Dlaczego tak się dzieje?

Jest wiele czynników mających wpływ na te zjawiska. Wśród nich wymienia się: klęski żywiołowe, wojny i związane z nimi migracje, a w szczególności brak możliwości utrzymania się przez ludzi z pracy własnych rąk, nawet gdy wcześniej wymienione czynniki nie występują. Fakty pokazują, że największą grupą społeczną dotkniętą ubóstwem są drobni wytwórcy i pracownicy najemni wytwarzający żywność oraz wyroby rękodzieła. Z powodu braku dostępu do rynku i w wyniku niesprawiedliwych relacji handlowych nie uzyskują oni godziwych cen za swoje wyroby ani uczciwych wynagrodzeń za pracę. Według brytyjskiej organizacji Oxfam, zyski z 97% obrotów handlowych trafiają do krajów zamożnych (2010).

W konsekwencji jedynie 3% korzyści przypada na kraje ubogie. Pieniądze, które wydajemy na towary pochodzące z tych krajów, zasilają zazwyczaj budżety korporacji, posiadających wielkie plantacje i globalne sieci sprzedaży. Tylko w znikomej części trafiają one do ludzi bezpośrednio zaangażowanych w wytwarzanie dóbr, które nabywamy. Raport "Power in Supply Chain" (2014) sporządzony przy udziale Fair Trade Advocacy Office potwierdza skalę tego zjawiska, które szczególnie widoczne jest na rynkach kawy, kakao, bananów czy trzciny cukrowej, gdzie kilku bądź kilkunastu importerów i przetwórców kontroluje większość obrotu tymi surowcami nie zapewniając dziesiątkom milionów wytwórców i pracowników najemnych wyjścia z ubóstwa.

Tak jednak być nie musi. Już kilkadziesiąt lat temu zauważono, że wiara w samokorygującą rolę wolnego rynku, który miał służyć dobru wszystkich podmiotów zaangażowanych w wymianę dóbr, nie przyczynia się do poprawy warunków życia marginalizowanych społeczności, pozostających poza głównym nurtem handlu międzynarodowego.



Uczniowie szkoły zbudowanej z premii Sprawiedliwego Handlu, Safari Village, Malawi. Fot. Michał Wilczek, 2012

Próba stworzenia bardziej sprawiedliwych rozwiązań jest zapewnienie najbardziej pokrzywdzonym pracy na godziwych warunkach i lepszego dostępu do rynku dla wytwarzanych przez nich produktów. Zaowocowało to powstaniem koncepcji Sprawiedliwego Handlu (ang. Fair Trade). U jej podstaw leży przekonanie, że my wszyscy, przez swoje decyzje konsumentkie, wybierając wyroby

pochodzące od drobnych producentów z krajów Południa, które wytworzono i wprowadzono na rynek z zachowaniem etycznych standardów, możemy wspierać ludzi, a równocześnie z powodzeniem zaspokajać własne potrzeby. Na stronach tego krótkiego przewodnika wyjaśniamy, czym jest i jak funkcjonuje Sprawiedliwy Handel (SH).

DLACZEGO DROBNI ROLNICY SĄ POTRZEBNI?

- Drobni rolnicy i pracownicy najemni odgrywają kluczową rolę w produkcji żywności dla światowej populacji, której liczba nieustannie wzrasta.
- Na całym świecie żyje około 525 mln rolników. 85% z nich gospodaruje na 2 ha ziemi uprawnej lub mniej.
- Drobni rolnicy produkują aż 70% światowej żywności.
- 30 mln drobnych rolników wytwarza większość światowej produkcji kawy i kakao.
- Ponad 90% światowej produkcji kakao dostarczane jest na rynek przez ok. 5 mln drobnych rolników.
- 80% światowej produkcji kawy wytwarzana jest przez drobnych rolników i ich rodziny.
- Mimo, iż drobni wytwórcy dostarczają znaczącą część światowej żywności, są oni grupą szczególnie narażoną na ubóstwo:
- Ponad połowę niedożywionych ludzi na świecie stanowią drobni rolnicy i ich rodziny.
- Większość rodzin drobnych wytwórców jest nabywcami netto żywności. Oznacza to, że nie zyskują oni na wzroście światowych cen produktów rolnych, a wręcz przeciwnie – tracą na tym.

Na podstawie "Powering up smallholder farmers to make food fair. A five point agenda", raport Fairtrade Foundation, Londyn 2013

CZYM JEST SPRAWIEDLIWY HANDEL?

Sprawiedliwy Handel (ang. *Fair Trade*) to oddolny, międzynarodowy ruch społeczny dążący do poprawy warunków życia i gospodarowania drobnymi producentami żywności i rękodzieła z krajów globalnego Południa. Dzięki niemu ubodzy mieszkańcy Azji, Afryki, Ameryki Łacińskiej, Karaibów i Oceanii mogą pracować w godnych warunkach i budować uczciwe stosunki handlowe z bogatszą częścią świata. Ruch ten tworzony jest przez organizacje pozarządowe, działaczy, wolontariuszy oraz firmy, przy udziale konsumentów. Wybierając produkty SH, konsumenci mogą wywierać realny wpływ na poprawę stopy życiowej najbiedniejszych społeczności.

Sprawiedliwy Handel jest więc formą pomocy rozwojowej, odpowiedzią na porażkę współczesnych rozwiązań gospodarczych w zakresie zapewnienia ludziom w najbiedniejszych krajach świata godziwych środków utrzymania i możliwości rozwoju. Idea Fair Trade polega jednak nie tylko na wymianie handlowej. Ukazuje, że większa sprawiedliwość w handlu światowym jest możliwa. Podkreśla potrzebę zmian w regulacjach i praktyce handlu konwencjonalnego oraz pokazuje, jak odnoszący sukcesy biznes może stawiać ludzi na pierwszym miejscu.

Opracowana w grudniu 2009 *Karta Zasad Sprawiedliwego Handlu (A Charter of Fair Trade Principles)* jest jednolitym dokumentem, opisującym kształt i zasady funkcjonowania ruchu Sprawiedliwego Handlu. Karta została uzgodniona przez najważniejszych jego uczestników, którzy określają zasady i standardy, kontrolują ich przestrzeganie i przyznają certyfikaty w zakresie odpowiednim dla swojej specyfiki: Światową Organizację Sprawiedliwego Handlu (*World Fair Trade Organization, WFTO*), która certyfikuje **firmy i organizacje SH**, i *Fairtrade International (FI)*, która certyfikuje **produkty SH**. Karta potwierdza istnienie dwóch głównych nurtów Sprawiedliwego Handlu:

- nurtu tradycyjnego, opierającego się na zintegrowanym łańcuchu wytwarzania, dostaw i przetwórstwa w ramach

certyfikowanych **firm i organizacji** Sprawiedliwego Handlu;

- nurtu opierającego się na certyfikacji i znakowaniu **produktów** Sprawiedliwego Handlu, przetwarzanych również przez duże komercyjne firmy, trafiających w przeważającej mierze do konwencjonalnych punktów sprzedaży detalicznej, jak np. supermarkety.

Dokument prezentuje też podstawowe zasady Sprawiedliwego Handlu:

- umożliwienie marginalizowanym producentom dostępu do rynków globalnych;
- zrównoważone i sprawiedliwe relacje handlowe;
- budowanie i wzmacnianie potencjału producentów;
- podnoszenie świadomości i poparcia wśród konsumentów.

Karta określa Sprawiedliwy Handel jako umowę społeczną, w ramach której producenci otrzymują umowy długoterminowe, przedpłaty, premie na projekty rozwojowe (jak budowa studni, wodociągów, szkół, ośrodków zdrowia, szkolenia zawodowe itp.) oraz wsparcie marketingowe poprzez podnoszenie świadomości konsumentów. Natomiast nabywcy otrzymują dzięki temu produkty wytworzone w sposób etyczny i cechujące się dobrą jakością. Sprawiedliwy Handel nie jest więc działalnością charytatywną, lecz partnerstwem na rzecz przemian i rozwoju poprzez handel.



Szkoła w Kadidi Village, Malawi, rejon Lilongwe. Przekazanie piłki z certyfikatem Fairtrade szkole w ramach projektu Aware&Fair. Archiwum Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu. Fot. Michał Wilczek, Agencja Symetria, 2012

DEFINICJA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

W Karcie Zasad Sprawiedliwego Handlu przywołana została definicja, sformułowana w 2001 roku przez FINE – nieformalną platformę współpracy czterech najważniejszych w ruchu organizacji parasolowych: **FLO** (FI), **IFAT** (WFTO), **NEWS!**, **EFTA**, skupiających organizacje zaangażowane w Sprawiedliwy Handel. Definicja ta jest również cytowana w dokumentach Unii Europejskiej:

Sprawiedliwy Handel to partnerstwo handlowe, oparte na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju przez oferowanie lepszych warunków handlowych oraz ochronę praw marginalizowanych producentów i pracowników najemnych, szczególnie w krajach Południa. Organizacje Sprawiedliwego Handlu (wspomagane przez konsumentów) są aktywnie zaangażowane we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości i kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego.

Produkty Sprawiedliwego Handlu są wytwarzane i sprzedawane zgodnie z tymi zasadami, co jest w miarę możliwości weryfikowane przez wiarygodne, niezależne systemy gwarancyjne.

ZARYS HISTORII

Ruch Sprawiedliwego Handlu w swej współczesnej formie ma wiele źródeł. Przyjmuje się, że narodził się pod koniec lat 40. ubiegłego wieku w Stanach Zjednoczonych z inspiracji tamtejszych chrześcijańskich grup wyznaniowych (wtedy używano pojęć handel alternatywny czy handel solidarnościowy). Podejmowane wówczas próby sprzedaży wyrobów, pochodzących z małych wspólnot etnicznych, były reakcją na powojenny demontaż systemu kolonialnego, który

znaczaco zmienił realia funkcjonowania całych społeczeństw w krajach, określanych jako Trzeci Świat oraz obnażył ich tragiczne ubóstwo i zacofanie.



Kobieta zszywająca koszyczek z sizalu. Spółdzielnia Assopthe, Kinyihira, Rwanda. Archiwum PSSH
Fot. Tadeusz Makulski, 2011



Do pionierów ruchu należy organizacja *Ten Thousand Villages* (wcześniej *Mennonite Central Committee Self Help Crafts*), której założyciele już w 1946 roku rozpoczęli w Stanach Zjednoczonych sprzedaż rękodzieła, pochodzącego z wiosek w Puerto Rico. Celem działania była pomoc społecznościom wiejskim w utrzymaniu się z pracy własnych rąk. Pod koniec lat 50. brytyjska organizacja *Oxfam* rozpoczęła sprzedaż wyrobów rzemieślniczych, pochodzących od uchodźców z Chin, a w roku 1964 powstała *Oxfam Trading* – inicjatywa handlu alternatywnego. Ta forma pomocy ubogim z krajów postkolonialnych rozpowszechniła się szerzej w Europie i w USA, w dużej mierze poprzez aktywność chrześcijańskich organizacji pozarządowych, współpracujących z misjonarzami. Dzięki nim w sprzedaży znalazły się wytwory rękodzieła, pochodzące od drobnych rzemieślników, za które otrzymywali oni godziwe wynagrodzenie. Dystrybucję prowadzono głównie w parafiach, na akcjach plenerowych, a także w wyspecjalizowanych punktach sprzedaży.

„TRADE NOT AID”

Idea handlu alternatywnego znalazła swoje miejsce w międzynarodowej debacie nad Nowym Międzynarodowym Ładem Ekonomicznym. W ramach rundy negocjacyjnej UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*) w roku 1968 koncepcja „Trade not Aid” („Handel, nie pomoc”), wylansowana przez organizacje pozarządowe i ekspertów ekonomicznych, została uznana za bardziej efektywną od istniejących form pomocy rozwojowej. W kolejnych porozumieniach UNCTAD zawarto kwestię stabilizacji cen eksportowych na produkty o podstawowym znaczeniu dla krajów rozwijających się.

Rozwój handlu alternatywnego od późnych lat 60. wiązał się głównie z ruchem solidarności politycznej. Wśród partnerów handlowych wczesnego ruchu były też państwowe organizacje handlowe. Handel alternatywny pod koniec lat 60. i w latach 70. był bardziej nastawiony na szukanie rynków zbytu dla produktów z krajów wyłączonych z głównego obrotu handlowego z powodów politycznych (jak Wietnam, Mozambik, Kuba czy Nikaragua), niż na zapewnienie dobrobytu drobnym producentom w tych krajach. W tym czasie funkcjonowały też organizacje pozarządowe, określane jako organizacje handlu alternatywnego (*Alternative Trade Organisations* – ATOs).

SKLEPY ŚWIATA (WORLDSHOPS, WELTLADEN)

W pierwszych dekadach największą rolę w sprzedaży produktów handlu alternatywnego odgrywały sklepy specjalistyczne i organizacje, programowo zorientowane na tę formę pomocy. Znacząca rola w rozwoju handlu alternatywnego, a później Sprawiedliwego Handlu, przypada organizacjom pozarządowym z Holandii. W roku 1959 powstała tam organizacja *SOS Werelhandel*, znana dziś jako *Fair Trade Original*. To właśnie holenderskie grupy wsparcia dla Trzeciego Świata rozpoczęły w latach 60. kampanie sprzedaży cukru trzcinowego, wspierając je przekazem: *If you buy cane sugar, you give people in poor*

countries a place in the sun of prosperity („Kupując cukier trzcinowy, zapewniasz ludziom w krajach ubogich lepsze warunki życiowe.”). Tam też w roku 1969 otwarto pierwszy Sklep Świata (ang. *Worldshop*, niem. *Weltladen*, fr. *Magasins du monde*), dając początek systemowi sklepów specjalistycznych, których działanie koncentruje się na sprzedaży produktów pochodzących wyłącznie od drobnych wytwórców oraz na promocji idei Sprawiedliwego Handlu. Od samego początku znaczący udział w prowadzeniu Sklepów Świata mają wolontariusze, a zyski przeznaczane są na działania edukacyjne i promocyjne oraz rozwijanie samego handlu. W zgodnych ocenach sklepy te odegrały kluczową rolę dla rozwoju alternatywnego handlu i ruchu Sprawiedliwego Handlu.



*World Shop certyfikowany przez British Association of FT Shops
Haworth, West Yorkshire, UK*

Fot. Jamie Simpson - HD Media Pro

Z czasem Sklepy Świata stały się głównym kanałem dystrybucji produktów Sprawiedliwego Handlu. W poszczególnych krajach powstały organizacje parasolowe, jak *Dutch Association of World Shops*, *British Association of Fair Trade Shops*, *Oxfam-Magasins du monde*, *Weltladen*, *CTM Altro Mercato*, które opracowały standardy krajowe dla Sklepów Świata. Pierwsza europejska konferencja Sklepów Świata odbyła się w roku 1984. Krajowe organizacje Sklepów Świata utworzyły w 1994 roku europejską sieć NEWS! (ang. *Network of European World Shops*), jako platformę międzynarodową, skupiającą sieci krajowe (przystąpiła ona do WFTO). W roku 2011 w Europie funkcjonowało około 4 tys. Sklepów Świata.

Równolegle w krajach ubogich postępował proces powstawania organizacji, zajmujących się doradztwem i wsparciem dla drobnych wytwórców, promujących alternatywne podejście do handlu i zasad współpracy międzynarodowej. Organizacje te zyskiwały partnerów wśród organizacji pozarządowych, działających w krajach Północy (np. Sklepy Świata).

W wyniku tych działań zaczęły krystalizować się zasady Sprawiedliwego Handlu oraz standardy współpracy z drobnymi wytwórcami z krajów ubogich:

- ustalenie ceny za produkty, która pokrywa koszty produkcji;
- zapewnienie godziwego dochodu zatrudnionym ludziom;
- inwestowanie w rozwój działalności;
- wypłaty premii na rozwój społeczności lokalnych;
- pomoc w budowie infrastruktury;
- długoterminowe, partnerskie relacje handlowe;
- ochrona środowiska naturalnego.

Standardy te stały się najpierw obowiązującą praktyką w Sklepiach Świata, a następnie zostały przyjęte przez rozwijające się sukcesywnie organizacje Sprawiedliwego Handlu.

SIECI ORGANIZACJI HANDLOWYCH SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Od połowy lat 70. organizacje i firmy działające w nurcie alternatywnego handlu na świecie zaczęły wymieniać się doświadczeniami w trakcie organizowanych konferencji i nieformalnych spotkań. W połowie lat 80. pojawiło się pragnienie bardziej formalnego połączenia sił.

W roku 1987 powstało stowarzyszenie EFTA (*European Fair Trade Association*), zaś w roku 1989 – IFAT (*International Federation for Alternative Trade*; od roku 2005 *World Fair Trade Organization* – WFTO). Są to dwie sieci, reprezentujące dwa różne typy organizacji.

EFTA jest stowarzyszeniem największych organizacji importerskich SH w Europie. Z kolei WFTO jest globalną siecią, zrzeszającą grupy producentów, firmy i organizacje Sprawiedliwego Handlu oraz innych uczestników ruchu z wszystkich kontynentów.

EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION (EFTA) (EUROPEJSKIE STOWARZYSZENIE SPRAWIEDLIWEGO HANDLU)

EFTA jest stowarzyszeniem dziesięciu największych europejskich firm i organizacji importerskich w 9 krajach europejskich. Członkowie EFTA posiadają własny katalog standardów współpracy z producentami z Południa, oparty o zasady Sprawiedliwego Handlu. Wykazują oni łączne obroty powyżej 100 mln euro rocznie, osiągane poprzez alternatywne kanały handlowe, tj. Sklepy Świata i grupy solidarnościowe w Europie, a także przez konwencjonalne kanały dystrybucji. EFTA koordynuje kampanie i lobbing ukierunkowany na europejskie instytucje polityczne, mające na celu m.in. rozwój etycznych zamówień publicznych, uwzględniających w przetargach kryteria zbieżne z kryteriami Sprawiedliwego Handlu. Organizacja jest certyfikowanym członkiem Światowej Organizacji Sprawiedliwego Handlu (WFTO).

WFTO: CERTYFIKACJA ORGANIZACJI I FIRM, 10 ZASAD SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu (*World Fair Trade Organization* – WFTO) zrzesza podmioty (firmy, organizacje pozarządowe, sieci organizacji, osoby indywidualne), zaangażowane w działanie na rzecz Sprawiedliwego Handlu – zarówno z Północy, jak i krajów Południa.

Podstawową misją członków WFTO jest działanie na rzecz społeczności drobnych wytwórców i pracowników najemnych z krajów Południa na zasadach Sprawiedliwego Handlu. Ich działalność koncentruje się na promocji idei i współpracy z partnerami z Południa. Pełne członkostwo w WFTO mogą uzyskać wyłącznie organizacje, które w 100% angażują się w Sprawiedliwy Handel. Członkowie WFTO są nie tylko pionierami ruchu, nierzadko

o tradycji sięgającej kilkudziesięciu lat, ale też wprowadzają na rynek ważne innowacje. WFTO rozwija ruch od ponad 20 lat. Reprezentuje etycznych handlowców w skali globalnej – od organizacji oddolnych z wszystkich kontynentów, aż po G8. Jest to zarazem jedyna globalna sieć, której członkowie tworzą nieprzerwany, zintegrowany łańcuch dostawczy Sprawiedliwego Handlu – od producentów, aż do sprzedaży detalicznej. Podstawą dla uzyskania członkostwa, a zarazem statusu certyfikowanej organizacji Sprawiedliwego Handlu, jest przestrzeganie ustalonych przez WFTO 10 Zasad Sprawiedliwego Handlu (patrz ramka). Aby zostać członkiem WFTO, organizacja musi wykazać, że w swej działalności przestrzega tych zasad i dąży do nawiązania relacji z drobnymi producentami z Południa, celem umożliwienia im rozwoju i zapewnienia dostępu do rynku. Przestrzeganie Zasad jest weryfikowane przez system monitoringu.

10 ZASAD SPRAWIEDLIWEGO HANDLU – ORGANIZACJA WFTO:

- 1. Tworzenie możliwości rozwoju dla producentów w niekorzystnej sytuacji ekonomicznej.**
- 2. Przejrzystość i odpowiedzialność.**
- 3. Praktyki Sprawiedliwego Handlu: troska o dobro społeczne, ekonomiczne i ekologiczne drobnych producentów; przedpłaty; długoterminowe stosunki handlowe oparte na solidarności, zaufaniu i wzajemnym szacunku; uznanie, promocja i ochrona tożsamości kulturowej i tradycyjnych umiejętności producentów.**
- 4. Zapłata sprawiedliwej ceny.**
- 5. Zakaz pracy dzieci.**
- 6. Zakaz dyskryminacji, równość płci i wolność działalności związkowej.**
- 7. Zapewnienie dobrych warunków pracy.**
- 8. Budowanie potencjału drobnych wytwórców.**
- 9. Promocja Sprawiedliwego Handlu.**
- 10. Szacunek dla środowiska naturalnego.**

Obecnie (2015 rok) WFTO skupia 359 organizacji członkowskich i 46 indywidualnie stowarzyszonych osób z 79 krajów. Ponad 70% członków stanowią organizacje Sprawiedliwego Handlu, reprezentujące drobnych wytwórców z Południa.

Organizacją zarządza Rada Dyrektorów, których członkowie wybierają spośród siebie. Wspiera ich sekretariat WFTO Global. Rada Dyrektorów WFTO jest odpowiedzialna za opracowywanie i wdrażanie planów zaakceptowanych przez członków.

Członkowie WFTO zrzeszeni są w pięciu organizacjach regionalnych: Afryka, Azja, Ameryka Łacińska, Europa oraz Ameryka Północna i Pacyfik. Organizacje te funkcjonują w ramach niezależnych struktur: *Cooperation for Fair Trade in Africa* (COFTA), WFTO Asia, WFTO LA (*Asociacion Latino Americana de Comercio Justo* - WFTO Latin America), WFTO Europe i WFTO Pacific Rim.

WFTO działa na rzecz takiego ukształtowania rynku globalnego, by wszystkie osoby i organizacje handlowały uczciwie dla dobra wszystkich ludzi i całej planety, oraz by równowaga społeczna, ekonomiczna i ekologiczna była nie tylko powszechną praktyką, ale i warunkiem wstępnym dla funkcjonowania rynku.

LOGO ŚWIATOWEJ ORGANIZACJI SPRAWIEDLIWEGO HANDLU



Używane przez certyfikowane organizacje Sprawiedliwego Handlu, które są zobowiązane w 100% spełniać międzynarodowe kryteria ustalone przez WFTO. Od 2013 roku WFTO wprowadziło system certyfikacji członków – *WFTO Guarantee System*, który pozwala na umieszczanie znaku na opakowaniach produktów wytwarzanych przez organizacje członkowskie. Tym samym, logo WFTO zaistniało jako znak towarowy od 2014 roku. Więcej informacji: www.wfto.com

SPRAWIEDLIWY HANDEL W GŁÓWNYM NURCIE WYMIANY HANDLOWEJ

Poszukiwanie możliwości zwiększania skali działań doprowadziło do włączenia produktów Sprawiedliwego Handlu do głównego nurtu wymiany międzynarodowej. Przyjmowany przez wiele lat model dostępności produktów Sprawiedliwego Handlu – jedynie na półkach Sklepów Świata – nie sprzyjał zwiększaniu udziału w rynku i poszerzeniu asortymentu.

Choć Sklepy Świata również w drugiej dekadzie XXI wieku utrzymują silną pozycję ekonomiczną, jednak mają w wielu krajach charakter niszowy, ponieważ opierają się głównie na sile nabywczej świadomych i zaangażowanych konsumentów, pozostając na marginesie głównego nurtu, ukształtowanego przez klienta masowego i sieci supermarketów.

Dynamiczny wzrost popularności Sprawiedliwego Handlu w pierwszej dekadzie XXI wieku wiąże się z wprowadzeniem certyfikacji produktów i ich powszechnej dostępności w strukturach biznesu konwencjonalnego (supermarkety, wielcy producenci żywności). Koncepcja zakłada istnienie certyfikowanych organizacji wytwórców oraz znakowanie dostarczanych przez nich produktów znakiem certyfikacyjnym, potwierdzającym ich pochodzenie etyczne.



Wytwórnia herbaty Sorwathe. Kinihira, Rwanda.
Fot. Łukasz Sokół, 2010

CERTYFIKACJA PRODUKTÓW

W drugiej połowie lat 80. pojawił się nowatorski pomysł dotarcia do szerszego grona odbiorców produktów Sprawiedliwego Handlu. Inicjatywa wyszła od meksykańskich rolników uprawiających kawę. Stanęli oni w obliczu kryzysu, który powodował gwałtowny spadek cen ziarna. 15 listopada 1988 roku powstała w Holandii pierwsza inicjatywa certyfikująca, przyznająca prawo używania znaku certyfikacyjnego Sprawiedliwego Handlu – fundacja *Stichting Max Havelaar*. Założycielem był pracujący w Meksyku holenderski misjonarz katolicki, ks. Frans van der Hoff, uczestniczący w powstaniu w 1981 roku spółdzielni producentów kawy UCIRI (*Union de Comunidades Indigenas de la Region del Istmo*), oraz ekonomista holenderski Nico Roozen, pracujący w holenderskiej ekumenicznej agencji rozwojowej *Solidaridad*, która również odegrała istotną rolę w tworzeniu fundacji. Powstał pierwszy znak certyfikacyjny *Max Havelaar*, który umieszczono na opakowaniach kawy, dostarczonej ze spółdzielni UCIRI w Meksyku.

Na przełomie lat 80. i 90. XX wieku koncepcja certyfikacji produktów była podejmowana przez kolejne organizacje w różnych krajach europejskich, Japonii, Australii, Nowej Zelandii, Kanadzie i USA (*Max Havelaar, TransFair, Fairtrade Foundation*). Nosily one nazwę Inicjatyw Licencjonujących (*Licensing Initiative LI*). Każda z nich miała odrębny znak certyfikacyjny. Dzięki nim produkty spełniające wymogi Sprawiedliwego Handlu stały się rozpoznawalne. Mogły znaleźć się na półkach „zwykłych” sklepów, docierać do klienta masowego i odnosić sukcesy w głównym nurcie handlu konwencjonalnego (w sklepach spożywczych, sklepach z żywnością ekologiczną, supermarketach itp.).

W 1997 roku krajowe inicjatywy licencjonujące utworzyły organizację parasolową *Fairtrade Labelling Organisation* (obecnie *Fairtrade International – FI*).

Został wypracowany jednolity system certyfikacji produktów z katalogiem standardów, które powinny spełniać organizacje i przedsiębiorstwa producenckie z Południa, przetwórcy oraz organizacje i firmy wprowadzające na rynek produkty finalne w opakowaniach jednostkowych. W roku 2002 został opracowany jednolity znak certyfikacyjny Fairtrade, stopniowo wprowadzany w poszczególnych krajach.



Fairtrade International, wraz ze swymi członkami i partnerami, zajmuje się rozwojem systemu certyfikacji, promocją idei i znaku Fairtrade oraz przyznawaniem licencji na umieszczanie znaku certyfikacyjnego na opakowaniach jednostkowych. Obecnie FI skupia prawie 30 organizacji: 3 sieci producenckie na trzech kontynentach (Afryka, Ameryka Łacińska i Karaiby, Azja i Pacyfik), kilkanaście organizacji członkowskich w krajach konsumenckich (Europa, Kanada, Japonia, Australia i Nowa Zelandia oraz RPA) i kilka organizacji marketingowych, zarówno w krajach producenckich jak i konsumenckich (Czechy i Słowacja, Hongkong, Korea Południowa, Indie, Kenia, Brazylia. Polska ma dołączyć w 2015 r.).

SYSTEM CERTYFIKACJI FAIRTRADE

W ramach systemu certyfikacji *Fairtrade* działalność producentów z krajów ubogiego Południa jest weryfikowana pod kątem wypełniania kryteriów systemu przez niezależną organizację zewnętrzną – FLOCERT. Kontrolowany jest także przepływ surowców i produktów – od certyfikowanych producentów, aż do momentu, gdy znajdą się one w jednostkowych opakowaniach konsumenckich, opatrzonych logiem organizacji czy firmy, wprowadzającej produkt finalny na rynek (*brand owners*). Po spełnieniu wszystkich kryteriów mogą oni uzyskać licencję na umieszczanie znaku certyfikacyjnego *Fairtrade* na opakowaniu jednostkowym.

Kryteria certyfikacji *Fairtrade* ustala Komitet Standardów FI, w skład którego wchodzi

reprezentanci organizacji członkowskich, sieci organizacji producenckich z Południa oraz niezależni eksperci. Komitet prowadzi szerokie konsultacje z producentami, przedsiębiorcami, niezależnymi ekspertami, inspektorami kontroli itp. oraz przestrzega kodeksu dobrych praktyk ustanawiania standardów ISEAL (*International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance*). Kryteria certyfikacji Fairtrade opierają się na normach ISO 65 dla jednostek certyfikujących, co z kolei jest kontrolowane przez niezależny podmiot zewnętrzny.

STANDARDY SYSTEMU FAIRTRADE (kryteria podstawowe)

1. Zapłata ceny gwarantującej pokrycie kosztów produkcji.
2. Wypłata dodatkowej premii na rzecz społeczności lokalnej.
3. Wypłata zaliczki na uzgodnione kontrakty.
4. Zakaz pracy niewolniczej, pracy dzieci, równouprawnienie płci.
5. Ochrona środowiska, zrównoważony rozwój.

Więcej: www.fairtrade.net

Na bazie międzynarodowych zasad SH określono standardy szczegółowe dla poszczególnych produktów, które muszą być przestrzegane przez wytwórców. Do roku 2012 opracowano standardy certyfikacji *Fairtrade* dla następujących produktów: kakao, kawa,



Zbiór herbaty. Spółdzielnia drobnych rolników Assopthe, Kinyihira, Rwanda. Fot. Łukasz Sokół, 2010

herbata, cukier trzcinowy, wybrane świeże warzywa i owoce (w tym banany i winogrona), owoce suszone, przetwory owocowe i warzywne, soki i wina, produkty zbożowe (ryż, komosa ryżowa/quinoa, palusznik/fonio), zioła, herbaty ziołowe, przyprawy, nasiona oleiste, orzechy, miód, kwiaty cięte, rośliny ozdobne, piłki sportowe, bawełna, drewno, złoto i srebro. Asortyment jest stale rozszerzany, przewidywane jest wprowadzenie standardów dotyczących tekstyliów.

W przypadku certyfikowanych produktów jednoskładnikowych (np. kawa) 100% surowca musi pochodzić ze źródeł certyfikowanych. W produktach złożonych (jak np. czekolada) każdy ze składników występujących w systemie Sprawiedliwego Handlu musi być certyfikowany (np. kakao w czekoladzie nie może być częściowo certyfikowane, a częściowo nie). Jeżeli na rynku jest dostępny jakiś surowiec certyfikowany (np. wanilia), w produktach złożonych nie można użyć jego zamiennika bez certyfikatu ani w części, ani w całości, natomiast surowce nie występujące w systemie Sprawiedliwego Handlu nie mogą stanowić więcej niż 80% składu produktu złożonego.

Obok standardów szczegółowych dla produktów istnieją standardy ogólne dla:

- demokratycznie zarządzanych organizacji drobnych producentów (spółdzielni, stowarzyszeń itp.), których działalność opiera się na ich pracy własnej i członków ich rodzin;
- organizacji zatrudniających pracowników najemnych (np. większych plantacji czy przetwórci);
- produkcji kontraktowej, prowadzonej przez drobnych producentów, którzy jeszcze nie mają demokratycznie zarządzanej organizacji, o ile współpracują z eksporterem czy organizacją pozarządową, która wspiera ich na drodze do utworzenia niezależnej organizacji;
- organizacji handlowych, które kupują, przetwarzają, paczkują i sprzedają hurtowo produkty certyfikowane.

Producenci mogą pochodzić tylko z określonych przez kryteria certyfikacji krajów rozwijających się, natomiast wszystkie wymienione wyżej

rodzaje organizacji muszą przestrzegać standardów szczegółowych, dotyczących poszczególnych produktów. Hurtownicy i detaliści, nabywający i sprzedający certyfikowane produkty finalne w opakowaniach jednostkowych ze znakiem *Fairtrade*, nie podlegają certyfikacji i kontroli w ramach systemu.

Organizacje i firmy handlowe są zobowiązane płacić producentom co najmniej określoną standardami gwarantowaną cenę minimalną i zawierać umowy na określonych warunkach. Standardy (zarówno ogólne, jak i szczegółowe) opierają się na pięciu podstawowych kryteriach (patrz ramka na str.10).

FI publikuje na swoich stronach internetowych tabele, zawierające ceny minimalne (*Fairtrade Minimum Price*) dla poszczególnych produktów i krajów pochodzenia. Cena minimalna gwarantuje pokrycie kosztów produkcji, w tym godziwego wynagrodzenia dla ludzi, którzy przy niej pracują. Cena transakcyjna, która z reguły jest ustalana w oparciu o ceny giełdowe, nie może być od nich niższa. Publikowane są także tabele, określające wysokość premii na projekty rozwojowe (*Fairtrade Premium*) dla poszczególnych produktów i regionów.



Zbiór anansów – Ngong Raphael z firmy Biotropical, Penja, Kamerun. Fot. Łukasz Sokół, 2012

SYSTEMY CERTYFIKACJI PRODUKTÓW FUNKCJONUJĄCE W RAMACH SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

ECOCERT FAIR TRADE



Ecocert jest francuską organizacją certyfikującą, utworzoną w 1991 roku. Specjalizuje się w certyfikacji ekologicznych produktów rolnych. Działa w ponad 90 krajach.

W roku 2007 roku organizacja opracowała system certyfikacji, łączący tradycyjne standardy społeczne Sprawiedliwego Handlu (w wymiarze Północ-Południe) z kryteriami ekologicznymi. Opiera się na standardach ESR (sprawiedliwość, solidarność i odpowiedzialność), które łączą kryteria Fair Trade, rolnictwa ekologicznego oraz społecznej odpowiedzialności biznesu. Zgodność z kryteriami społecznej odpowiedzialności biznesu jest warunkiem wstępnym dla certyfikacji Ecocert Fair Trade.

Od 2013 roku uwzględniane są kryteria Sprawiedliwego Handlu także w działalności na terenie krajów rozwiniętych (Północ-Północ).

Ecocert oferuje trzy różne certyfikaty, opierające się na tych samych standardach:

- *Responsible by Ecocert*;
- *Fair Trade by Ecocert*;
- *Domestic Fair Trade by Ecocert*.

Organem certyfikującym, odpowiedzialnym za kontrolę przestrzegania kryteriów i zarządzanie standardem ESR, jest *Ecocert Environment*.

W ostatnich latach grupa *Ecocert* zacieśniła swoje powiązanie z *IMO Swiss AG*, odpowiadającym za certyfikat *Fair for Life*. Jest on obecnie częścią grupy *Ecocert*. Oba certyfikaty uznawano wzajemnie jeszcze przed połączeniem się tych dwóch jednostek.

www.ecocert.com

BIO PARTENAIRE



Bio Partenaire jest to stowarzyszenie francuskie, założone w 2002 roku. Zrzesza małe i średnie firmy, zaangażowane w produkcję żywności ekologicznej i Sprawiedliwy Handel.

Bio Partenaire stworzył dwa certyfikaty:

- *Organic Solidarity*;
- *Organic Fair Trade*.

Certyfikat *Organic Fair Trade* został wypracowany w 2000 roku dla firm współpracujących z organizacjami producentów z krajów rozwijających się. W roku 2009 standardy certyfikatu w zakresie Sprawiedliwego Handlu zostały zharmonizowane ze standardami ESR. Certyfikat *Organic Solidarity* zaprezentowano w 2007 roku. Ukierunkowany jest na partnerstwa lokalne, opierające się na zasadach Sprawiedliwego Handlu „Północ-Północ”, między producentami i przetwórcami, mającymi siedzibę we Francji.

Warunki przyznania obu certyfikatów są podobne:

- organizacja musi być członkiem *Bio Partenaire*;
- organizacja musi być certyfikowana zgodnie ze standardami ESR;
- produkt musi być certyfikowany zgodnie ze standardami ESR oraz
 - a) dla *Organic Fair Trade* składniki nie mogą pochodzić z upraw na terenie Francji;
 - b) dla *Organic Solidarity* produkt musi pochodzić z Francji;
- certyfikowane produkty mogą być sprzedawane wyłącznie w wyspecjalizowanych sklepach ekologicznych i Fair Trade.

Organem certyfikującym dla obu certyfikatów w latach 2003–2009 był *Ecocert*.

www.biopartenaire.com



System Fair for Life powstał w 2006 roku. Jest owocem współpracy pomiędzy jednostką certyfikującą IMO (Institute for Marketecology) oraz Bio-Foundation. IMO działa w obszarze rolnictwa ekologicznego i systemów zarządzania środowiskiem. Jest reprezentowane w 90 krajach.

Certyfikat Fair for Life (podobnie jak Ecocert Fair Trade i Naturland Fair) został wypracowany przez podmioty zajmujące się certyfikacją ekologiczną i obejmuje kryteria dotyczące rolnictwa ekologicznego, społecznej odpowiedzialności biznesu oraz Sprawiedliwego Handlu. Certyfikat ten postrzegany jest jako trudny do uzyskania, jednak nie wymaga, by przedsiębiorstwa angażowały się w działalność rzeczniczą oraz wspierającą wzrost świadomości społecznej.

Certyfikat ten był jednym z pierwszych, które objęły swoim zasięgiem organizacje producenckie z krajów uprzemysłowionych – co znalazło już wielu naśladowców. Charakterystyczny dla tego certyfikatu jest fakt, iż organizacje drobnych producentów (tradycyjni beneficjenci Sprawiedliwego Handlu) stanowią tylko 17% wszystkich certyfikowanych organizacji, podczas gdy plantacje stanowią niemal 41%. Niemniej jednak wymagające kryteria sprawiają, że plantacje muszą – podobnie, jak inne certyfikowane organizacje – przestrzegać zasad wyznaczanych przez trzy filary tego standardu (rolnictwo ekologiczne, społeczna odpowiedzialność biznesu oraz Sprawiedliwy Handel).

Od roku 2014 certyfikatem Fair for Life zarządza IMOgroup AG, jeden z jego współtwórców, któremu Bio-Foundation przekazała swoje prawa. Certyfikat jest dostępny dla produktów dostarczanych przez firmy, które uzyskały już certyfikat "For Life", wypełniając kryteria ekologiczne i społeczne.



W 1988 roku powstał pierwszy certyfikat produktowy Sprawiedliwego Handlu dla kawy, opracowany przez fundację Max Havelaar. Jej założycielem był pracujący w Meksyku holenderski misjonarz katolicki Frans van der Hoff, uczestniczący w powstaniu w 1981 roku spółdzielni producentów kawy UCIRI, oraz ekonomista holenderski Nico Roozen, pracujący w holenderskiej ekumenicznej agencji rozwojowej Solidaridad, która też odegrała istotną rolę w powstaniu fundacji. Na przełomie lat 80. i 90. ta inicjatywa certyfikacji produktów oparta o metodologię Max Havelaar znalazła naśladowców w kilku innych krajach europejskich i w Ameryce Północnej, została też rozszerzona na inne produkty.

W roku 1997 krajowe organizacje certyfikujące według tej metody zjednoczyły się, tworząc Fairtrade Labelling Organizations (FLO), która obecnie nazywa się Fairtrade International (FI). FLO ujednoliciła standardy dla wszystkich organizacji członkowskich, zaś w 2003 roku wprowadziła jednolity znak certyfikacyjny Fairtrade (wcześniej każda organizacja posługiwała się własnym znakiem).

Standardy FI dotyczą głównie produktów spożywczych (ale też bawełny, piłek sportowych, kwiatów, złota i drewna) i mają dwie wersje: dla drobnych producentów oraz dla dużych plantacji korzystających z pracy najemnej przy uprawie bananów, kwiatów, herbaty, owoców i warzyw.

W roku 2004 FI rozdzieliła się na dwie niezależne organizacje: Fairtrade Labelling Organizations, która określa standardy certyfikatu Fairtrade, zapewnia wsparcie producentom i promuje certyfikowane produkty, oraz FLOCERT, która kontroluje przestrzeganie kryteriów i przyznaje prawo umieszczania znaku certyfikacyjnego na opakowaniach.

Od 2005 roku wprowadzane są specyficzne standardy "produkcji kontraktowej" pozwalające małym, niezorganizowanym producentom uzyskać dostęp do certyfikacji Fairtrade poprzez dołączenie do organizacji pośredniczących (eksportera, przetwórcy, organizacji pozarządowej) w celu wprowadzenia swoich produktów na rynek. Zastosowanie tych standardów jest jednak ograniczone do 3 krajów i 4 produktów.

W 2014 roku Fairtrade International stworzyło swój system na nowy model biznesowy: Fairtrade Sourcing Programs (FSP) dla bawełny, kakao i cukru. Umożliwia on odejście od polityki „wszystko, co możliwe” (all that can be), i stosowanie „certyfikatu dla składników” (ingredient label) na produktach wieloskładnikowych, które zawierają tylko jeden składnik z certyfikatem Fairtrade. Modyfikuje to dotychczasową zasadę, że w produktach złożonych wszystkie składniki, dla których istnieją kryteria certyfikacji Fairtrade, muszą taki certyfikat posiadać. Obecnie w przypadku kakao i cukru firmy mogą umieszczać certyfikat FSP na opakowaniu pod warunkiem, że 100% podstawowego składnika produktu nabyto na zasadach Sprawiedliwego Handlu. Inne składniki nie muszą być certyfikowane. W przypadku bawełny certyfikat FSP można umieszczać na metce tylko wtedy, gdy ilość zakupionej bawełny Fairtrade stanowi 100% ekwiwalentu danej linii produktowej lub kolekcji.

Fairtrade jest najstarszym i najbardziej rozpoznawalnym znakiem certyfikacyjnym Sprawiedliwego Handlu. Umieszczony jest na produktach generujących ok. 80% wartości sprzedaży certyfikowanych produktów Sprawiedliwego Handlu na świecie. Pomimo powstawania i rozwoju nowych certyfikatów, w dalszym ciągu stanowi punkt odniesienia ponieważ niektóre inne certyfikaty Sprawiedliwego Handlu odwołują się do cen minimalnych i premii Fairtrade. System ten, obok systemu Światowej Organizacji Sprawiedliwego Handlu (WFTO), wspierany jest przez sieć wolontariuszy, działających w obszarze rzecznictwa oraz podnoszenia świadomości społecznej i konsumenckiej.

info.fairtrade.net

FAIR TRADE USA



Fair Trade USA (poprzednio Transfair USA) rozpoczęła działalność w 1998 roku w ramach Fairtrade International (dawniej FLO).

1 stycznia 2012 roku Fair Trade USA opuściła system Fairtrade International, chcąc rozwijać Sprawiedliwy Handel poprzez własną inicjatywę Fair Trade for All i ogłaszając własny certyfikat. Planowała w ten sposób podwoić oddziaływanie Sprawiedliwego Handlu dzięki rozszerzeniu zakresu podmiotów uprawnionych do certyfikacji o plantacje i drobnych rolników, którzy nie zorganizowali się w strukturach spółdzielczych. Fair Trade USA ogłosiła plan otwarcia swojego systemu dla wszystkich – w tym dla plantacji kawy oraz niezorganizowanych, drobnych rolników uprawiających kawę. Po odejściu z systemu Fairtrade wypracowała własne standardy dla plantacji, niezależnych rolników, handlowców oraz wytwórców odzieży i artykułów gospodarstwa domowego.

Zmiana nazwy z Transfair USA na Fair Trade USA, opuszczenie systemu Fairtrade International oraz wdrożenie inicjatywy Fair Trade for All stało się przyczyną licznych kontrowersji w ramach ruchu Sprawiedliwego Handlu. Standardy dotyczące plantacji oraz niezależnych rolników (kontraktowych) są podobne do standardów FI, jednak są one otwarte na nowe obszary, które w systemie Fairtrade ograniczają się do drobnych, zorganizowanych producentów (w tym produkcję kawy).

System ten obejmuje rygorystyczne kryteria dla drobnych rolników, w tym wszystkie ważne kryteria tradycyjne, jak gwarantowana cena minimalna, premia na projekty rozwojowe i przedpłaty dla producentów. Nieco mniej surowe są kryteria dotyczących zarządzania oraz kwestii społecznych i ekologicznych. Na przykład brak tu wymogu demokratycznego

zarządzania organizacji rolników we wczesnych latach ich funkcjonowania oraz ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko podczas certyfikacji wstępnej. Kryteria proponowane przez Fair Trade USA są bardziej restrykcyjne w odniesieniu do efektów ekonomicznych – na przykład wymagają demokratycznego zarządzania premiami na projekty rozwojowe.

Krytycy uznają, że Fair Trade USA stawia stosunkowo małe wymagania dotyczące użycia swojego znaku certyfikującego na produktach wieloskładnikowych. Według instrukcji, jedynie 20% składników musi pochodzić z certyfikowanych źródeł, by można było umieścić znak na przedniej stronie opakowania (podobnie jak w systemie Fairtrade International). Brak tu jednak wymagania, by wszystkie składniki, które mogą być dostępne w ramach systemu certyfikacji, pochodziły od producentów certyfikowanych.

fairtradeusa.org

w zakresie rolnictwa ekologicznego w Niemczech i na całym świecie. Pracuje ono nad ramami działania, kontroluje przestrzeganie kryteriów certyfikacji i prowadzi działania rzecznicze.

Naturland Fair był jednym z pierwszych certyfikatów, obok Bio Solidaire i Fair for Life, który mógł być uzyskany przez producentów z krajów OECD. Jest umieszczany na innowacyjnych produktach, wytworzonych ze składników Sprawiedliwego Handlu pochodzących z krajów Północy i Południa, począwszy od pierwszej czekolady Sprawiedliwego Handlu, wytworzonej z certyfikowanego mleka Fair Trade w 2011 roku.

Stowarzyszenie Naturland prowadzi też działalność w dziedzinie rzecznictwa i podnoszenia świadomości społecznej w celu zmiany zasad międzynarodowych, obowiązujących w produkcji rolnej i relacjach handlowych.

www.naturland.de

NATURLAND FAIR



Certyfikat Naturland Fair został wprowadzony w 2010 roku jako uzupełnienie oferty niemieckiego pioniera certyfikacji ekologicznej organizacji Naturland. Jest efektem partnerstwa z największym niemieckim i europejskim importerem Sprawiedliwego Handlu, GEPA. Certyfikat opiera się na trzech filarach zrównoważonego rozwoju – rolnictwie, relacjach społecznych i sprawiedliwych stosunkach handlowych. Uzyskać go mogą przedsiębiorstwa, które już uzyskały certyfikat ekologiczny Naturland, spełniając wymogi dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu i produkcji ekologicznej.

Stowarzyszenie Naturland zrzesza 43.000 rolników, posiadających ok. 270.000 ha ziemi, i ok. 100 spółdzielni prowadzących działalność

SMALL PRODUCERS' SYMBOL (SPP)



Small Producers' Symbol (SPP – skrót z języka hiszpańskiego) jest inicjatywą Sieci Drobnych Producentów Sprawiedliwego Handlu Ameryki Łacińskiej i Karaibów (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo – CLAC) z 2006 roku. W 2012 roku CLAC przekazało własność certyfikatu niezależnej organizacji FUNDEPPO (Fundacja Zorganizowanych Drobnych Producentów), powołanej w celu zarządzania certyfikatem.

Opracowanie certyfikatu SPP jest skutkiem sprzeciwu CLAC, który jest członkiem Fairtrade International, wobec otwarcia certyfikacji Fairtrade (oraz FT USA) na podmioty postrzegane jako bezpośredni konkurenci drobnych producentów: przedsiębiorstw (plantacji) korzystających z pracy najemnej oraz niezorganizowanych producentów,

zakontraktowanych przez większe przedsiębiorstwa. SPP przestrzega tradycyjnych zasad Sprawiedliwego Handlu i dlatego jest dostępny wyłącznie dla zorganizowanych, drobnych producentów. FUNDEPPO wypracowało ich bardzo precyzyjną definicję, aby certyfikat SPP przynosił korzyść właśnie im. Definitywnie wyklucza on z procesu certyfikacji plantacje i producentów niezorganizowanych.

System SPP jest pierwszym certyfikatem, stworzonym i zarządzanym przez producentów, którzy stanowią większość (co najmniej 2/3) we wszystkich organach decyzyjnych.

Standard SPP kładzie szczególny nacisk na aspekty ekonomiczne (zapewnienie wsparcia dla producentów ze strony nabywców) oraz na organizacyjne Sprawiedliwego Handlu. Do kluczowych wymogów SPP należy budowanie potencjału producentów oraz działania na rzecz wzmocnienia ich pozycji rynkowej. Wymogi dotyczące redukcji negatywnego wpływu na środowisko oraz praw pracowniczych są mniej sformalizowane, niż w przypadku innych certyfikatów Sprawiedliwego Handlu (np. konwencje MOP nie zostały wymienione wprost). Nie jest to poważny problem, dopóki certyfikowane organizacje będą bazować głównie na rodzinnych gospodarstwach rolnych i będą zaangażowane w proces certyfikacji ekologicznej w tym samym stopniu, co dziś.

home.spp.coop

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION



Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu (World Fair Trade Organization – WFTO) jest globalną siecią organizacji i firm, utworzoną w 1989 roku, których misją jest Sprawiedliwy Handel. Początkowo producenckie organizacje członkowskie WFTO były zakładane w celu wsparcia marginalizowanych społeczności

i podtrzymania tradycyjnych zawodów i umiejętności, których wyroby nie były certyfikowane w systemie Fairtrade.

To sprawiło, że większość certyfikowanych organizacji członkowskich WFTO stanowią grupy rzemieślnicze. Na pierwszym miejscu swojej misji WFTO stawia rzecznictwo oraz podnoszenie świadomości społecznej.

WFTO wypracowała pionierski system certyfikacji dla tzw. Organizacji Sprawiedliwego Handlu. Przez długi czas był on dostępny jedynie dla organizacji, które w 100% wypełniały 10 zasad Sprawiedliwego Handlu spisanych przez tę organizację. Weryfikacja przestrzegania zasad SH polegała na składaniu raportów z samooceny oraz na ocenach wzajemnych, prowadzonych przez organizacje członkowskie. W styczniu 2004 roku został zaprezentowany znak Organizacji Sprawiedliwego Handlu, który jednak nie mógł być stosowany na produktach, a jedynie do identyfikacji organizacji członkowskich.

W maju 2013 roku WFTO wprowadziła nowy system certyfikacji (WFTO Fair Trade Guarantee System), który obok wcześniejszych metod wprowadził konieczność audytu zewnętrznego. Samoocena oraz oceny wzajemne zostały jednak zachowane, aby utrzymać koszty certyfikacji na poziomie przystępnym dla małych organizacji producenckich. Naprzemienne audyty zewnętrzne oraz oceny wzajemne podkreślają też dążenie WFTO do uzyskania możliwie wysokiego poziomu zaangażowania członków w pracę całej sieci. Od 2014 roku członkowie WFTO po przejściu procedury certyfikacyjnej uzyskują prawo umieszczania znaku systemu na opakowaniach produktów oraz na etykietach w przypadku wyrobów rzemiosła. WFTO w przypadku pierwotnych dostawców honoruje także inne certyfikaty Sprawiedliwego Handlu.

Największa siła WFTO leży w tym, iż – poza obowiązkowymi kryteriami wymienionymi w standardzie – WFTO oczekuje od swoich członków pełnego zaangażowania w działalność Sprawiedliwego Handlu i czuwa nad ciągłym ulepszaniem ich praktyk.

www.wfto.com

**Opracowano na podstawie "International Guide to Fair Trade Labels",
French Fair Trade Platform, 2015.**

JAK FUNKCJONUJE SPRAWIEDLIWY HANDEL?

Wszystkie produkty Sprawiedliwego Handlu pochodzą od producentów przestrzegających standardów i zasad Fair Trade, co jest weryfikowane w ramach dwóch schematów:

- tradycyjne organizacje i firmy Sprawiedliwego Handlu (certyfikowani członkowie WFTO, przestrzegający w 100% zasad Sprawiedliwego Handlu) – zrzeszenia drobnych wytwórców rękodzieła, drobnych rolników itp.;
- organizacje producentów (drobni rolnicy i inni drobni producenci) oraz firmy (plantacje czy wytwórnie, zatrudniające najemną siłę roboczą), które uzyskały potwierdzenie przestrzegania standardów w procesie wytwarzania danego produktu, określonych przez niezależną firmę certyfikującą (jak *FLO CERT*, *Naturland Fair*, *Ecocert Fair Trade*, *Bio Equitable*, *Fair Trade USA*).

Produkty SH w swym łańcuchu dostawczym są sprzedawane i wprowadzane na rynek z udziałem dwóch odmiennych, lecz uzupełniających się kanałów dystrybucji:

- drogą tradycyjną poprzez zintegrowany łańcuch dostaw, w którym produkty Sprawiedliwego Handlu (rękodzieło, żywność itp.) są wytwarzane, importowane i rozprowadzane przez certyfikowane organizacje Sprawiedliwego Handlu, które uczestniczą w całym łańcuchu dystrybucji (członkowie WFTO, EFTA, organizacje krajowych Sklepów Świata). Ich misja i działania oparte są w 100% na idei Sprawiedliwego Handlu. Wykorzystują one Sprawiedliwy Handel jako narzędzie rozwoju, służące wsparciu pokrzywdzonych producentów i redukcji ubóstwa, a swoją działalność handlową łączą z kampaniami informacyjnymi. Produkty trafiają do wyspecjalizowanych sklepów, a także do detalistów konwencjonalnych, np. sieci handlowych czy sklepów ze zdrową żywnością;
- poprzez system certyfikacji produktu, w którym produkty spełniające standardy międzynarodowe są znakowane dla łatwiejszego

ich rozpoznania przez konsumenta. Mogą one być rozprowadzane zarówno przez certyfikowane organizacje Sprawiedliwego Handlu (np. Sklepy Świata), jak przez uczestników rynku konwencjonalnego – firmy, korporacje, supermarkety, sieci dystrybucyjne itp. W ramach licencji monitorowany jest przepływ surowców w łańcuchu dostawczym i skład produktów. Same organizacje czy firmy (pośrednicy, przetwórcy) nie są zobowiązane do przestrzegania zasad Sprawiedliwego Handlu.

Wspólną cechą tych systemów jest potwierdzanie przestrzegania zasad, kryteriów obrotu i standardów przez niezależne organizacje zewnętrzne (*third party certification/ monitoring*). Poza tymi systemami funkcjonują też producenci, przetwórcy, hurtownicy i detaliści, których twierdzenie o funkcjonowaniu w ramach Sprawiedliwego Handlu nie jest potwierdzone przez żadne zewnętrzne organizacje i niezależny monitoring lub proces certyfikacji. Powoli rośnie też rola rynków lokalnych w krajach producentów w dystrybucji produktów Sprawiedliwego Handlu.



Suszenie orzechów macadamia.
Highlands Macadamia Cooperative Union Ltd., Ntchisi, Malawi
Fot. Michał Wilczek, Agencja Symetria, 2012

Początki ruchu Sprawiedliwego Handlu w Polsce datują się na rok 2003, gdy Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu (PSSH) rozpoczęło pionierską pracę na rzecz wprowadzenia idei Sprawiedliwego Handlu do świadomości społecznej oraz pojawienia się produktów Sprawiedliwego Handlu na polskim rynku. Stowarzyszenie prowadzi szerokie działania promocyjne i edukacyjne. Organizacja jest jedynym w Polsce certyfikowanym członkiem World Fair Trade Organization.

W roku 2007 z inicjatywy PSSH została zainicjowana kampania *Miasta Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*. Jej początkiem było zaproszenie do Gdańska fińskiego żaglowca edukacyjnego Sprawiedliwego Handlu, „Estelle”.

W ramach międzynarodowego projektu *Aware&Fair*, realizowanego w Polsce przez PSSH i Urząd Miasta Poznania, Poznań, jako pierwsze miasto w Polsce, uzyskał w październiku 2012 honorowy tytuł *Miasta Przyjaznego dla Sprawiedliwego Handlu*, a w 2014 roku odnowił tytuł na kolejne 2 lata.

PSSH jako pierwsze w Polsce zorganizowało kilka wizyt przedstawicieli producentów Sprawiedliwego Handlu m.in. z Meksyku, Tanzanii, Filipin. Przyczyniły się one do przyciągnięcia uwagi mediów i szerokiej publiczności do problematyki Sprawiedliwego Handlu.

W roku 2009, przy udziale m.in. PSSH, Polskiej Akcji Humanitarnej, Polskiej Zielonej Sieci, została zawiązana Koalicja Sprawiedliwego Handlu (PSSH brało udział w pracach Koalicji do 2013 roku), zrzeszająca podmioty i osoby deklarujące wsparcie dla rozwoju ruchu SH w Polsce. Koalicja włączyła się też do kampanii *Miasta Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*.

PRODUKTY SPRAWIEDLIWEGO HANDLU W POLSCE

Oferta produktów Sprawiedliwego Handlu w naszym kraju stale się poszerza, choć nadal jest stosunkowo uboga w porównaniu z krajami, w których ruch SH ma dłuższą historię. Najczęściej na półkach sklepowych znajdujemy kawę, herbatę, cukier trzcinowy, kakao i czekoladę. W dobrych sklepach można kupić również ryż, quinoa, suszone owoce, a także na przykład wyroby z bawełny, kosmetyki i rękodzieło.

Produkty Sprawiedliwego Handlu najłatwiej rozpoznać na półkach po odpowiednim znaku certyfikacyjnym i opisie na opakowaniu. W praktyce najbardziej rozpoznawalnym systemem certyfikacyjnym w Europie jest *Fairtrade* (patrz str. 12). Obok niego funkcjonują takie systemy, jak *Fair for life*, *Naturland & Fair*, *Ecocert* czy *Bio Equitable*. Produktami Sprawiedliwego Handlu są także wyroby wytwarzane przez certyfikowane Organizacje Sprawiedliwego Handlu zrzeszone w Światowej Organizacji Sprawiedliwego Handlu (WFTO).

Produkty Fair Trade można spotkać zarówno w małych sklepach, jak i supermarketach na terenie kraju. Zazwyczaj jednak ich miejsca na półkach nie są w szczególny sposób oznaczane. Wyjątkiem jest sieć Marks & Spencer. Rozpoznanie miejsc sprzedaży produktów Fair Trade i ich oznaczenie to jedno z zadań kampanii *Miasta Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*. W ramach tej kampanii w 2012 roku przy ul. Poznańskiej 25 w Poznaniu otworzono pierwszy w kraju sklep Fair Trade, oferujący wyłącznie towary Sprawiedliwego Handlu. Szeroki asortyment produktów Sprawiedliwego Handlu oferują też sklepy internetowe.

PRZYKŁADOWE PRODUKTY SPRAWIEDLIWEGO HANDLU DOSTĘPNE W POLSKICH SKLEPACH

HERBATA

Herbata to po wodzie najpopularniejszy napój na świecie – szacuje się, że co sekundę wypijanych jest 70 tys. filiżanek. Przy uprawie herbaty zatrudnienie znajduje około 50 milionów osób, zamieszkujących wiele z najuboższych państw świata. Herbata jest zazwyczaj uprawiana na dużych plantacjach, często należących do spółdzielni zrzeszających drobnych rolników. Zbieranie herbaty to jedno z najgorzej opłacanych zajęć na świecie. Ciężka sytuacja pracowników plantacji w Indiach, Sri Lance i Kenii jest powszechnie znana. Sprawiedliwy Handel pomaga producentom i pracownikom plantacji przetrwać na rynku dzięki stabilniejszym cenom i dostępowi do nowych rynków zbytu.

Łączna kwota samych tylko premii Fairtrade za lata 2012-2013 wypłaconych organizacjom producenckim zrzeszającym ponad 220 tys. drobnych rolników i pracowników plantacji herbaty wyniosła 5 mln euro.



Przetwórnia herbaty Sorwathe. Kinyihira, Rwanda
Fot. Łukasz Sokół, 2010

KAWA

Handel kawą to wielki biznes – kawa pozostaje jednym z najcenniejszych towarów w handlu światowym, ustępując jedynie ropie naftowej! Mimo to dla 25 milionów drobnych rolników uprawa kawy to żmudna praca, która często przynosi niewielki zysk. Choć w 2010 roku ceny rynkowe osiągnęły najwyższy pułap od 13 lat,

nie przełożyło się to na poprawę stopy życiowej rolników. Powodem tej sytuacji jest spadek wielkości produkcji, wynikający ze zmian klimatycznych, kryzysu na rynku kredytów oraz chorób i starzenia się drzew kawowych. Środki, które drobni rolnicy zrzeszeni w spółdzielniach otrzymują w ramach ceny i premii Fairtrade, ułatwiają realizację działań biznesowych i projektów rozwojowych, a także wpływają bezpośrednio na poprawę warunków materialnych lokalnych społeczności.

Łączna kwota premii Fairtrade wypłaconych za lata 2012-2013 wyniosła 44 mln euro. Pieniądze te trafiły do organizacji producentów kawy certyfikowanych przez system Fairtrade zrzeszających ponad pół miliona drobnych rolników. Organizacje producenckie przeznaczyły te środki głównie na inwestycje w rozwój działalności prowadzonej przez zrzeszonych rolników.



Zbiór kawy, Yem Peter Ful – farmer z Mbissi,
Spółdzielnia Fundong, Boyo Area Cooperative Union.
Region Bamenda, Kamerun. Fot. Łukasz Sokół, 2012

QUINOA

Quinoa, czyli komosa ryżowa, to roślina jednoroczna. Pochodzi z regionu Altiplano – płaskowyżu śródgórskiego w Andach Środkowych. Według historyków quinoa jest uprawiana w Altiplano od ponad 7 000 lat i z uwagi na niski wpływ na środowisko przyczynia się do zachowania ekosystemu. Komosa ryżowa ma duży potencjał w zwalczaniu niedożywienia w populacjach o słabym dostępie do podstawowych składników odżywczych. W Ameryce Południowej z uprawy tej rośliny utrzymuje się ponad 130 000 małych, rodzinnych plantacji. Wzrost spożycia komosy ryżowej na innych kontynentach umożliwi

drobnym producentom w Ameryce Południowej kontynuowanie produkcji pierwotnymi sposobami w zrównoważonym środowisku naturalnym. Warto dodać, że ONZ podjęło uchwałę ustanawiającą rok 2013 Międzynarodowym Rokiem Quinoa.



Boliwijski farmer na polu quinoa,
Fot. FAOALC, 2012

KAKAO

Kakao produkuje się w ponad 30 krajach rozwijających się, a przy jego uprawie pracuje ponad 14 milionów ludzi. 9 na 10 rolników z Wybrzeża Kości Słoniowej i Ghany żyje wyłącznie z uprawy kakao. Z rozległych plantacji o powierzchni co najmniej 40 hektarów pochodzi zaledwie 5% tego surowca, podczas gdy na niewielkich farmach rodzinnych o powierzchni nie przekraczającej 5 hektarów powstaje aż 90% światowej produkcji kakao. Szacowana premia wypłacana w ramach systemu Fairtrade za lata 2012-2013 dla organizacji producentów kakao, zrzeszających w sumie ponad 125 tysięcy drobnych rolników, wyniosła 9,8 mln euro.

ŚWIATOWY RYNEK KAKAO

W Republice Wybrzeża Kości Słoniowej – największego na świecie producenta kakao – producent tego surowca osiąga średni przychód per capita na poziomie 0,50 US\$ dziennie (180 US\$ rocznie) Aby osiągnąć ustanowioną przez ONZ granicę skrajnego ubóstwa wynoszącą 1,25US\$ na dzień powinien zarabiać 2,5 raza więcej. Aby osiągnąć poziom wystarczający na pokrycie podstawowych potrzeb poziom przychodów powinien być jeszcze wyższy. Jednym z zasadniczych powodów takiej sytuacji są niskie, niesprawiedliwe ceny ziarna kakaowego narzucane przez dominujących graczy na rynkach światowych.

PRZYCHODY DROBNYCH ROLNIKÓW PRODUKUJĄCYCH ZIARNO KAKAO VS GRANICA UBÓSTWA



Fuzje i przejęcia spowodowały, że kilka firm posiada niemal 80% całego łańcucha wartości przy przetwarzaniu kakao, a drobni wytwórcy ziarna nie są zorganizowani na tyle, by stać się znaczącymi podmiotami w tym łańcuchu. Niesprawiedliwy podział wartości i siły w łańcuchu dostaw kakao jest jedną z przyczyn nędzy rolników. Szczególnie producenci czekolady (tacy jak Mars, Nestlé Ferrero i Mondelēz), przetwórcy (tacy jak Barry Callebaut czy Cargill) i detaliści osiągają zbyt duże korzyści w porównaniu do innych zainteresowanych stron. Dwóch przetwórców (Barry Callebaut oraz Cargill) wytwarza około 70-80% światowej produkcji czekolady typu couverture (czekolada wysokiej jakości zawierająca nie mniej niż 35% suchej masy kakaowej). Ośmiu producentów i firm przetwórczych (traders and grinders) kontrolują ok. 1/3 światowego handlu kakao. Produkcja czekolady z ziarna certyfikowanego (Fairtrade, UTZ, Rain Forest Alliance) wzrosła globalnie – z 2% w 2009 roku do niemal 16% światowej sprzedaży czekolady w badaniu w 2015 roku. Większość dużych firm (z wyjątkiem Mondelēz i Nestle) zobowiązało się już do 2020 roku korzystać wyłącznie z certyfikowanego ziarna.

Źródło: Cocoa Barometr 2015



Rolnik suszący kakao - wieś Koudio Kouman,
Wybrzeże Kości Słoniowej., Fot. Tadeusz Makulski, 2012

SPOŁECZNOŚCI PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU



SPOŁECZNOŚCI przyjazne dla

**SPRAWIEDLIWEGO
HANDLU**

W drugiej dekadzie XXI wieku Sprawiedliwy Handel staje się najbardziej rozpoznawalną formą pomocy rozwojowej dla krajów uboższego Południa. W działania popularyzujące Fair Trade zaangażowane są organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, firmy, a także konsumenci. Trwałemu wzrostowi sprzedaży produktów Sprawiedliwego Handlu towarzyszy rozwój promujących go akcji społecznych. W krajach, których mieszkańcy stykają się z ideą Fair Trade od kilkudziesięciu lat, można mówić o obywatelskim ruchu poparcia dla Sprawiedliwego Handlu. Jego początki związane są z brytyjską kampanią Fairtrade Towns (Miasta Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu), która objęła z czasem szkoły, wspólnoty wyznaniowe, firmy działające na rzecz promocji SH. Wszystkie te działania wpisują się w kampanię Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu. Poniżej opisujemy jej główne komponenty:

MIASTA PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Kampania została zapoczątkowana w roku 2000 przez grupę entuzjastów Sprawiedliwego Handlu z brytyjskiego miasteczka Garstang. Od tego czasu w ciągu jednej dekady w setkach miast na kilku kontynentach przeprowadzono szereg akcji promocyjnych, organizowanych przez przedstawicieli lokalnych społeczności. W połowie 2015 roku kampania *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* obejmowała już 1703 miasta w 26 krajach świata. Poznań jest pierwszym miastem w Polsce, które uzyskało ten zaszczytny tytuł. Został on przyznany wspólnie przez Koalicję Sprawiedliwego Handlu oraz Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu 10 listopada 2012 r.

Uzyskanie tytułu *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* wiąże się z realizacją celów, wyznaczanych i monitorowanych na poziomie krajowym. Kryteria, które należy spełnić, nie są jednolite na całym świecie. Ustalają je organizacje koordynujące kampanię na danym obszarze. Do najczęściej stosowanych należy 5 kryteriów sformułowanych w Wielkiej Brytanii, gdzie kampania prowadzona jest pod nazwą Fairtrade Towns.

Zobacz: fairtradetowns.org.uk



Poznań, Stary Rynek 11.11.2012. Uczestnicy VI Międzynarodowej Konferencji Fair Trade Towns świętują uzyskanie przez Poznań tytułu "Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu". Fot. archiwum Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu, projekt Aware&Fair

KRYTERIA PODSTAWOWE*:

1. **Utworzenie lokalnej grupy koordynującej realizację kampanii *Miasta Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*.**
2. **Przyjęcie przez samorząd lokalny uchwały wspierającej Sprawiedliwy Handel i wzywającej do zakupu produktów Sprawiedliwego Handlu na potrzeby lokalnych imprez i spotkań.**
3. **Zapewnienie dostępności asortymentu co najmniej dwóch produktów Sprawiedliwego Handlu w lokalnych sklepach oraz punktach gastronomicznych.**
4. **Używanie produktów Sprawiedliwego Handlu w przedsiębiorstwach oraz instytucjach społecznych na danym terenie.**
5. **Pozyskanie poparcia mediów oraz społeczności lokalnej dla kampanii.**

* Aktualna wersja kryteriów uzyskania tytułu Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu opublikowana jest na stronie społeczności.fairtrade.org.pl

KRYTERIA UZUPEŁNIAJĄCE:

6. **Uzyskanie przez co najmniej dwie szkoły lub uczelnie tytułu *Szkoła/Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*.**
7. **Uzyskanie przez co najmniej jedną parafię lub wspólnotę wyznaniową tytułu *Wspólnota Religijna Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*.**



Obchody Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu - Długi Targ Gdańsk. Fot. Tadeusz Makulski, 2012

SZKOŁY PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

W 2007 r. brytyjska organizacja pozarządowa Fairtrade Foundation, na fali sukcesu kampanii Fairtrade Towns, zapoczątkowała kampanię Fairtrade Schools, prowadzoną w szkołach podstawowych i średnich (polska nazwa to *Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu – SzPdSH*). W jej ramach uczniowie dowiadują się o Sprawiedliwym Handlu na takich przedmiotach jak wiedza o społeczeństwie, geografia, historia, język ojczysty, a nawet matematyka.

KRYTERIA*:

1. **W szkole funkcjonuje grupa koordynująca działania, której celem jest promocja idei SH i prowadzenie kampanii *Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*.**
2. **Władze szkoły podpisują deklarację dotyczącą zaangażowania szkoły w promocję idei Sprawiedliwego Handlu.**
3. **Uczniowie i nauczyciele poznają idee Sprawiedliwego Handlu.**
4. **Szkoła promuje ideę Sprawiedliwego Handlu na swoim terenie oraz w społeczności lokalnej.**
5. **Szkoła sprzyja wprowadzaniu produktów Sprawiedliwego Handlu na swoim terenie oraz w społeczności lokalnej.**

*Aktualna wersja kryteriów uzyskania tytułu Szkoła Przyjazna dla SH publikowana jest na stronie społeczności.fairtrade.org.pl

Kampania pomaga młodym ludziom zrozumieć mechanizmy działania rządzące światowym handlem, a także sposoby, dzięki którym ma on szansę stać się bardziej sprawiedliwym. Ideą kampanii jest aktywne działanie uczniów i nauczycieli na rzecz popularyzacji wiedzy dotyczącej globalnych współzależności, odpowiedzialnej konsumpcji oraz SH, zarówno w szkołach jak i w społecznościach lokalnych.

Sukces brytyjskiej kampanii zachęcił także aktywistów w innych krajach do jej podjęcia. Kampania objęła swym zasięgiem szkoły, m.in. w takich krajach jak Irlandia, USA, Hiszpania, Francja, Niemcy, Austria, Czechy, Polska.



UCZELNIE/WSPÓLNOTY/MIEJSCA PRACY PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Kolejne obszary kampanii to *Uczelnie Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (analogiczna do kampanii *Szkoły Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*, ale dostosowana do wyższego poziomu edukacyjnego), *Wspólnoty Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (angażuje członków związków wyznaniowych, kościołów i innych organizacji religijnych na rzecz sprawiedliwości społecznej i pomocy rozwojowej) oraz *Miejsca Pracy Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (chodzi o firmy różnych branż, które nie zajmując się bezpośrednio produktami spożywczymi ani rzemieślniczymi z krajów Południa, wspierają ich producentów, m.in. poprzez zakup kawy, herbaty, cukru i innych produktów Fair Trade na potrzeby biurowe oraz poprzez edukowanie swych

pracowników i interesariuszy w zakresie Sprawiedliwego Handlu).

PIERWSZE EFEKTY W POLSCE

10 listopada 2012 roku Poznań, jako pierwsze miasto w Polsce, uzyskało zaszczytny tytuł „Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu” (odnowiony w 2014 roku na kolejne 2 lata), co wiązało się z podjęciem przez Radę Miasta stosownej uchwały, zaistnieniem lokalnej grupy aktywistów, prowadzeniem działań promocyjnych oraz obecnością produktów Fair Trade podczas wydarzeń organizowanych przez miasto i w punktach sprzedaży. Atmosfera poparcia dla Sprawiedliwego Handlu wywołana udaną kampanią na poziomie miejskim sprzyjała zainteresowaniu tematyką SH w szkołach. W 2014 roku po wypełnieniu stosownych kryteriów *Szkołami Przyjazydnymi dla Sprawiedliwego Handlu* zostały jako pierwsze Szkoła Piątkowska oraz II Liceum Ogólnokształcące w Poznaniu. Jako trzecia szkoła w kraju tytuł ten otrzymał Zespół Szkół Handlowych w Katowicach w kwietniu 2015. Kampania z powodzeniem rozwija się w innych szkołach.

Polska kampania *Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*, prowadzona przez Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu wraz Fundacją „Koalicja Sprawiedliwego Handlu”, jest częścią Międzynarodowego ruchu Fair Trade Towns, którego celem jest mobilizacja mieszkańców do działań na rzecz promowania Sprawiedliwego Handlu i kształtowania odpowiedzialnych zachowań konsumenckich wspierających zrównoważony rozwój.

Zobacz: spolecznosci.fairtrade.org.pl



Przykłady logotypów kampanii Fair Trade Towns z różnych krajów. Archiwum PSSH.

ALTERNATYWNE POGLĄDY NA TEMAT SPRAWIEDLIWEGO HANDLU - POLEMIKA*

Wraz ze wzrostem popularności idei Sprawiedliwego Handlu, jak również wzrostem wartości sprzedaży produktów Fair Trade, zaczęły się pojawiać głosy krytyczne związane z ruchem. Większość z nich prezentowana jest przez autorów związanych z neoliberalną myślą ekonomiczną, a więc zwolenników tzw. wolnego handlu oraz wolności gospodarczej. Jedną z najważniejszych publikacji, która odbiła się echem szczególnie w Wielkiej Brytanii, była książka Marca Sidwella: *Unfair Trade*, wydana w 2008 roku. W Polsce popularną pracą wśród krytyków Sprawiedliwego Handlu była, przetłumaczona na język polski, krótka książka Victora V. Claara: *Sprawiedliwy Handel? Czy Fair Trade rzeczywiście zwalcza problem ubóstwa?*. Omawiając krytyczne stanowiska ww. autorów warto zaznaczyć, że obaj zdają się traktować ruch Sprawiedliwego Handlu jako jedną, sterowaną odgórnie całość, przez co



Kwiaty ze Sprawiedliwego Handlu na bazarze w Poznaniu.
Fot. Maja Niezborala, 2014

dopuszczają się wielu uproszczeń. Natomiast trzeba wziąć pod uwagę, że Fair Trade to sieć organizacji i firm, prowadzących dość autonomiczną działalność. Łączy je wspólna idea i zasady postępowania. Poszczególne zarzuty, nawet jeśli silnie argumentowane, nie muszą dotyczyć całości ruchu, jak sugerują autorzy.

SPRAWIEDLIWY CZY WOLNY?

Najważniejszym elementem dowodzenia obu autorów jest twierdzenie, że Sprawiedliwy Handel jest przeciwieństwem wolnego handlu (Fair Trade vs free trade). Claar sugeruje wprost, że Fair Trade jest czymś w rodzaju pozarynkowych regulacji, które wprowadzają niepotrzebne i niebezpieczne dla rynku mechanizmy. Sidwell odnosi się do tego argumentu mniej bezpośrednio, ale bardzo mocno podkreśla, że jego zdaniem łamanie ograniczeń i regulacji w międzynarodowym handlu powinno przynieść więcej dobrego, niż działania Sprawiedliwego Handlu.

W rzeczywistości Sprawiedliwy Handel nie przeciwstawia się idei wolności gospodarczej, a jedynie ją uszczęławia. Całkowicie zderegulowany wolny rynek zawsze prowadzi do tworzenia monopolu, karteli czy oligopolu, jest korupcyjny, pozbawia gospodarke ograniczeń prawnych w postaci standardów (np. pracy czy sanitarnych), sprawiając, że wzrasta dynamika zmian cen oraz ryzyko kryzysu gospodarczego. Również wolność w handlu międzynarodowym sprzyja korporacjom międzynarodowym, wykorzystującym swoją uprzywilejowaną pozycję. Mali gracze znajdują się na wolnym rynku w gorszej sytuacji, a pracownicy najemni są wykorzystywani. Aby rynek funkcjonował sprawnie, wymaga regulacji i kontroli, a więc wprowadzania mechanizmów sprzecznych z ideą wolności gospodarczej. Sprawiedliwy Handel w pewnym sensie zastępuje działania rządu, gdyż wprowadza regulacje w kontaktach

między podmiotami gospodarczymi, tak aby miały one w miarę sprawiedliwe możliwości współpracy, nie dyskryminujące żadnej ze stron. Dlatego też SH może kojarzyć się z mechanizmami sprzecznymi z ideą wolności gospodarczej. Jednak reguły Fair Trade nie są narzucane przez rządy, czy też organizacje międzyrządowe, lecz niezależne podmioty na zasadzie dobrowolności. W związku z tym Sprawiedliwy Handel nie może być uważany za spreczny z ideami liberalnej gospodarki.

Claar i Sidwell są zwolennikami nieskrępowanej wolności gospodarczej. Claar pisze, że stosunki handlowe nie mogą być niesprawiedliwe z samej racji swojej natury (dobrowolności zawieranych kontraktów). Jednak wiele przykładów pokazuje, że handel niekorzystny dla jednej ze stron może mieć miejsce. Dzieje się tak np. w warunkach monopolu, wymuszeń, łamania praw, korupcji, słabości instytucji państwa itd., co zawsze prowadzi do wykorzystywania słabych przez silnych. Zjawiska te występują w krajach rozwijających się i są skwapliwie wykorzystywane przez wielkie korporacje międzynarodowe, które w oficjalnej wymowie stoją na straży tzw. wolnego rynku. Przykładem może być sytuacja w Wybrzeżu Kości Słoniowej, gdzie większość producentów kakao sprzedaje swoje plony po cenie prawie dwukrotnie niższej niż cena minimalna ustanowiona przez państwo na poziomie niższym niż cena międzynarodowa. Dzieje się tak dlatego, że w kraju panuje swoboda gospodarcza w zakresie handlu kakao. Podobny schemat panuje w wielu krajach Ameryki Łacińskiej, gdzie pośrednicy handlowi oferują farmerom uprawiającym kawę ceny dużo niższe od wartości kawy na rynku lokalnym. Bazują oni na nikłej wiedzy rolników i w ten sposób osiągają większe zyski. Niewykształceni, niezmotoryzowani rolnicy często nie mają możliwości sprzeciwu.

Sidwell przyczyn rozwoju i niedorozwoju doszukuje się wyłącznie w otwartości gospodarki i wolnym handlu, pomijając czynniki takie jak historia, kultura, klimat, neokolonializm, polityka czy konflikty zbrojne. Jego zdaniem wolny handel jest najlepszym remedium na zwalczanie ubóstwa i nierówności na świecie oraz najbardziej sprawiedliwą formą

wymiany międzynarodowej, czego przykładem są Chiny, Indie oraz Hong Kong, a odwrotnością kraje afrykańskie. Autor uważa, że najbardziej otwarte gospodarki (USA, Wielka Brytania) są jednocześnie najlepiej rozwiniętymi, podczas gdy najbardziej protekcyjnistyczne (Wietnam, Nikaragua i Brazylia) radzą sobie gorzej. Jednak dynamiczny rozwój Chin, Wietnamu czy Brazylii – uznawanych za jedne z najbardziej protekcyjnistycznych gospodarek na świecie, zaprzecza tej teorii. Natomiast Stany Zjednoczone, które obecnie uważane są za wolnorynkowe, w XIX wieku prowadziły skrajnie protekcyjnistyczną politykę, co było jedną z ważnych przyczyn szybkiego doganiania Europy w tamtym czasie.

HANDEL CZY POMOC?

Obaj autorzy twierdzą, że Sprawiedliwy Handel to głównie pomoc ubogim. Uważają jednak, że istnieją inne, bardziej efektywne formy pomocy. Claar wskazuje na pomoc rozwojową (podaje przykład programu adopcji serca), a Sidwell na pomoc humanitarną.

Warto zauważyć, że każda forma pomocy charytatywnej i humanitarnej rodzi koszty. Niejednokrotnie, szczególnie w strefach klęsk żywiołowych i na obszarach konfliktów zbrojnych, ponad połowa kwoty przekazanej przez darczyńców nie trafia do potrzebujących. Środki te przeznaczają się na administrację, pensje dla pracowników organizacji pomocowych, koszty transportu, podatki, licencje, pozwolenia, a czasem łapówki dla urzędników.

Dodatkowo, pomoc humanitarna, tak potrzebna w czasie klęsk, konfliktów i epidemii, często ma charakter doraźny i nie generuje aktywności ani rozwoju, w związku z czym, po zażegnaniu problemu, sytuacja wraca do stanu wyjściowego. Natomiast promowanie handlu i produkcji służy długofalowemu rozwojowi. W związku z tym wspieranie działalności gospodarczej nie powinno pozostawać bez regulacji, gdyż może to prowadzić do powstawania monopolu i wzrostu nierówności społecznych. Dlatego tak ważne jest tu stosowanie zasad, które proponuje Sprawiedliwy Handel.

Poniższa tabela przedstawia w sposób uporządkowany i syntetyczny argumentację przedstawioną przez Sidwella i Claara oraz komentarze do niej.

ARGUMENTY PRZECIWNIE FAIR TRADE	KOMENTARZ
<p>Sprawiedliwy Handel jest niesprawiedliwy – nie jest dostępny dla każdego, lecz tylko dla wybranych. (Sidwell)</p>	<p>Rzeczywiście organizacje i firmy działające w ramach Sprawiedliwego Handlu współpracują przede wszystkim ze zorganizowanymi w spółdzielnie grupami rolników. To, na ile z tej pomocy korzystają pojedynczy rolnicy, zależy od demokratycznie wybieranych władz spółdzielni. Tylko niektórzy pracownicy najemni są członkami spółdzielni, niemniej jednak główną siłą roboczą w większości farm są ich właściciele bądź dzierżawcy, odczuwający znaczną korzyść z funkcjonowania Fair Trade. Mały wpływ FT na poprawę losu pracowników najemnych jest jednym z wyzwania, przed którymi stoi ruch.</p>
<p>Fair Trade wspiera głównie rolników z lepiej rozwiniętych krajów (Meksyk), pomijając tych gorzej rozwiniętych (Etiopia). (Sidwell)</p>	<p>Ruch Fair Trade rozwija się w niemal wszystkich krajach globalnego Południa, a najszybciej w ubogich krajach Afryki i Ameryki Łacińskiej. Przytoczony przykład Etiopii jest tu wyjątkowo nietrafiony, gdyż właśnie tam istnieje jedna z największych spółdzielni Fair Trade na świecie. Niestety, istnienie Sprawiedliwego Handlu uwarunkowane jest również czynnikami politycznymi, dlatego też nie rozwija się lub rozwija się słabo w krajach ogarniętych wewnętrznym konfliktem zbrojnym.</p>
<p>Fair Trade nie sprzyja rozwojowi, stawiając na niewydajnych rolników, którzy nie chcą inwestować w dywersyfikację produkcji czy mechanizację. (Sidwell, Claar)</p>	<p>Rzeczywiście największe korzyści ze sprzedaży produktów na zasadach Sprawiedliwego Handlu odnoszą najmniej nowoczesni drobni rolnicy, nierzadko używających jedynie maczety i motyki. Od pokoleń tkwią oni w kręgu ubóstwa, które nie pozwala dzieciom wyrwać się z biedy, gdyż nie otrzymują edukacji, a ich ubodzy rodzice nie są w stanie nauczyć ich niczego poza gospodarowaniem w tradycyjny sposób na farmie. Istnieją setki przykładów, gdzie dzięki premiom uzyskiwanym w ramach Sprawiedliwego Handlu możliwe stały się inwestycje w edukację, służbę zdrowia etc. Równie wiele przykładów pokazuje, jak społeczności dzięki pieniądзом z FT dywersyfikowały lub unowocześniały produkcję, np. przez inwestowanie w agroturystykę, warsztaty rękodzielnicze, większy dostęp do maszyn czy sadzonek. Rzeczywiście rzadziej inwestowano w mechanizację, jednak nie zawsze jest ona możliwa do wprowadzenia na terenach trudnodostępnych i niekoniecznie pozostaje rozwiązaniem najkorzystniejszym dla danej społeczności.</p>
<p>80% produktów wytwarzanych przez spółdzielnie Sprawiedliwego Handlu sprzedawane jest na rynku konwencjonalnym. (Sidwell)</p>	<p>Jeżeli spółdzielnie produkują więcej niż wynika z popytu na produkty Fair Trade w Europie i USA, to nie można im zabronić sprzedawać na rynek konwencjonalny. Jest to jednak raczej powód do zadowolenia, gdyż dzięki temu Sprawiedliwy Handel wpływa pozytywnie również na rynek konwencjonalny, sprawiając na przykład, że również na rynku konwencjonalnym przestrzega się praw pracowniczych, czy praw dzieci na farmach.</p>
<p>Jest możliwe, że wiele produktów sprzedawanych z certyfikatem Fairtrade nie jest produkowanych z zachowaniem zasad ruchu. (Sidwell)</p>	<p>Pewne odstępstwa mogą pojawić się zawsze na zasadzie błędu statystycznego, jednak śledzenie przepływu produktów oraz ich odpowiedniego oznakowania i oddzielenia od produktów konwencjonalnych jest jednym z najlepiej realizowanych przez Fairtrade International zadań.</p>

Tylko 10% przychodu ze sprzedaży trafia do producenta (farmera).

(Sidwell)

Jest to nieuprawnione uogólnienie. Zapłata za surowiec różni się w zależności od produktu – dla herbaty jest to mniej niż 10%, podczas gdy dla owoców świeżych stanowi nawet 50%. Z drugiej strony jest ona zależna od stopnia przetworzenia produktu. Wartości te można poddawać krytyce, jednak gdy zdamy sobie sprawę, że w Polsce 23% ceny detalicznej stanowi VAT, ok. 30-35% marże detalistów i hurtowników, a do tego dochodzą koszty produkcji (np. palenia kawy), magazynowania, transportu, marketingu (w przypadku herbaty), opłacenia znacznie droższej siły roboczej, czynszów, to kwota 10% przestaje wydawać się tak niską. Warto sobie zdać sprawę również z tego, że farmerzy zrzeszeni w spółdzielniach certyfikowanych w ramach Fair Trade nierzadko dostają za swoje plony dwukrotnie więcej niż miejscowi rolnicy spoza spółdzielni. Organizacja Fairtrade International publikuje na swoich stronach tabele cen zapewniających pokrycie kosztów wytworzenia poszczególnych produktów z uwzględnieniem specyfiki krajów. Tabela zawiera także wysokość premii socjalnej wypłacanej dostawcy oprócz ceny. Transakcje zawierane w ramach systemu muszą uwzględniać te dane. (www.fairtrade.net)

Sprawiedliwy Handel sprzyja przechodzeniu na uprawę kawy, co może wpłynąć na wzrost jej podaży, a w efekcie spadek cen, co uderzy głównie w rolników nie chronionych przez FT.

(Claar)

W momencie gdy Claar pisał te słowa, ceny kawy na rynkach były kolejne rekordy, sprawiając, że nawet najbardziej dyskryminowani farmerzy otrzymywali więcej niż dotychczas. Ponadto Fair Trade to nie tylko kawa, ale również herbata, kakao, mango, ananasy, orzechy, wino, złoto, piłki footballowe, bawełna oraz cała gama rękodzieła. Chcąc zawierać transakcje w systemie Fair Trade nie jest się skazanym na kawę.

Fair Trade jest szczególnym rodzajem marketingu. Producenci produktów Fair Trade budują pewną markę i jest to głównym przedmiotem ich działań.

(Claar)

Rzeczywiście w bardzo wielu działaniach podejmowanych w ramach Sprawiedliwego Handlu mieszczą się działania marketingowe. Jednak trudno wyobrazić sobie handel bez reklamy, również ten sprawiedliwy. Marketing jest bardzo ważny, być może najważniejszy, choć należy zwrócić uwagę, że pod działania marketingowe w przypadku Fair Trade należy zaliczyć edukację globalną oraz inicjatywy oddolne grup konsumentów na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji. Oprócz tego Ruch Sprawiedliwego Handlu to również organizacje, firmy, szkolenia, audyty, a także kampanie na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji i wiele innych działań odgórnych i oddolnych, których nikt nie jest w stanie objąć i kontrolować.

Znak FT jest wykorzystywany jako pretekst do podnoszenia cen detalicznych.

(Claar)

Jest możliwe, że detalista wykorzystując modę na znaczek podnosi ceny nieproporcjonalnie do poniesionych kosztów. Takie działania należy napiętnować, jednak nie sposób ich kontrolować, gdyż każdy przedsiębiorca ma swobodę gospodarowania w ustalaniu cen sprzedaży we własnym sklepie.

*Materiał opracowano na podstawie artykułu Borysa Bińkowskiego: *Alternatywy Sprawiedliwego Handlu? Wolny handel i pomoc humanitarna*. Skróty i zmiany pochodzą od redakcji.

Ruch Sprawiedliwego Handlu jest jedną z najbardziej efektywnych, sprawdzonych form pozarządowej pomocy rozwojowej. Umożliwia drobnym wytwórcom, rolnikom i pracownikom najemnym utrzymanie się z pracy własnych rąk i rozwój ich społeczności lokalnych.

Tylko w latach 2012-2013, oprócz pieniędzy za swoje produkty, drobni rolnicy uzyskali w ramach systemu Fairtrade dodatkowo 95,2 mln euro jako premię na rozwój lokalnej społeczności (według *Fairtrade International*). Została ona przeznaczona m.in. na budowanie potencjału organizacji producenckich, unowocześnianie metod produkcji, tworzenie infrastruktury, budowę wodociągów, szkół, przychodni, podnoszenie kwalifikacji i doksztalcanie itp. Dzięki temu mechanizmowi konsumenci, nabywając produkty Sprawiedliwego Handlu, mogą decydować o kształtowaniu świata w taki sposób, by był bardziej przyjazny i sprawiedliwy dla wszystkich.

Niezwykle ważne dla wiarygodności ruchu Sprawiedliwego Handlu są świadectwa drobnych producentów, korzystających z jego dobrodziejstw. Pierwszym przykładem, z którym mieszkańcy Polski mogli zapoznać się bezpośrednio w roku 2009, jest meksykańska Spółdzielnia FIECH, produkująca m.in. kawę z zachowaniem standardów certyfikacji Fairtrade. Zrzesza ona drobnych rolników indiańskich ze stanu Chiapas – najbiedniejszego regionu Meksyku.



Farmerzy, drobni producenci kawy ze spółdzielni FIECH, Meksyk, Fot. Hugo Roblero, 2009

Według relacji przedstawiciela spółdzielni, Hugo Enrique Roblero Gordillo, jej członkowie przeznaczyci fundusze pochodzące z premii socjalnej na wyposażenie przetwórci kawy, co umożliwiło im stworzenie własnej marki kawy i uruchomienie sieci kawiarni Biomaya. Dzięki temu uzyskali bezpośredni dostęp do rynku detalicznego, a cała wartość dodana uzyskana w procesie produkcji, przetwarzania i sprzedaży kawy pozostaje w ich gestii. Stworzyli też służbę ratowniczą, która zapewnia pomoc mieszkańcom regionu w przypadku klęsk żywiołowych oraz innych zagrożeń dla mienia, zdrowia i życia (źródło: PSSH).

W 2010 roku Polskę odwiedził dyrektor spółdzielni Oromia Tadesse Meskela, bohater filmu „Czarne złoto”, ukazującego wpływ Sprawiedliwego Handlu na relacje handlowe na rynku kawy. W tym samym roku do Polski przyjechał też John Kanjagile ze spółdzielni Kagera Cooperative Union z Tanzanii. W trakcie spotkań z młodzieżą z Gdańska, Torunia i Poznania przedstawiał świadectwo wpływu Sprawiedliwego Handlu na rozwój lokalnej społeczności producentów kawy w Tanzanii. Spółdzielnia dostarcza kawę instant wysokiej jakości, która trafiła na polski rynek między innymi za sprawą kampanii *Fair Trade Towns* prowadzonej w Gdańsku.

Wizyty przedstawicieli organizacji producenckich w Polsce stały się stałym elementem promocji idei Sprawiedliwego Handlu w naszym kraju. Relacjonowane w mediach społecznościowych Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu i Koalicji Sprawiedliwego Handlu przyczyniają się do budowy obrazu rzeczywistości, w której żyją drobni wytwórcy w krajach rozwijających się. Liczne, równie udokumentowane przykłady działalności spółdzielni i poszczególnych rolników oraz producentów, którzy rozwijają się dzięki Sprawiedliwemu Handlowi, są dostępne na stronach *World Fair Trade Organisation* (www.wfto.com), *Fairtrade International* (www.fairtrade.net) i innych organizacji Sprawiedliwego Handlu.

SŁOWNICZEK TERMINÓW SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

RUCH SPRAWIEDLIWEGO HANDLU (FAIR TRADE)

Ruch Sprawiedliwego Handlu (ang: Fair Trade movement) to połączone wysiłki organizacji Sprawiedliwego Handlu, działaczy, wolontariuszy i przedsiębiorstw, w celu promowania i wdrażania w życie zasad Fair Trade przyczyniających się do wzmocnienia drobnych producentów z Południa, równości w handlu i zrównoważenia źródeł utrzymania. (definicja WFTO)

ORGANIZACJA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU (FAIR TRADE ORGANIZATION)

Organizacja Sprawiedliwego Handlu to organizacja lub przedsiębiorstwo, które traktuje Sprawiedliwy Handel jako swoją misję i istotę działania. Organizacje Sprawiedliwego Handlu realizują 10 zasad Sprawiedliwego Handlu, ustalonych przez WFTO, która również kontroluje ich przestrzeganie i przyznaje swoim członkom stosowne certyfikaty.

FAIRTRADE

Termin *Fairtrade* (pisany jednym słowem) jest stosowany dla wyróżnienia systemu certyfikacji produktów Sprawiedliwego Handlu, którego operatorem jest Fairtrade International (dawniej *Fairtrade Labelling Organizations – FLO*). Certyfikacją producentów pod kątem wypełniania standardów Fairtrade zajmuje się firma FLO-CERT.

ORGANIZACJE FAIRTRADE

Termin ten odnosi się do FLO, FLO-CERT oraz członków Fairtrade International (FLO), którzy tworzą i rozwijają system Fairtrade.

KARTA ZASAD SPRAWIEDLIWEGO HANDLU (A Charter of Fair Trade Principles)

Wspólny dokument programowy, przyjęty w styczniu 2009 roku przez WFTO i FLO, dwie organizacje międzynarodowe, ustalające zasady i kryteria certyfikacji Sprawiedliwego Handlu. Karta określa rozumienie ruchu Sprawiedliwego Handlu i jego zasady. Stanowi jednolity punkt odniesienia dla ruchu oraz potwierdza istnienie jego dwóch głównych nurtów: tradycyjnego,

opierającego się na zintegrowanym łańcuchu dostawczym i certyfikacji organizacji Sprawiedliwego Handlu, oraz nurtu opierającego się na certyfikacji i znakowaniu produktów SH, trafiających w przeważającej mierze do konwencjonalnych punktów sprzedaży detalicznej, jak np. supermarkety.

PRODUKTY SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

W myśl Karty Zasad Sprawiedliwego Handlu mianem produktów Sprawiedliwego Handlu określane są wyroby produkowane i sprzedawane przez Organizacje Sprawiedliwego Handlu (zrzeszone w WFTO) oraz produkty dostarczone na rynek z oznaczeniami systemów certyfikacji Fair Trade (na przykład *Fairtrade*). Mogą je więc dostarczać certyfikowane organizacje Sprawiedliwego Handlu, członkowie WFTO, co oznacza, że trafiają do konsumenta poprzez zintegrowany łańcuch dostawczy, a także mogą być oznaczone jednym ze znaków certyfikacyjnych Sprawiedliwego Handlu, jak *Fairtrade*, *Naturland Fair*, *Bio Equitable*, *Ecocert Fair Trade*, *Fair Trade Certified* itp., co oznacza wypełnienie przez producentów w ubogich krajach Południa standardów certyfikacyjnych oraz kontrolę przepływu certyfikowanych surowców i/lub gotowych wyrobów od producenta, aż do opakowania finalnego ze znakiem certyfikacyjnym. Do najbardziej rozpowszechnionych produktów Sprawiedliwego Handlu należą kawa, herbata, ryż, banany oraz wyroby rzemieślnicze (dla których nie ma jak dotąd systemu certyfikacji produktowej (dostarczają je tylko certyfikowane organizacje Sprawiedliwego Handlu), a także egzotyczne produkty spożywcze.

SKLEPY ŚWIATA

Sklepy Świata (ang. World Shops) to punkty handlowe oferujące wyłącznie produkty Fair Trade. Od samego początku, czyli od lat sześćdziesiątych ubiegłego stulecia, znaczący udział w prowadzeniu Sklepów Świata mają wolontariusze, a zyski przeznaczają się na działania edukacyjne i promocyjne oraz rozwijanie samego handlu. W zgodnych ocenach sklepy te odegrały kluczową rolę w rozwoju ruchu Sprawiedliwego Handlu

i alternatywnego handlu w Europie. W roku 2014 w Europie funkcjonowało około 4 tysięcy Sklepów Świata. Jedynym sklepem w Polsce działającym na tych zasadach jest punkt "Sprawiedliwy Handel 100%" prowadzony w Poznaniu (ul. Poznańska 20) przez Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu.

MIASTA PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU (Fair Trade Towns)

Miastem (terytorium) przyjaznym dla Sprawiedliwego Handlu jest każda jednostka administracji terytorialnej, w której mieszkańcy, przedsiębiorstwa (zwłaszcza zajmujące się handlem i gastronomią), organizacje społeczne, instytucje edukacyjne i wyznaniowe, media oraz samorząd lokalny promują ideę Sprawiedliwego Handlu i uwzględniają produkty Fair Trade w swoich codziennych wyborach konsumenckich. Przyczyniają się tym samym do poprawy sytuacji drobnych producentów, rolników i pracowników najemnych w krajach rozwijających się. Gmina, dzielnica, miasto, powiat itp. zyskują tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* po spełnieniu kryteriów określonych przez krajowe organizacje koordynujące kampanię. W Polsce kampania prowadzona jest w ramach współpracy Fundacji „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” z Polskim Stowarzyszeniem Sprawiedliwego Handlu. Pierwszym miastem w Polsce, które uzyskało tytuł, jest Poznań (2012). W czerwcu 2015 roku w 26 krajach na wszystkich kontynentach łącznie istniało 1703 Miast Przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu. Więcej informacji na spolecznosci.fairtrade.org.pl

SZKOŁY/UCZELNIE PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Szkoła/Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu to placówka edukacyjna, w której prowadzona jest edukacja globalna z uwzględnieniem tematyki Sprawiedliwego Handlu oraz promowane są i konsumowane produkty Sprawiedliwego Handlu. Aby uzyskać taki tytuł, należy spełnić kryteria określone przez organizację prowadzącą kampanię *Miast Przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu* w Polsce. Pierwszą placówką, która uzyskała tytuł (2014) Szkoły Przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu w Polsce, była Piątkowska Szkoła Społeczna im. dr Wandy Błęńskiej z Poznania. Więcej: www.miasta.fairtrade.org.pl

WSPÓLNOTY RELIGIJNE PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Przez *Wspólnoty Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* rozumiemy parafie, związki wyznaniowe lub grupy religijne, które wspierają Sprawiedliwy Handel poprzez uwzględnienie problematyki sprawiedliwości społecznej w wymiarze globalnym w kształtowaniu duchowości i formowaniu postaw moralnych swoich członków, regularne informowanie, promocję i korzystanie z produktów Sprawiedliwego Handlu.

POLSKIE STOWARZYSZENIE SPRAWIEDLIWEGO HANDLU (PSSH)



PSSH jest pionierem ruchu Sprawiedliwego Handlu w Polsce. Zostało założone w roku 2003 przez grupę entuzjastów Fair Trade z Gdańska. Celem organizacji jest zwalczanie ubóstwa przez promocję idei Sprawiedliwego Handlu i budowa rynku produktów Sprawiedliwego Handlu, a także kształtowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich. Stowarzyszenie bierze udział w debacie publicznej, prowadzi działania edukacyjne. Jako pierwsze w kraju rozpoczęło dystrybucję produktów SH, oferuje dziś najszerszy asortyment produktów spożywczych Sprawiedliwego Handlu w Polsce. W roku 2007 Stowarzyszenie zainicjowało krajową kampanię Miast przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu, stając się jej aktywnym promotorem i koordynatorem. PSSH był jednym z założycieli ogólnopolskiej Koalicji Sprawiedliwego Handlu. Od stycznia 2011 roku Stowarzyszenie jest jedyną w kraju certyfikowaną organizacją Sprawiedliwego Handlu, członkiem WFTO. Organizacja prowadzi w Poznaniu sklep „Sprawiedliwy Handel 100%”, oferujący wyłącznie produkty Sprawiedliwego Handlu.

KOALICJA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU W POLSCE



Założona w roku 2009 platforma, zrzeszająca organizacje pozarządowe, firmy i osoby fizyczne, wyrażające poparcie i działające na rzecz promocji

Sprawiedliwego Handlu, przekształcona w 2013 r. w fundację. Założyciele uznają Kartę Zasad Sprawiedliwego Handlu za podstawowy dokument, określający zasady ruchu Sprawiedliwego Handlu. Koalicja dąży do zwiększania dostępności rynkowej produktów Sprawiedliwego Handlu oraz wspiera przedsiębiorstwa, organizacje, instytucje i osoby zainteresowane działaniem w ramach SH. Więcej informacji: www.fairtrade.org.pl

AGENDA 21

Program dotyczący zrównoważonego rozwoju ludzkości i ochrony zasobów środowiska naturalnego oraz opracowania i wdrażania programów zrównoważonego rozwoju w życie lokalne, przyjęty w czerwcu 1992 roku na „Szczycie Ziemi” – Konferencji Narodów Zjednoczonych „Środowisko i Rozwój” (UNCED) w Rio de Janeiro w Brazylii.

MILENIJNE CELE ROZWOJU ONZ

Dokument przyjęty przez całą społeczność międzynarodową na Szczycie Milenijnym ONZ, wskazujący drogę do zrównoważonego rozwoju całej ludzkości przez realizację takich celów, jak np. wyeliminowanie skrajnego ubóstwa i głodu, ograniczenie umieralności dzieci, zapewnienie powszechnego nauczania na poziomie podstawowym, stosowanie zrównoważonych metod gospodarowania zasobami naturalnymi, tworzenie globalnych porozumień partnerskich na rzecz rozwoju czy promowanie równości płci i awansu społecznego kobiet.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Cele Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals, SDGs) zastępują w 2015 roku dotychczasowe Milenijne Cele Rozwoju ONZ (Millennium Development Goals, MDGs). Po 15-letnim okresie dążenia wspólnoty międzynarodowej do wypełnienia MDG przyjętych w 2000 roku na Szczycie Milenijnym ONZ, nadszedł czas podsumowań. Uzyskany postęp w wielu obszarach oznacza przybliżenie się do osiągnięcia poszczególnych celów, wciąż jednak daleko do ich realizacji. Ramy nowych celów zawarte zostały w dokumencie „The future we want”, przyjętym podczas konferencji w Rio de Janeiro w 2012 roku (Rio+20). Podczas gdy Milenijne Cele Rozwoju skupiały się głównie na kwestiach takich jak likwidacja skrajnego ubóstwa, głodu oraz możliwych do zapobieżenia chorób, Cele Zrównoważonego Rozwoju oprócz dalszej walki ze skrajnym ubóstwem, obejmą również nowe aspekty przyczyniające się do zrównoważonego rozwoju, takie jak stworzenie podstaw praworządności, zrównoważona produkcja i konsumpcja, sprawiedliwy rozwój i ochrona środowiska. Perspektywa czasowa nowych celów to rok 2030. Ich ostateczny kształt określony zostanie podczas specjalnej konferencji ONZ we wrześniu 2015 roku.

ETYCZNE FINANSE

Koncepcja ekonomiczna uwzględniająca na pierwszym miejscu realizację ludzkiego potencjału i wspólnego dobra, która zakłada wykorzystywanie pieniędzy jako środka do osiągnięcia celu, a nie stawiania ich jako cel sam w sobie.

WYBRANE ADRESY SERWISÓW INTERNETOWYCH NA TEMAT SPRAWIEDLIWEGO HANDLU:

Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu:
www.sprawiedliwyhandel.pl, www.facebook.com/FairTrade.100.PSSH

Fundacja "Koalicja Sprawiedliwego Handlu":
www.fairtrade.org.pl, www.facebook.com/SprawiedliwyHandel

Kampania Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu w Polsce:
www.społeczności.fairtrade.org.pl

Międzynarodowych ruch Fair Trade Towns: www.fairtradetowns.org

Fairtrade International: info.fairtrade.net

World Fair Trade Organization: www.wfto.com

WPROWADZENIE DO ETYCZNEGO FINANSOWANIA

Etyczne Finanse (EF) to koncepcja ekonomiczna uwzględniająca na pierwszym miejscu realizację ludzkiego potencjału i wspólnego dobra, która zakłada wykorzystywanie pieniędzy jako środka do osiągnięcia celu, a nie stawiania ich jako cel sam w sobie; stawiająca na pierwszym miejscu realizację ludzkiego potencjału i wspólnego dobra.

Praktyki i filozofia EF doskonale wpisują się w działania ruchu Sprawiedliwego Handlu, dostarczając alternatywnych instrumentów do jego finansowania. Poniżej staramy się przedstawić w skróconej formie istotę tej koncepcji.

CO ROZUMIEMY POD POJĘCIEM ETYCZNEGO FINANSOWANIA?

Etyczne finansowanie (EF) jest to aktywność, która...

- **Inwestuje pieniądze w ludzi i środowisko**, popierając działalność na rzecz społeczeństwa ich otoczenia, a także rozwój obszarów zacofanych, oraz grup o wysokim ryzyku wykluczenia społecznego.
- **Dostarcza kredytów nie dyskryminując nikogo** ze względu na bogactwo, płeć, pochodzenie etniczne, a nawet status migracyjny.
- Traktuje **pieniądze jako środek**, a nie cel sam w sobie.

Czym nie zajmuje się etyczne finansowanie?

- Nie wykorzystuje pieniędzy w celach czysto spekulacyjnych.
- Nie traktuje pieniędzy jako działalności charytatywnej.
- Nie ma na celu maksymalizacji zysków (kosztem kogoś lub czegoś innego).
- Nie wspiera działalności lub organizacji, które nie są zrównoważone pod względem społecznym i/lub środowiskowym.

Możemy więc zdefiniować EF jako alternatywę dla "spekulacyjnego i konwencjonalnego" finansowania, i z tego względu również jako narzędzie do uzyskania pozytywnych efektów zewnętrznych.

EF ma na celu rozwój bardziej sprawiedliwej i godziwej współpracy pomiędzy ludźmi a środowiskiem, w ramach gospodarki realnej.

JAKIEGO RODZAJU INSTYTUCJE ZAPEWNIĄJĄ USŁUGI TEGO TYPU?

ETYCZNE BANKI

Etyczny bank to taki, który interesuje się społecznymi i środowiskowymi skutkami swoich inwestycji oraz pożyczek.

Klienci mogą w nim znaleźć większość usług dostępnych w każdym innym banku komercyjnym (konta oszczędnościowe i rachunki bieżące, karty kredytowe oraz debetowe itd.). Nie należy jednak mylić usług etycznych banków z niektórymi etycznymi i zrównoważonymi produktami oferowanymi przez banki komercyjne.

W tym drugim przypadku jedynie niektóre produkty banku są uznawane za etyczne, nie zaś cały bank.

SPÓŁDZIELNIE / KONSORCJA ETYCZNEGO FINANSOWANIA

Spółdzielnia EF jest demokratycznie prowadzoną organizacją, świadczącą usługi mikrofinansowania dla osób o niskich dochodach i małych, rodzinnych przedsiębiorstwach. Usługi te obejmują kredyty, oszczędności, ubezpieczenia, przekazy pieniężne. Może być ona również zorganizowana jako konsorcjum lub organizacja mikrofinansowania. Spółdzielnie takie mają zazwyczaj bardziej ograniczony zakres oferowanych usług niż banki.

SPÓŁDZIELNIE MIKROKREDYTÓW

Spółdzielnie mikrokredytów udzielają drobnych pożyczek dla ubogich klientów o niskich dochodach. Pożyczki mogą być oferowane, często bez zabezpieczenia, dla pojedynczych osób lub jako pożyczki grupowe. Ten drugi mechanizm pozwala pewnej liczbie ludzi na zapewnienie zabezpieczenia lub gwarancji kredytu poprzez grupową spłatę zobowiązań. Zachęta do spłaty opiera się na presji grupy – jeśli jedna osoba nie wywiąże się ze zobowiązań, pozostali członkowie grupy składają się na daną kwotę płatności.

Chociaż wszystkie instytucje EF są powiązane z jedną z trzech wyżej wymienionych form organizacji, nie działają one wszędzie w jednakowy sposób. Istnieje wiele praktyk powiązanych z powyższymi modelami, jednak różniących się podejściem do tematu w zależności

od kulturowych, społecznych i prawnych uwarunkowań, w których taka praktyka była rozwijana. Ruch etycznego finansowania w Europie tworzący jest przez wiele typów organizacji prowadzących zróżnicowane praktyki, bazujące na odmiennych inspiracjach. EF wprowadza nowe standardy w obszarze czynników ryzyka i zysku. Bierze pod uwagę nie tylko efektywność finansową inwestycji, ale także pochyla się nad oceną efektów zewnętrznych, tj. na ocenie skutków ekonomicznych działalności gospodarczej, w zakresie ich wpływu na środowisko przyrodnicze i społeczne. Parametr ten wzmacnia koncepcję zrównoważonego rozwoju. Nacisk kładzie się więc przede wszystkim na kapitał społeczny, współpracę międzynarodową, Sprawiedliwy Handel, rolnictwo ekologiczne, odnawialną energię oraz działalność biznesową przyjazną dla środowiska.

WARTOŚCI PROMOWANE PRZEZ ETYCZNE FINANSOWANIE

Podstawowym dokumentem służącym do **identyfikacji instytucji EF jest manifest opracowany przez FEBEA** (zobacz: www.febea.org) stowarzyszenie europejskich banków, które finansują sektor non-profit oraz **podmioty nieposiadające zdolności kredytowej***, działające na rzecz zrównoważonego rozwoju. Podstawowym podejściem jest rozumienie **bankowości jako narzędzia służącego dobru wspólnemu** oraz podniesienie świadomości i promowanie edukacji na temat finansów.

* ang. non bankable

Wszyscy, którzy są wykluczeni z dostępu do usług bankowych ze względu na brak wystarczających dochodów, lub dlatego, że nie są w stanie uzyskać żadnych gwarancji.

Kryteria EF uznane przez FEBEA obejmują:

■ **Pochodzenie pieniędzy:** instytucje EF nie akceptują “brudnych” pieniędzy pochodzących z działalności nielegalnej, spekulacyjnej lub zanieczyszczającej środowisko.

■ **Przeznaczenie pieniędzy:** działalność kredytowa instytucji EF zorientowana jest na pozytywny wpływ społeczny, środowiskowy oraz gospodarczy. Dlatego też wspierają one działania mające na celu promowanie słabszych (pod względem socjalnym jak i ekonomicznym) grup społecznych, a także najbardziej potrzebne obszary, promując integrację społeczną i zatrudnienie.

■ **Kryteria i wartości wykorzystywania pieniędzy:** przejrzyste zarządzanie pożyczkami, symetryczność informacji między bankiem a klientami. Stosowany jest tradycyjny model biznesowy, w którym większość gromadzonych oszczędności jest wykorzystywana do działalności kredytowej. (W przeciwieństwie do konwencjonalnych banków stosujących wyrafinowane, oderwane od fizycznej rzeczywistości instrumenty finansowane.) Przyznanie osobistych gwarancji finansowych (lub usług społecznych świadczonych przez sieci lokalne, do której należą kredytobiorcy), idzie w parze z gwarancjami natury ekonomicznej.

■ **Zarządzanie i cele instytucji EF:** instytucje tego typu nie uważają poszukiwania zysku za cel sam w sobie. Uczciwy zysk jest jednak konieczny do zapewnienia niezawodności i dostępności instytucji. Zyski są reinwestowane w przeważającej części na cele społeczne banku lub instytucji.



Różnice pomiędzy bankiem etycznym a konwencjonalnym bankiem komercyjnym przedstawiono w tabeli poniżej:

BANKI ETYCZNE	BANKI KOMERCYJNE
Działalność oparta na przejrzystym zestawie wartości etycznych, które są znane, akceptowane i szanowane na wszystkich poziomach hierarchii.	Działalność podporządkowana jest osiągnięciu kilku celów ilościowych, przeważnie takich jak udział w rynku oraz rentowność.
Dążenie do uzyskania zarówno zysków finansowych, jak i korzyści społecznych i środowiskowych.	Koncentracja na maksymalizacji zysków finansowych.
Decyzje dotyczące inwestycji należą, po pierwsze, do klientów (depozytariuszy, wierzycieli), poprzez możliwość wyboru etycznych projektów, które będą finansowane.	Strategia inwestycyjna oraz poziom ryzyka ustalone przez kierownictwo banku.
Regularna publikacja listy wszystkich projektów inwestycyjnych, które otrzymały dofinansowanie.	Brak informacji na temat przeznaczenia pozyskanych i pożyczonych funduszy.
Finansowanie firm, których projekty pozytywnie wpływają na społeczeństwo i środowisko.	Przy przyznawaniu finansowania nie jest brane pod uwagę etyczne zachowanie wnioskodawcy ani wpływ jego działań na społeczeństwo lub środowisko.

ETYCZNE FINANSOWANIE SPRZYMIERZENIEM SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Wydaje się, że etyczne finansowanie to naturalny sprzymierzeniec Sprawiedliwego Handlu, gdyż oba te ruchy w centrum gospodarki stawiają człowieka, a nie zysk. Oba uznają też pieniądź nie za cel sam w sobie, a za środek do osiągnięcia celu, którym jest wspólne dobro, godność i sprawiedliwość społeczna. Aby unaocnić punkty wspólne pomiędzy zasadami leżącymi u podstaw etycznego finansowania i Sprawiedliwego Handlu należy odnieść się do dwóch podstawowych dokumentów: Karty Sprawiedliwego Handlu stworzonej przez Fairtrade International oraz WFTO w 2009 roku (zobacz: Słowniczek terminów SH) oraz do manifestu na rzecz etycznych finansów (Manifesto for Ethical Finance) powstałego na podstawie włoskiego wzorca z 1998 roku. Porównanie treści obydwóch dokumentów pozwala zauważyć, że istnieje wiele wartości wspólnych dla etycznego finansowania i Sprawiedliwego Handlu. Są nimi między innymi: uznanie dostępności kredytów za warunek konieczny do tworzenia miejsc pracy; uznanie efektywności, przejrzystości i odpowiedzialności za podstawowe wymagania, jakie należy stawiać w przypadku wszystkich działań finansowych, handlowych oraz gospodarczych, a także wszystkich relacji z inwestorami, konsumentami oraz partnerami biznesowymi.

Zobacz więcej: „Etyczne Finansowanie a Sprawiedliwy Handel”, Przewodnik tematyczny nr 2.
www.sprawiedliwyhandel.pl

Powyższy materiał zawiera fragmenty publikacji „Wprowadzenie do Etycznego Finansowania i Odpowiedzialnych Inwestycji” - Przewodnik tematyczny nr 1. Publikacja powstała w ramach projektu PRICE.



PRICE (*Promoting Responsible Investments and Commerce in Europe: Fair Trade and Ethical Finance Responds to Global Crisis* – Promowanie Odpowiedzialnego Inwestowania i Handlu w Europie – Sprawiedliwy Handel i etyczne finansowanie w odpowiedzi na globalny kryzys) jest projektem międzynarodowym, którego celem jest podniesienie świadomości społecznej oraz edukacja w celu pozyskania większego wsparcia finansowego dla zwalczania ubóstwa, a także dążenia do bardziej sprawiedliwych stosunków między krajami rozwiniętymi oraz rozwijającymi się, poprzez odpowiedzialne inwestycje służące zrównoważonemu rozwojowi. Projekt PRICE współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej i angażuje 9 krajów europejskich w działania na rzecz Sprawiedliwego Handlu oraz etycznego finansowania (EF), w celu identyfikacji i weryfikacji czynników, które mogą przyczynić się do większej współpracy między tymi dwoma sektorami i poszerzyć zakres ich działania. Partnerem wiodącym projektu PRICE jest hiszpańska organizacja COPADE, która działa wspólnie z partnerami z ośmiu krajów Unii Europejskiej: AGICES (Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale, Włochy), FCRE (Fondazione Culturale Responsabilità Etica, Włochy), WFTO (World Fair Trade Organization, Holandia), Equação (Portugalia), Fair Trade Hellas (Grecja), Ideas Factory (Bułgaria), Koperattiva Kummerç Ġust (Malta), Protect the Future (Węgry) oraz Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu.
www.thepriceproject.org

BIBLIOGRAFIA:

Fair and Sustainable Trade: So many labels and guarantee systems... What should I choose for my products? BTC Belgian Development Agency, Brussels 2010.

Sprawiedliwy Handel. Miniprzewodnik dla uczestników kampanii promocyjnych. Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, Gdynia 2013.

Fair Trade Facts and Figures 2010. A success story for producers and consumers. DAWS Coulembourg 2011.

Sprawozdanie w sprawie Sprawiedliwego Handlu i rozwoju (2005/2245 (INI)) Komisja Rozwoju PE, sprawozdawca F. Schmidt.

Five Billion Euros Spent on Fairtrade Products in 2011. Fairtrade International 2012.

Powering Up Smallholder Farmers to Make Food Fair, Fairtrade Foundation UK, 2013.

Bińkowski Borys, Recenzja publikacji „*Sprawiedliwy*” *Handel? Czy Fair Trade rzeczywiście zwalcza problem ubóstwa?*, 2012.

Bińkowski Borys, *Znaczenie Fair Trade dla producentów rolnych. Funkcjonowanie Sprawiedliwego Handlu w społecznościach producenckich w Ghanie (kakao), Peru (kawa) i Indiach (herbata)*, na podstawie badań przeprowadzonych w Ghanie pomiędzy listopadem 2012 a styczniem 2013, praca nieopublikowana.

Bińkowski Borys, *Alternatywy Sprawiedliwego Handlu? Wolny handel i pomoc humanitarna*, 2013, praca nieopublikowana.

Claar Victor V., „*Sprawiedliwy*” *Handel? Czy Fair Trade rzeczywiście zwalcza problem ubóstwa*, Wydawnictwo Prohibita, Warszawa 2011.

Popławski Błażej, Szeniawska Katarzyna, *Gorzka czekolada*, Polska Akcja Humanitarna, www.pah.pl, 02.2013.

Sidwell Mark, *Unfair Trade*, Adam Smith Institute, London, 2008.

International Guide to Fair Trade Labels, French Fair Trade Platform, 2015.

Wprowadzenie do Etycznego Finansowania i Odpowiedzialnych Inwestycji - Przewodnik tematyczny nr 1, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, Gdynia 2014.

Fair Trade Glossary, www.wfto.com

Publikacja stworzona w ramach międzynarodowego projektu Aware&Fair, przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej.

aware&fair

Wydanie drugie uzupełnione, opracowanie i druk sfinansowano ze środków UE w ramach projektów:



PRICE (Promoting Responsible Investments and Commerce in Europe)

**Advocating Together
for EU Fair Trade Policies**

Inicjatywa Vote 4 Fair Trade jest konsorcjum europejskich organizacji pozarządowych z 12 krajów UE prowadzących działania na rzecz Sprawiedliwego Handlu w ramach projektu *Advocating together for EU Fair Trade Policies*. Projekt koordynowany jest przez Fair Trade Advocacy Office z Brukseli.

Za treści zawarte w broszurze odpowiada Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu. Opinie i poglądy w niej wyrażone nie odzwierciedlają oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej.



POLSKIE STOWARZYSZENIE SPRAWIEDLIWEGO HANDLU
CERTYFIKOWANA ORGANIZACJA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

 **FAIR TRADE 100%**

