

Sprawiedliwy Handel i etyczna konsumpcja

Co to jest, jak o tym rozmawiać i uczyć

Przybornik edukacyjny



Sprawiedliwy Handel i etyczna konsumpcja

Co to jest, jak o tym rozmawiać i uczyć
Przybornik edukacyjny



SPRAWIEDLIWY HANDEL I ETYCZNA KONSUMPCJA W EUROPEJSKIM SYSTEMIE EDUKACJI

PRAKTYCZNY PORADNIK DLA NAUCZYCIELI, EDUKATORÓW,
LIDERÓW ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH I AKTYWISTÓW

Redakcja i korekta edycji polskiej: Wojciech Zięba

Tłumaczenia materiałów redakcyjnych: A. K. Ktys, Dominika Harmuszkiewicz,
Marcin Pietrzyk, Paulina Wojciechowska, Wojciech Zięba

Ilustracje, konsultacja: A. K. Ktys

Projekt graficzny, skład: GFS

Zdjęcia: archiwum Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu,

archiwum el Puente (niemieckiej, certyfikowanej organizacji Sprawiedliwego Handlu),

Tadeusz Makulski, fotobueno.pl, Elżbieta Korsak, Wikimedia Commons, domena publiczna.

Tytuł edycji angielskiej: Ethical Consumerism in European Education

Wydawca edycji polskiej: Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”
ul. Kwizdyńska 15, 81-306 Gdynia, www.sprawiedliwyhandel.pl, tel. 508-376-866



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach programu "Uczenie się przez całe życie", Projekty Partnerskie Grundtviga. Za prezentowane treści odpowiada Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu. Nie odzwierciedlają one oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej.



archiwum Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu, archiwum el Puente

WSTĘP



Konsumpcja Etyczna w Europejskim Systemie Oświaty

to projekt realizowany przez konsorcjum partnerów europejskich, którzy dzielą zainteresowanie konsumpcją etyczną i Sprawiedliwym Handlem. Dwa główne cele tego projektu to zidentyfikowanie organizacji działających w tych obszarach oraz wsparcie ich w budowaniu współpracy. Szerokie zaangażowanie zarówno działaczy, jak i wolontariuszy organizacji partnerskich, którzy wzięli czynny udział w procesie twórczym, doprowadziło do wydania niniejszego przewodnika. Projekt został wsparty finansowo przez Komisję Europejską w ramach programu Grundtvig "Uczenie się przez całe życie".

Celem niniejszego przewodnika jest promocja zrównoważonego rozwoju, opierającego się na wartościach etycznych, przez motywowanie do zmiany postaw konsumenckich zarówno poszczególnych osób, jak rodzin i całych społeczności. Skierowany jest do aktywistów organizacji pozarządowych, edukatorów i nauczycieli.

Publikacja ukazuje przykłady dobrych praktyk w obszarze edukacji formalnej i nieformalnej z sześciu krajów europejskich. Jest odpowiedzią

na rosnącą potrzebę podnoszenia świadomości w dziedzinie odpowiedzialnej konsumpcji. Jest też pomocą dla aktywnego zaangażowania ludzi w podejmowanie problematyki etycznej konsumpcji w ich własnych społecznościach.

Prezentowane tutaj warsztaty, kampanie i projekty edukacyjne ćwiczą krytyczne myślenie, budują argumentację na rzecz etycznej konsumpcji i Sprawiedliwego Handlu oraz pomagają w poszukiwaniu rozwiązań etycznych i przyjaznych dla środowiska w życiu codziennym.

Użytkownicy przewodnika, wykorzystując własną wiedzę i kreatywność, mogą swobodnie dostosować i ulepszać proponowane ćwiczenia do potrzeb swoich oraz grup, z którymi pracują. Jest tu również wiele dodatkowych informacji i źródeł. Zachęcamy, by przed rozpoczęciem zajęć ze słuchaczami wykorzystać je do głębszego zapoznania się z poszczególnymi tematami.

AUTORZY

Nasz przewodnik został przygotowany wspólnie przez edukatorów i słuchaczy organizacji, które podejmują w swej działalności zagadnienia konsumpcji etycznej i Sprawiedliwego Handlu. Edycja polska została dostosowana do polskich realiów i do potrzeb polskiego odbiorcy (np. przez podanie źródeł polskojęzycznych w miejsce obcojęzycznych). Została też rozszerzona o materiały opracowane specjalnie do edycji polskiej. Należą do nich m.in. przygotowane do wydrukowania materiały pomocnicze dla prowadzących do poszczególnych zajęć, które są dostępne na stronie projektu, dostępnej w serwisie www.sprawiedliwyhandel.pl w dziale dla nauczycieli. Materiały te są niezbędne do sprawnego przeprowadzenia poszczególnych zajęć (szczegóły podano w ich opisach).

ORGANIZACJE PARTNERSKIE POJEKTU

The Waterford One World Centre – WOWC, Irlandia **Centrum Jeden Świat w Waterford**

Spółka non-profit z ograniczoną odpowiedzialnością. Działa od roku 1990 na polu edukacji rozwojowej i międzykulturowej. Jej misją jest współpraca z grupami lokalnymi, regionalnymi i międzynarodowymi w celu ich kształcenia oraz wzmacniania ich zdolności podejmowania działań na rzecz rozwiązywania problemów lokalnych i globalnych w dziedzinie sprawiedliwości społecznej i godności człowieka. Centrum organizuje warsztaty, projekty i seminaria dla formalnego i nieformalnego sektora edukacji. Wszystkie działania WOWC mają na celu podkreślenie współzależności globalnej oraz lokalnych i globalnych powiązań.

Więcej informacji: www.waterfordoneworldcentre.com

Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu **“Trzeci Świat i My” – PSSH, Polska**

Organizacja pożytku publicznego, założona w roku 2003. Pionier ruchu Sprawiedliwego Handlu w Polsce. Pierwsza i jak dotąd jedyna certyfikowana organizacja Sprawiedliwego Handlu w Polsce, członek Światowej Organizacji Sprawiedliwego Handlu (*World Fair Trade Organisation*).

PSSH działa aktywnie na polu edukacji globalnej i edukacji Sprawiedliwego Handlu. Prowadzi regularnie wykłady, warsztaty, szkolenia dla nauczycieli i inne akcje edukacyjne. Znaczny udział w tej działalności mają wolontariusze.

PSSH jest gospodarzem polskiej kampanii miast, szkół, uczelni, parafii, organizacji pozarządowych czy przedsiębiorstw przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu.

PSSH działa też w wymiarze międzynarodowym. Przedstawiciel Stowarzyszenia należy do międzynarodowej grupy koordynatorów kampanii Miast przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu (*Fair Trade Towns*), a także pełni funkcję sekretarza Rady Dyrektorów WFTO Europe.

PSSH jest też pierwszym i największym polskim dystrybutorem hurtowym i detaliczny produktów spożywczych Sprawiedliwego Handlu.

Więcej informacji: www.sprawiedliwyhandel.pl

Asamblea de Cooperación por la Paz – ACP, Hiszpania

Zespół Współpracy na rzecz Pokoju

Organizacja pozarządowa, która działa od roku 1990 na rzecz zrównoważonego rozwoju w ponad 15 krajach. ACPP podejmuje programy i badania, mające na celu wspieranie i rozwijanie działań edukacyjnych na rzecz pokoju i podnoszenia świadomości społecznej. Jej celem jest promowanie tolerancji, solidarności, postaw międzykulturowych

oraz walka z rasizmem i ksenofobią, aby społeczeństwo odgrywało czynną rolę w obronie praw człowieka. Projekty edukacyjne ACPP ukazują nowe podejście do zagadnień sprawiedliwości społecznej, wprowadzają też nowe narzędzia pedagogiczne, które zwiększają udział osób uczestniczących w procesie edukacyjnym. ACPP adresuje swoje działania głównie do nauczycieli, edukatorów i rodziców.

Więcej informacji: www.acpp.com

Centrum environmentalnej a etickej výchovy Živica, Słowacja

Centrum Wychowania Ekologicznego i Etycznego Živica

Organizacja powstała w roku 2000. Organizuje seminaria i szkolenia dla organizacji, szkół i firm prywatnych, koncentrujących się na ochronie środowiska i globalnej edukacji rozwojowej. Živica rozumie nauczanie jako proces, który może inspirować i motywować ludzi do odkrywania nowych horyzontów. Nie daje gotowych odpowiedzi i rozwiązań, raczej stara się pomagać w poszukiwaniu indywidualnych odpowiedzi we własnym wnętrzu. W ramach swej działalności Živica prezentuje holistyczną ideę edukacji ekologicznej i uczenia się przez doświadczanie, zapewnia też zróżnicowane doradztwo fachowe. Skupia się przede wszystkim na koordynowaniu Szkół Ekologicznych na Słowacji, prowadzeniu centrum edukacyjnego, centrum doradztwa ekologicznego i sklepu ekologicznego.

Więcej informacji: www.zivica.sk

The Peace Action, Training and Research Institute of Romania – PATRIR, Rumunia

Rumuński Instytut Akcji Pokojowej, Szkolenia i Badań

Organizacja pozarządowa z miasta Kluż-Napoka na północy Rumunii. Propaguje zasad działania bez przemocy, transformację konfliktu oraz prawa człowieka poprzez informowanie i podnoszenie świadomości za pośrednictwem analiz społecznych, politycznych i ekonomicznych. Wspierając społeczności lokalne w rozwoju i odpowiadaniu na codzienne wyzwania, Instytut opiera swoją działalność na pięciu filarach: działanie, szkolenia, badania, rzecznictwo i podnoszenie świadomości.

Więcej informacji: www.patrir.ro

NaZemi, Republika Czeska **NaZemi**

Organizacja pozarządowa, założona w roku 2003 w Brnie. Wprowadza zagadnienia edukacji globalnej do czeskiego systemu oświaty, promuje też społeczną odpowiedzialność biznesu w łańcuchu dostaw oraz Sprawiedliwy Handel jako efektywną formę wsparcia dla rolników i producentów z krajów ubogiego Południa.

Więcej informacji: www.nazemi.cz

ROZDZIAŁ 2. WPROWADZENIE

Wszyscy jesteśmy konsumentami

ZANIM COKOLWIEK KUPISZ...

- Zastanów się, czy naprawdę potrzebujesz danego produktu, czy może kierujesz się tylko chwilową zachcianką, reklamą albo promocją.
- Przeczytaj etykietę produktu, zapoznaj się z jego składem i sprawdź kraj pochodzenia.
- Szukaj produktów z certyfikatem ekologicznym i/lub Sprawiedliwego Handlu. Pytaj w sklepach o takie produkty, jeśli nie ma ich na półkach.



Ekozakupy

www.regrec.eu/ekoklub/index.php/ekozakupy



Kupuj odpowiedzialnie

www.ekonsument.pl



Kampania „Kupuj odpowiedzialnie”

www.zielonasiec.pl/programy/kampania-kupuj-odpowiedzialnie

Na decyzje, które podejmujemy w czasie zakupów, największy wpływ ma cena, rzadziej marka czy jakość produktu. Nie bez znaczenia są promocje (i towarzyszące im emocje), wygląd opakowania czy nawet umiejscowienie towaru na półce. Natomiast zakupy raczej nie kojarzą nam się z wyborami etycznymi.

Tymczasem wydawane przez nas pieniądze mogą wpływać na los ludzi, zwierząt i przyrody. Mogą przyczynić się do rozwoju gospodarki lokalnej, rodzinnych gospodarstw rolnych, działalności charytatywnej czy pomocy rozwojowej, ale mogą też finansować łamanie praw człowieka, handel bronią, rozwijanie szkodliwych i niebezpiecznych technologii, okrutne traktowanie zwierząt czy rabunkową eksploatację i niszczenie środowiska naturalnego, czego długofalowe konsekwencje odczuwają ludzie i cała planeta.

Jako konsumenci mamy jednak prawo wyboru. Świadome korzystanie z tego prawa wiąże się z odpowiedzialnością za skutki naszych decyzji.

Ważne jest nie tylko, co kupujemy, ale też komu płacimy. Produkt, który na pozór nie budzi zastrzeżeń, może przynosić zyski firmie, która postępuje nieetycznie, czego popierać nie chcemy. Jednakże zakup produktu jest także wsparciem finansowym dla polityki danej firmy. Nie jest obojętne, czy zainwestuje nasze pieniądze w działalność, która oprócz zysku ma na względzie dobro społeczeństwa i środowiska naturalnego, czy też będzie je ignorować, aby maksymalizować swój zysk.

Część naszych pieniędzy przekazujemy państwu w formie podatków. Wpływ na sposób ich wykorzystania mamy ograniczony - decyzję podejmujemy tylko pośrednio, uczestnicząc raz na kilka lat w wyborach. Większość pieniędzy wydajemy jednak sami, codziennie kupując towary i usługi. **Najłatwiej więc wpływać na rzeczywistość poprzez zakupy.**



Wolontariusze Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu organizują akcje promujące etyczną konsumpcję i Sprawiedliwy Handel. Starają się docierać wszędzie, gdzie zostaną zaproszeni. Zdjęcia: archiwum PSSH

Konsumpcja etyczna

Konsumpcja etyczna (też świadoma, odpowiedzialna, zrównoważona) to spojrzenie na środki, którymi dysponujemy, z perspektywy skutków naszych decyzji. Nasze pieniądze kształtują świat i w dużej mierze od nas zależy, kto je otrzyma i jak je wykorzysta. Finansując działanie konkretnych firm, opowiadamy się za lub przeciw określonemu stylowi działalności gospodarczej. Kupując żywność ekologiczną, wspieramy nie tylko ochronę środowiska naturalnego, ale też chronimy zdrowie swoje i innych, zwłaszcza ludzi pracujących przy jej wytwarzaniu. Kupując produkty Sprawiedliwego Handlu, wyrażamy poparcie nie tylko dla ochrony środowiska, ale też dla poszanowania godności i praw człowieka oraz praw pracowniczych, a także dla zrównoważonego rozwoju w krajach ubogiego Południa.

Wybierając tanie produkty, prędzej czy później zapłacimy ich prawdziwą cenę, na przykład w postaci ukrytych kosztów związanych z degradacją środowiska naturalnego czy problemami zdrowotnymi.

Przedmioty, które taniej jest wyrzucić niż naprawić, tworzą ogromne wysypiska, za utrzymanie których trzeba płacić. Szkodliwe substancje chemiczne zanieczyszczają ziemię, wody gruntowe i powierzchniowe oraz powietrze - trzeba ponosić koszty oczyszczania ścieków i emisji gazowych, tracimy grunty uprawne, tereny leśne i rekreacyjne, spada wydajność rybołówstwa oraz... wzrastają koszty ochrony zdrowia, często zresztą nieskutecznej wobec mnogości wytwarzanych i uwalnianych do środowiska substancji chemicznych, jakich nie zna natura.

Inni ludzie też płacą za nasze oszczędności. Niska cena surowców, produktów rolnych i przemysłowych z Afryki, Azji czy Ameryki Łacińskiej często oznacza, że ich wytwórcy otrzymują głodowe wynagrodzenia za swą ciężką pracę. Niesprawiedliwe warunki handlu międzynarodowego należą dziś do głównych przyczyn nędzy i głodu w krajach ubogiego Południa.

Cierpią też zwierzęta - ich przemysłowa hodowla pozwala uzyskać niską cenę mięsa i futer, lecz za cenę nieludzkiego traktowania zwierząt, traktowanych jak surowiec, a nie żywe istoty, które mają zdolność odczuwania. Na zwierzętach testuje się też kosmetyki i lekarstwa, choć istnieją inne możliwości sprawdzenia ich działania.

Prawdziwy koszt naszych tanich zakupów w supermarketach możemy też zauważyć, gdy lokalne sklepy znikają z naszych

ZAKUPY BEZ ODPADÓW

- Używaj toreb wielokrotnego użytku. Jednorazowe torby i inne przedmioty plastikowe mogą przetrwać na wysypiskach dziesiątki, a nawet setki lat, albo skończyć w oceanach, stwarzając zagrożenie dla roślin i zwierząt. W pełni biodegradowalne torby płócienne są estetyczne i mogą być użytkowane przez lata.
- Wybieraj produkty w opakowaniach ekologicznych, zminimalizowanych, a najlepiej bez opakowań. Nie bierz dodatkowych toreb i sortuj odpady po zużytych produktach.
- Używaj butelek zwrotnych. Jedna butelka jest używana średnio 20 razy, co oszczędza zarówno środowisko, jak i pieniądze.
- Unikaj przedmiotów jednorazowego użytku, jak papierowe czy plastikowe talerze, obrusy, kubki, sztućce itp. Ich produkcja i utylizacja szkodzą środowisku.
- Unikaj produktów i opakowań styropianowych, zwłaszcza do żywności. Są one kłopotliwe w recyklingu i nie rozłożą się przez wiele lat. Przy tym są szkodliwe dla zdrowia.
- Unikaj puszek aluminiowych. Produkcja aluminium zużywa znaczne ilości energii, a jego recykling jest szkodliwy dla środowiska.
- W domu unikaj chemii (np. myj naczynia ciepłą wodą - w 90% przypadków płyny do mycia naczyń są całkiem zbędne), a jeśli już musisz, używaj produktów ekologicznych. Chemia domowa jest jednym z największych źródeł zanieczyszczeń, choć można ją łatwo zastąpić produktami nietoksycznymi, a nawet zupełnie z niej zrezygnować.
- Każdy zakup wpływa bezpośrednio lub pośrednio na ludzi i środowisko naturalne. Podjmując odpowiedzialne decyzje, gdzie i co kupować oraz gdzie i czego nie kupować, możemy zmieniać świat na lepsze.

Więcej informacji

Poradnik konsumenta

www.sprawiedliwyhandel.pl/c/document_library/get_file?uuid=e88bb45d-d432-4f-90-a43a-45c2546942d7&groupId=10758



ulic i osiedli, zatrudnieni w nich ludzie tracą pracę, zaś pracownicy supermarketów toczą kolejny głośny proces w obronie swoich praw i godności.

Nie ma jednej powszechnej definicji na określenie produktów "etycznych". Najczęściej ich wytwarzanie nie wiąże się z krzywdą ludzi, zbytecznym cierpieniem zwierząt czy niszczeniem środowiska naturalnego. W przypadku certyfikacji produktów pod kątem etycznym wymagania zwykle są wyższe - ich producenci nie tylko nie mogą powodować szkód, ale też powinni aktywnie przyczyniać się do poprawienia losu ludzi, zwierząt czy do ochrony środowiska.

Etyczne podejście do konsumpcji można podzielić na trzy zasadnicze kategorie:

- ograniczenie ilości nabywanych i zużywanych rzeczy, nabywanie rzeczy używanych czy oddawanie rzeczy niepotrzebnych innym lub do recyklingu - zmniejszamy w ten sposób nie tylko nasze wydatki, ale też zużycie surowców, produkcję odpadów i negatywny wpływ na środowisko;
- powstrzymanie się od nabywania produktów i usług, które produkowane są w warunkach nieetycznych (np. przez wyzyskiwanych pracowników, często dzieci) lub są szkodliwe dla ludzi i środowiska (np. produkty, których wytwarzanie wiąże się z nadmiernym zużyciem surowców czy wykorzystaniem szkodliwych technologii, urządzenia energochłonne czy produkty zawierające szkodliwe substancje, które mogą być źródłem skażenia);
- świadomy wybór produktów, które pochodzą ze źródeł etycznych - alternatywą dla wielu produktów ze źródeł wątpliwych czy wręcz nieetycznych mogą być produkty Sprawiedliwego Handlu.

Etyczny konsument bierze pod uwagę również problemy związane z handlem i transportem. Robiąc zakupy blisko swego miejsca zamieszkania w sklepach lokalnych, pomagamy im utrzymać się na rynku w trudnej konkurencji z dużymi sieciami handlowymi i supermarketami. Z kolei nabywanie produktów, które powstały blisko naszego miejsca

zamieszkania, zmniejsza szkodliwy wpływ transportu na ludzi i środowisko.

Ważne jest też, w jakim banku czy w jakich akcjach lokujemy nasze pieniądze i w jaki sposób są następnie inwestowane: czy wesprzemy w ten sposób handel bronią, przemysł pornograficzny, wykup ziemi w krajach ubogich ze szkodą dla lokalnych rolników, wycinkę lasów tropikalnych lub rozwijanie produkcji szkodliwej dla środowiska naturalnego, czy też działalność, która nie budzi takich zastrzeżeń, jak rolnictwo ekologiczne, Sprawiedliwy Handel czy przedsięwzięcia społeczne. Etyczne inwestowanie jest na Zachodzie coraz bardziej popularne. Zaczyna się rozwijać także w Polsce.

Konsumpcja zrównoważona

Pojęcie konsumpcji etycznej ściśle wiąże się z pojęciem konsumpcji zrównoważonej, która wynika ze świadomych, etycznych i odpowiedzialnych postaw konsumenckich.

Można ją zdefiniować jako optymalne, świadome i odpowiedzialne korzystanie z dostępnych zasobów naturalnych, dóbr i usług na poziomie jednostek, gospodarstw domowych, wspólnot i społeczności lokalnych, środowisk biznesowych, samorządów terytorialnych, rządów krajowych i struktur międzynarodowych, zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju. Ma ona na celu zaspokojenie potrzeb i podniesienie jakości życia dla wszystkich w wymiarze lokalnym i globalnym, przy jednoczesnym przestrzeganiu praw człowieka i praw pracowniczych, uwzględnianiu możliwości zaspokojenia potrzeb innych ludzi, w tym przyszłych pokoleń, oraz zachowaniu i odtworzeniu dla nich kapitału przyrodniczego.

Postawa zrównoważonej konsumpcji uwzględni ograniczenie nadmiernej konsumpcji, marnotrawstwa, produkcji odpadów i zanieczyszczeń oraz wybór towarów i usług, które w największym stopniu spełniają określone kryteria etyczne, społeczne i środowiskowe.*

Sprawiedliwy Handel

Najbardziej oczywiste możliwości w dziedzinie etycznych wyborów konsumenckich i zrównoważonej konsumpcji daje nam Sprawiedliwy Handel (*Fair Trade*). Przeciwstawia się on niesprawiedliwym praktykom handlu konwencjonalnego, skupiając się na wspiera-

niu marginalizowanych drobnych producentów (rolników, rzemieślników) i pracowników najemnych z krajów ubogiego Południa.

Sprawiedliwy Handel nie jest jednak działalnością

charytatywną, ale pomocą rozwojową. Nie polega ona na dawaniu jałmużny, wysyłaniu darów, opiece nad potrzebującymi itp. (tego rodzaju pomoc jest konieczna dla ludzi, którzy z różnych powodów sami sobie nie poradzą; mogą to być dzieci, starcy, osoby chore czy kalekie, osoby nagle pozbawione środków do życia i schronienia z powodu klęski żywiołowej czy wojny itp.). Pomoc rozwojowa polega na stworzeniu warunków i daniu szansy ludziom, którzy są zdolni do pracy, aby mogli wziąć odpowiedzialność za los swój i swoich rodzin oraz rozwój swych społeczności.

Sprawiedliwy Handel jest także skutecznym narzędziem edukacyjnym, umożliwiającym podnoszenie świadomości oraz zachęcanie konsumentów, by brali pod uwagę konsekwencji społeczne, ekonomiczne i ekologiczne swoich zakupów. Równocześnie oferuje im możliwości praktycznej realizacji tych postulatów.

Żyjemy w czasach współzależności ekonomicznej o wymiarze globalnym. Decyzje, jakie podejmujemy w Europie w czasie codziennych zakupów, oddziałują na życie ludzi nawet na drugim końcu świata.

Niestety, handel konwencjonalny nie jest w stanie zapewnić trwałych i zrównoważonych podstaw egzystencji ani możliwości rozwoju dla ludzi w najbardziej ubogich krajach świata. Dwa miliardy ludzi, mimo bardzo ciężkiej pracy, musi przeżyć za mniej niż 2 dolary dziennie. Sity rynkowe mają tendencję do coraz głębszej ich marginalizacji i wykluczenia. Ubodzy mają bardzo ograniczone możliwości wyboru, co sprawia, że są podatni na wyzysk i podejmują pracę nawet za głodowe wynagrodzenie.

Handel konwencjonalny, dążąc do stałego obniżania kosztów i cen produktów podstawowych (nieprzetworzonych surowców i płodów rolnych), rozpętał "wyścig na dno" (*race to the bottom*). Prowadzi on - zwłaszcza w krajach ubogich - do drastycznego obniżania płac, standardów zatrudnienia i BHP, łamania praw człowieka i praw pracowniczych, rozwoju niewolnictwa, powoduje nędzę i głód oraz niszczenia środowiska naturalnego. Dla wielkich korporacji jest to zarazem najpewniejsza droga do maksymalizacji zysków. Natomiast konsumenci, uczestniczący poprzez codzienne zakupy w systemie handlu światowego, mogą nieświadomie przyczyniać się do pogłębiania tego procesu poprzez nabywanie tanich produktów, wytwarzanych w niesprawiedliwych, a nawet nieludzkich warunkach.

Sprawiedliwy Handel jest jednym z nurtów ekonomii społecznej, która uznaje, że człowiek jest ważniej-

szy od zysku. Stanowi on przejrzystą i sprawiedliwą alternatywę wobec systemu handlu konwencjonalnego. Opiera się na poszanowaniu godności ludzkiej, praw człowieka i praw pracowniczych, na relacjach partnerskich, promocji sprawiedliwości ekonomicznej i budowaniu solidarności światowej. Łączy nas bezpośrednio z ludźmi w krajach Południa, którzy produkują konsumowane przez nas dobra. Daje nam możliwości pozytywnego oddziaływania na ich życie, kiedy decyzje konsumenckie podejmujemy w oparciu o wartości etyczne.

Organizacje Sprawiedliwego Handlu współpracują przede wszystkim ze spółdzielniami drobnych producentów, którzy są ich współwłaścicielami oraz uczestniczą na demokratycznych zasadach w procesie podejmowania decyzji i w zarządzaniu, a także ze stowarzyszeniami, które przynoszą istotne korzyści drobnym producentom i pracownikom najemnym.

Do standardów, które obowiązują organizacje producentów Sprawiedliwego Handlu, należą:

- godziwe wynagrodzenia dla pracowników najemnych;
- bezpieczne i zdrowe warunki pracy;
- przestrzeganie równości kobiet oraz wzmocnienie ich pozycji ekonomicznej;
- zakaz jakiegokolwiek dyskryminacji oraz wykorzystywania pracy dzieci i niewolników;
- przestrzeganie prawa pracowników do swobodnego tworzenia związków zawodowych lub wstępowania do nich oraz do negocjacji zbiorowych;
- inwestowanie premii społecznej Sprawiedliwego Handlu w projekty rozwojowe dla społeczności lokalnej, jak budowa i prowadzenie ośrodków zdrowia, szkół, zaopatrzenie w wodę pitną, programy opieki nad dziećmi, szkolenia itp.
- wykorzystywanie przyjaznych dla środowiska metod uprawy i produkcji, które umożliwiają zachowanie dobrej jakości ziemi, wody i powietrza, ochronę zdrowia pracowników rolnych, a w konsekwencji i konsumentów. Większość producentów Sprawiedliwego Handlu przestrzega też standardów produkcji ekologicznej, co potwierdzają odpowiednie certyfikaty.

Organizacje importerskie Sprawiedliwego Handlu powinny zapewnić:

- sprawiedliwe w kontekście lokalnym ceny za produkty oraz wynagrodzenia dla pracowników;
- zakupy bezpośrednio od organizacji drobnych producentów z krajów Południa, z pominięciem pośredników;
- umowy długoterminowe oraz przedpłaty dla grup producenckich, które tworzą podstawy dla zrów-

noważonych źródeł utrzymania, bezpieczeństwa ekonomicznego oraz umożliwiają rozwijanie ich działalności gospodarczej;

- wypłacanie grupom producenckim premii Sprawiedliwego Handlu na projekty rozwojowe dla ich społeczności lokalnych;
- pomoc techniczną w formie szkoleń, umożliwienie dostępu do informacji rynkowych itp.

Ważnym elementem misji organizacji Sprawiedliwego Handlu jest działanie na rzecz podnoszenia świadomości konsumentów.

Ruch Sprawiedliwego Handlu nie jest jednorodny. Tworzą go organizacje o różnych charakterze, różne jest też ich pochodzenie. Poszczególne organizacje mogą też zrzeszać się w organizacjach sieciowych, takich jak *Fairtrade International*, Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu (WFTO), Europejska Sieć Sklepów Świata (NEWS!), która niedawno dołączyła do WFTO, czy Europejskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu (EFTA). Z kolei te cztery największe sieci Sprawiedliwego Handlu założyły nieformalną platformę współpracy FINE.

W języku angielski występuje także dwójka pisownia: **Fair Trade** oraz **Fairtrade**.

- *Fair Trade* pisane oddzielnie odnosi się do idei Sprawiedliwego Handlu, całego ruchu oraz produktów, certyfikowanych w ramach różnych systemów certyfikacji.
- *Fairtrade* pisane łącznie odnosi się do systemu certyfikacji, prowadzonego przez organizację *Fairtrade International*, oraz do używanego przez nią znaku certyfikacyjnego.

Dużym osiągnięciem ruchu Sprawiedliwego Handlu jest ustalenie powszechnie uznawanej definicji międzynarodowej, cytowanej m.in. w dokumentach Unii Europejskiej:

Sprawiedliwy Handel jest to partnerstwo w handlu, opierające się na dialogu, przejrzystości i szacunku, w którym dąży się do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju poprzez oferowanie lepszych warunków handlowych dla marginalizowanych producentów i pracowników, szczególnie na Południu. Organizacje Sprawiedliwego Handlu (wspierane przez konsumentów) aktywnie angażują się we wspiera-

nie producentów, podnoszenie świadomości i kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego.

FINE, 2001

Definicja ta ukazuje wartości, na jakich opiera się Sprawiedliwy Handel. Te wartości odróżniają go od handlu konwencjonalnego, w którym naczelną wartością jest maksymalny zysk. Produkty Sprawiedliwego Handlu są wytwarzane i sprzedawane z uwzględnieniem tych zasad, co jest – w miarę możliwości – weryfikowane przez wiarygodne, niezależne systemy certyfikacji.

Sprawiedliwy Handel wspierany jest nie tylko przez konsumentów, ale też przez międzynarodowy ruch miast, szkół, uczelni, parafii, organizacji pozarządowych, zakładów pracy itp., przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu. Społeczności lokalne, które je tworzą, uzyskują ten honorowy tytuł po spełnieniu określonych kryteriów, wśród których najważniejsze jest promowanie na swoim terenie idei i produktów Sprawiedliwego Handlu. Międzynarodowa kampania Miast przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu (*Fair Trade Towns*) jest obecnie największą kampanią międzynarodową Sprawiedliwego Handlu na świecie.



Sprawiedliwy Handel znajduje coraz szersze poparcie na wszystkich kontynentach.
Zdjęcia: fotobueno.pl

Wiarygodność Sprawiedliwego Handlu

Wiarygodność Sprawiedliwego Handlu zapewniają niezależne systemy certyfikacji. Najważniejsze organizacje certyfikacyjne Sprawiedliwego Handlu – Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu (WFTO) i *Fairtrade International* – opracowały i podpisały wspólny dokument programowy – Kartę Zasad Sprawiedliwego Handlu (*Charter of Fair Trade Principles*). Określa ona zasady, jakimi kierują się organizacje Sprawiedliwego Handlu.

Wszystkie produkty Sprawiedliwego Handlu pochodzą od producentów, przestrzegających zasad Sprawiedliwego Handlu. Jednak w ramach łańcucha dostaw produkty te są sprzedawane i wprowadzane na rynek za pomocą dwóch odmiennych, lecz uzupełniających się kanałów:

- zintegrowany łańcuch dostaw, w którym produkty Sprawiedliwego Handlu są importowane i/lub rozprowadzane przez organizacje, których misja i działalność w całości opiera się na idei Sprawiedliwego Handlu, i które wykorzystują Sprawiedliwy Handel jako narzędzie rozwoju, służące wsparciu pokrzywdzonych producentów i redukcji ubóstwa, a swoją działalność handlową łączą z kampaniami informacyjnymi, podnoszącymi świadomość społeczeństwa;
- system certyfikacji produktu, w którym produkty spełniające międzynarodowe standardy są oznaczone w celu uwidocznienia, że zostały wyprodukowane, sprzedane, przetworzone i zapakowane zgodnie z określonymi wymaganiami tych standardów.

Certyfikacja Sprawiedliwego Handlu może dotyczyć:

1. organizacji;
2. produktów, certyfikowanych pod kątem kryteriów:
 - a. etycznych i społecznych (prawa człowieka, prawa pracownicze, prawa dziecka, konwencje MOP, kryteria Sprawiedliwego Handlu itp.);
 - b. ekologicznych;
3. usług.

Więcej informacji na stronie 106.

Dorocznym świętem Sprawiedliwego Handlu jest **Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu (World Fair Trade Day - WFTDay)**, obchodzony na całym świecie w drugą sobotę maja. Organizatorem obchodów jest Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu (WFTO). Jest to światowy festiwal wydarzeń, mających na celu ukazywanie istotnego wkładu Sprawiedliwego Handlu w walkę z ubóstwem, jego osiągnięć oraz promowanie sprawiedliwych praktyk handlowych dla dobra wszystkich.

Ruch Sprawiedliwego Handlu jest unikalny. Przewodzi na drodze zachęcania konsumentów do uwzględnienia konsekwencji społecznych, gospodarczych i ekologicznych ich zakupów.

Chociaż w odpowiedzi na rosnące zainteresowanie rozwijane są inne inicjatywy zakupów etycznych, unikalne podejście Sprawiedliwego Handlu wciąż pozostaje najskuteczniejsze w zakresie wsparcia dla producentów i konsumentów. Ruch Sprawiedliwego Handlu jest świadomy zaufania społecznego, jakie jest w nim pokładane, jest zaangażowany w rozwój oraz promocję możliwie najwyższych standardów integralności, przejrzystości i odpowiedzialności, aby to zaufanie utrzymać i chronić.

Karta Zasad Sprawiedliwego Handlu



Podstawą świadomość

Aby być konsumentem etycznym, który wspiera Sprawiedliwy Handel, potrzebne jest pewna wiedza (stąd równoważne określenie "konsumpcja świadoma"), aby umieć dokonywać wyborów etycznych w praktyce. Nasz przewodnik ma pomóc zdobywać tę wiedzę i przekazywać ją wszystkim, którzy nie są obojętni na los społeczności ludzkiej (też przyszłych pokoleń) oraz przyrody. Dokonując pozornie niewielkich zmian w stylu konsumpcji, możemy znacznie ograniczyć swój negatywny wpływ na otoczenie i całą planetę.

Nasz przewodnik nie wyczerpuje zagadnienia etycznej konsumpcji i Sprawiedliwego Handlu. Oby był zachętą do dalszych poszukiwań – do pogłębiania wiedzy oraz kształtowania postaw etycznych oraz etycznego stylu życia swojego, swojej rodziny i całej społeczności lokalnej.

Zagadnienia pokrewne

Bankowość etyczna (ang. *ethical banking*), zwana też bankowością społeczną, alternatywną, obywatelską lub zrównoważoną, jest wyrazem troski o wpływ, jaki inwestycje i kredyty mają na społeczeństwo i środowisko naturalne. Bankowość etyczna jest częścią większego ruchu społecznego, zwanego też po angielsku *banktivism*. Wzywa on do większej odpowiedzialności społecznej i ekologicznej w sektorze finansowym. Obejmuje inwestycje etyczne, inwestycje odpowiedzialne społecznie oraz społeczną odpowiedzialność biznesu. Bankivism jest również związany z takimi ruchami, jak Sprawiedliwy Handel czy konsumpcjonizm etyczny.

Inwestycje odpowiedzialne społecznie (ang. *Socially Responsible Investment* albo *Sustainable Responsible Investment – SRI*), zwane też zrównoważonymi, społecznie świadomymi, zielonym lub etycznymi, to strategia inwestycyjna, która w takim samym stopniu troszczy się o maksymalizację zysku, jak o dobro publiczne. Inwestorzy społecznie odpowiedzialni wspierają działania gospodarcze, które promują ochronę środowiska, ochronę praw konsumenta, prawa człowieka itp. Niektórzy inwestorzy unikają współpracy z firmami zaangażowanymi w branżę alkoholową, tytoniową, pornograficzną czy zbrojeniową, nie współpracują też z firmami handlującymi bronią, zajmującymi się hazardem czy prowadzeniem elektrowni jądrowych. W inwestowaniu społecznie odpowiedzialnym zwraca się szczególną uwagę na stosunek do środowiska naturalnego, sprawiedliwości społecznej i ładu korporacyjnego (czyli na czynniki ESG: *environmental social governance*). Kluczową rolę w SRI odgrywa nie tylko posiadanie akcji (bezpośrednio lub za pośrednictwem funduszy inwestycyjnych), lecz również rzecznictwo akcjonariuszy oraz inwestowanie społeczne.

Spoleczna odpowiedzialność biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility – CSR*), znana też jako sumienie korporacyjne, obywatelstwo korporacyjne, ocena społeczna albo odpowiedzialny biznes, jest rodzajem autoregulacji modelu działalności gospodarczej. CSR jest narzędziem, za pomocą którego można sprawdzić, czy wszystkie działania biznesu są zgodne z duchem prawa, standardami etycznymi i normami międzynarodowymi. Czasami firmy nie tylko postępują zgodnie z powyższymi zasadami, lecz decydują się dodatkowo zaangażować w działania sprzyjające dobru społecznemu, które przekraczają interes przedsiębiorstwa i wymagania prawne. CSR dąży to tego, aby firma wzięta dobrowolnie odpowiedzialność za swoje działania wobec społeczeństwa. Działania firmy powinny mieć pozytywny wpływ na środowisko, klientów, pracowników, społeczność, udziałowców i wszystkich członków sfery publicznej, którzy mogą być uznani za interesariuszy.

Postwzrost (ang. *degrowth*) - ruch społeczny, postulujący zerwanie z obowiązującym paradygmatem wzrostu gospodarczego na rzecz dążenia do poprawy jakości życia w granicach możliwości środowiska. Zwolennicy postwzrostu, zwani też postwzrostowiczami (ang. *degrowthists*) negują nadrzędną wartość dóbr materialnych, a także proponują alternatywne modele ekonomii – barter, spółdzielczość, współdzielność i wymianę społeczną.

ROZDZIAŁ 3. WARSZTATY

W tym rozdziale znajduje się kilka przydatnych scenariuszy warsztatów, które pomogą wprowadzić, informować oraz zachęcić uczestników do zgłębiania problematyki konsumpcji etycznej i Sprawiedliwego Handlu. Skupiają się one na zależnościach pomiędzy wymiarem indywidualnym, lokalnym i globalnym konsumpcji. Mają na celu motywować i inspirować uczestników do wspierania etycznej konsumpcji poprzez zrozumienie skutków swojego stylu życia.

Poszczególne warsztaty można wykorzystać na jednorazowych spotkaniach, można też pracować z daną grupą przez dłuższy czas, wykorzystując niektóre z warsztatów lub nawet wszystkie. Ich podsumowaniem może być konkurs dla uczestników (zob. str. 87, mogą być też wykorzystane jako element kampanii Szkoły Przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu (zob. str. 80).

Rozpoczynając pracę z nową grupą, poproś uczestników, aby się przedstawili, powiedzieli skąd pochodzą oraz czego chcieliby się nauczyć w czasie wspólnych spotkań. Dowiedz się, co grupa wie o etycznej konsumpcji i Sprawiedliwym Handlu, co ułatwi ci dobór materiału oraz metod. Spytaj uczestników, co już wiedzą o etycznej konsumpcji i Sprawiedliwym Handlu. W trakcie kolejnych zajęć uzupełnij ich wiadomości o jego historii i głównych zasadach (informacje o historii po angielsku znajdziesz na stronach: www.wfto.com i www.fairtrade.net, a także na polskiej stronie www.sprawiedliwyhandel.pl).

Istotne jest, aby słowa, które będą padać w czasie spotkań, były poparte konkretnymi czynami. Jeśli chcesz np. zachęcić uczestników do konsumpcji produktów ze Sprawiedliwego Handlu, postaraj się, aby w ramach spotkań podawana była taka właśnie kawa, herbata, cukier czy przekąski. Będzie to nie tylko miłym uzupełnieniem zajęć, ale też dowodem, że swoje słowa traktujesz poważnie i sam jesteś przekonany o ich słuszności, co zwiększy skuteczność oddziaływania na grupę, a także satysfakcję ze wspólnie spędzonego czasu.



Sprzedaż owoców mango w ramach Sprawiedliwego Handlu daje szansę rolnikom filipińskim na lepsze życie. Wspiera ich fundacja PREDA, jedna z najstarszych organizacji Sprawiedliwego Handlu na świecie. Dochód, jaki uzyskuje fundacja z przetwórstwa i sprzedaży mango za granicę, przeznaczany jest m.in. na walkę z handlem dziećmi, sprzedawanymi do przemysłu erotycznego. Za tę działalność fundacja była cztery razy nominowana do Pokojowej Nagrody Nobla, uzyskała też wiele nagród międzynarodowych. W Polsce smakowite produkty z mango fundacji PREDA rozprowadza Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu.

Zdjęcie: Preda Fair Trade

WARSZTAT 1

CO JEST NAM POTRZEBNE DO ŻYCIA

Cele i założenia

Zachęcenie uczestników do uświadomienia sobie, co jest im faktycznie konieczne do życia oraz że bez wielu rzeczy, które powszechnie uważamy za niezbędne, można się w rzeczywistości znakomicie obyć.

W trakcie warsztatu uczestnicy dowiedzą się:

- jaka jest różnica pomiędzy potrzebami a pragnieniami;
- jak nasza konsumpcja wpływa na życie ludzi z krajów ubogiego Południa i jakie skutki ma dla nich brak niezbędnych dóbr;
- jak konsumpcja etyczna może wywierać pozytywny wpływ na życie ludzi na całym świecie;
- co oznacza pojęcie nadmiernej konsumpcji;
- iż mamy możliwość zmieniania swego życia i świata poprzez mądre wybory, świadomą, etyczną konsumpcję oraz udział w walce z ubóstwem;
- uzyskają wsparcie w kształtowaniu postawy świadomej konsumpcji i poszukiwaniu istotnych wartości w swoim życiu.

Czas trwania

ok. 1,5 godziny

Grupa docelowa

dorośli i młodzież 15+

Materiały i środki dydaktyczne

- tablica lub flip chart i przybory do pisania;
- komputer i projektor;
- zdjęcia lub przezrocza, prezentujące warunki życia w krajach ubogiego Południa.

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Wprowadzenie: 5 minut

Wprowadź krótko uczestników w tematykę warsztatów.

2. Zaangażowanie: 15 minut

Burza mózgów

Poproś uczestników, by odpowiedzieli hasłowo na pytanie:

Co jest niezbędne do życia?

Wyznaczony uczestnik notuje wszystkie odpowiedzi na tablicy, bez żadnej selekcji.

Po zamknięciu listy pomysłów poproś uczestników o refleksję, co można z tej listy wykreślić. Zapewnie zostaną trzy elementy: woda, żywność i powietrze. Gdyby zostało więcej, możesz poprosić o pozostawienie tylko trzech, ewentualnie uściślając, że w tym przypadku chodzi raczej o potrzeby materialne, choć te niematerialne też są bardzo ważne.

Grupa wspólnie omawia wyniki burzy mózgów



Spróbujmy wczuć się w sytuację ludzi, którzy pozbawieni są tych dóbr. Zastanówmy się przez chwilę w milczeniu:

Czy wyobrażamy sobie takie życie?

Czy ktoś z nas chciałby tak żyć?

Poproś następnie uczestników, by krótko podzielili się swoją refleksją.

3. Pogłębienie: 15 minut

Czytamy tekst „Świadectwo z Zambii” i/lub „Świadectwo z Burundi” (Załącznik nr 1). Można też wykorzystać te historie do odegrania scenki z podziałem na role. Niech aktorzy starają się wczuć w sytuację. Po zakończeniu i po chwili zastanowienia możesz rozpocząć dyskusję z uczestnikami, pomagając im pytaniami:

Jak czuła się matka, gdy szła do ośrodka zdrowia i jak czuła się w drodze powrotnej?

Wyobraźcie sobie rozmowę, jaką po powrocie mogła przeprowadzić ze swym mężem oraz z dziećmi i spróbujcie ją odegrać.

Jaką walkę wewnętrzną musiała stoczyć z sobą matka przed podjęciem decyzji?

Jakie myśli mogły przychodzić jej do głowy, zanim się zdecydowała?

Jak czuła się po podjęciu decyzji?

Jak czuli się inni członkowie rodziny?

Dlaczego my nie musimy dokonywać tak dramatycznych wyborów?

4. Badanie – praca w zespołach: 15 minut

Dlaczego tak wiele ludzi na świecie żyje w nędzy i głodzie? Nie jest łatwo określić wszystkie przyczyny, ponieważ są one skomplikowane. Ale jedną z najważniejszych przyczyn jest to, że ludzie, którym się dobrze powodzi, chcą żyć jeszcze lepiej, a do ich stylu życia należy nadmierna konsumpcja.

Spróbujmy zdefiniować to pojęcie.

Grupa dzieli się na zespoły po 4-5 osób, w których uczestnicy ustalają definicję; jedna osoba w zespole zapisuje ustaloną definicję i przedstawi je potem całej grupie.

Podsumowanie prowadzącego

Nadmierna konsumpcja oznacza zużywanie większej ilości dóbr, niż jest to konieczne do życia i co przewyższa możliwości samoodtwarzania się środowiska. Towarzyszy jej też wielkie marnotrawstwo. Na śmietnik trafiają dobra, których konsument nie jest w stanie wykorzystać (jak zepsutą żywność czy rzeczy w pełni użyteczne, ale np. niemodne, albo i takie, które wcale nie straciły swych walorów, ale jest ich po prostu za dużo). Zasoby naturalne, konieczne do wyprodukowania tych dóbr, są bezpowrotnie zużywane bądź zanieczyszczone i niszczone; dotyczy to ziemi, wody, powietrza, surowców naturalnych itp. Z tego powodu ulega też zagładzie wiele gatunków roślin i zwierząt, ziemie uprawne zamieniają się w pustynie, środki chemiczne zatrują ziemię, wodę i powietrze oraz gromadzą się w organizmach roślin, zwierząt i ludzi.

Także wielu z nas chciałoby prowadzić styl życia taki, jaki oglądamy na amerykańskich filmach – mieć duży dom, markową odzież, samochód, latać samolotami i... kupować, kupować, kupować! Aby jednak wszyscy mogli żyć jak Amerykanie, potrzebne są zasoby czterech planet wielkości Ziemi. Gdyby każdy człowiek na świecie chciał żyć choćby na takim poziomie, jak przeciętny Polak, potrzebowałibyśmy 2,5-3 kule ziemskie! A ponieważ mamy tylko jedną, konsumpcja zamożnych odbywa się kosztem ubogich, zwłaszcza z krajów Południa.

Możesz dodatkowo przedstawić kilka faktów i danych statystycznych – w Internecie nietrudno je znaleźć. Nadmierną konsumpcję możesz też zdefiniować jako odwrotność konsumpcji zrównoważonej (patrz str. 10).

5. Badanie – dyskusja kierowana: 20 minut

Znamy już skutki braku żywności, wody i powietrza. Zastanówmy się teraz, jak nasz styl życia wpływa na pozbawienie ludzi ubogich tych podstawowych dóbr. Szukajmy konkretnych przyczyn.

Niektóre możliwości

Chcemy jeść dużo mięsa – dlatego w krajach ubogich zamiast uprawiać rośliny jadalne na potrzeby lokalne, rozszerza się obszary hodowli bydła oraz uprawy roślin pastewnych (soja – najczęściej modyfikowana genetycznie, zboża, orzeszki ziemne) na eksport do krajów bogatych. Ponieważ trzeba na to coraz więcej ziemi, usuwa się drobnych rolników z ich poletek, które ich dotąd utrzymywały, by tworzyć wielkie plantacje przemysłowe. Pozbawieni ziemi rolnicy powiększają armię bezrobotnych mieszkańców slumsów, wycinane i wypalane na olbrzymią skalę wycinane i wypalane są też dżungle – zielone płuca Ziemi (m.in. w Amazonii).

Chcemy często zmieniać odzież na najmodniejsze nowinki – w rezultacie rozszerza się obszary uprawy bawełny ze skutkiem podobnym, jak przy uprawach paszowych, zaś dotacje do uprawy bawełny w USA powodują, że jej cena na całym świecie spada, na czym tracą rolnicy w krajach ubogich. Wyzyskuje się ludzi w krajach Południa, głównie w Azji, do pracy przy przerobieniu bawełny i produkcji odzieży; pracują oni w niezdrowych i niebezpiecznych warunkach, otrzymując bardzo niskie wynagrodzenia, które często nie starczą nawet na wyżywienie; do pracy wykorzystuje się też masowo dzieci; handel na wielką skalę używaną odzieżą z krajów bogatych w krajach ubogich, oraz ograniczenia w imporcie wyrobów włókienniczych do krajów bogatych powodują też, że nie może się tam rozwinąć przemysł odzieżowy.

Chcemy kupować tanie banany – aby ich produkcja kosztowała jak najmniej, robotnikom na plantacjach wypłaca się wynagrodzenie, które nie starcza nawet na wyżywienie. Zatrudnia się też masowo dzieci, używa olbrzymich ilości najbardziej szkodliwych pestycydów, spryskując raz w tygodniu plantacje razem z pracownikami, którym nie wolno przerywać pracy, co kończy się poważnymi zatruciami, a nawet śmiercią, zwłaszcza dzieci, które są bardziej wrażliwe.

Chcemy zużywać dużo energii i paliw – w rezultacie powstają gazy cieplarniane, które powodują ocieplenie klimatu; najbardziej cierpią z tego powodu kraje ubogie, gdyż np. rosną temperatury i zmniejszają się opady w krajach Południa, co powoduje pustynnienie ziem uprawnych i zmniejszenie produkcji żywności.

6. Refleksja

Postaw uczestnikom pytanie:

Czy konsumpcja sprawia, że ludzie są szczęśliwi?

Uczestnicy podejmują dyskusję, jeden z nich zapisuje odpowiedzi na tablicy/flipczarcie.

7. Możemy zmienić świat – burza mózgów 15 minut

Zachęć uczestników do wypowiedzi:

Zastanówmy się, co można zmienić w naszym życiu, by nasza konsumpcja była bardziej zrównoważona – byśmy nie zużywali więcej dóbr, niż można wyprodukować bez szkody dla środowiska i innych ludzi.

Uczestnicy podają swoje propozycje, które jeden z nich zapisuje na tablicy/flipczarcie. W razie potrzeby uzupełnij, możesz też użyć poniższych przykładów jako zachęty do dyskusji.

Niektóre możliwe działania

Zamiast kupować wciąż nowe dobra, zużywać je i wyrzucać po to tylko, by kupić następne (zwłaszcza jednorazowego użytku), możemy starać się, aby służyły nam jak najdłużej.

Zamiast konsumować rzeczy materialne, możemy się nastawić na wzbogacenie naszego życia w bardziej wartościowy, a zarazem mniej szkodliwy sposób, uczestnicząc aktywnie w życiu rodzinnym, towarzyskim, kulturalnym, artystycznym, duchowym, pogłębiając swoją wiedzę i umiejętności, podziwiając przyrodę, zamiast ją niszczyć itp.

Oszczędniej gospodarząc naszymi dobrami oraz ograniczając swoje potrzeby i wydatki, możemy dzielić się z bardziej potrzebującymi.

Możemy dowiadywać się, jakie firmy produkują towary, których używamy, i czy robotnicy, którzy je wytwarzają, są godziwie wynagradzani; można zrezygnować z kupowania wyrobów firm, które wyzyskują i źle traktują swych pracowników.

Nabywając bardziej wartościową żywność z upraw ekologicznych, otrzymujemy produkty smaczniejsze, bardziej korzystne dla naszego zdrowia, a zarazem przyczyniamy się do ochrony środowiska.

Nabywając towary Sprawiedliwego Handlu nie tylko chronimy środowiska, ale też pomagamy ludziom z krajów ubogich, którzy ciężko pracują, aby dostarczyć nam wielu dóbr codziennego użytku (np. kawa, herbata, kakao i czekolada, ryż, banany i inne owoce południowe itp.); ponieważ te produkty są nieco droższe od konwencjonalnych, będziemy kupować ich mniej, ale możemy mieć z nich więcej satysfakcji.

Możemy informować o tych problemach swoich bliskich i znajomych, zachęcając ich, by również zmieniali swoje postępowanie.

Możemy wspierać organizacje, które zajmują się omawianymi problemami (jak Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu) poprzez darowizny czy odpisy podatkowe 1%, a także włączyć się do ich działania w charakterze wolontariuszy.



Śmierć dżungli w Kamerunie. Rabunkowa eksploatacja lasów tropikalnych w krajach Południa spowodowana jest dużym popytem na luksusowe wyroby z drewna tropikalnego w krajach rozwiniętych oraz zapotrzebowaniem na ziemię pod uprawy eksportowe. Prowadzi to do degradacji środowiska i wymierania wielu gatunków roślin i zwierząt, utraty środków do życia przez społeczności lokalne żyjące z lasu, pustynienia dużych obszarów ziemi, a także zmian klimatu w skali globalnej.

Zdjęcie: Tadeusz Makulski

8. Zakończenie: 10 minut

Prowadzący krótko przedstawia działania Sprawiedliwego Handlu. Zachęca do zorganizowania różnych akcji edukacyjnych, związanych z problemami ubogich w Trzecim Świecie oraz do wzięcia udziału w innych prostych akcjach na rzecz ubogich Trzeciego Świata. Przedstawia konkretne działania na rzecz większej sprawiedliwości w handlu światowym, jakie mogą wspólnie podjąć.

Dodatkowe materiały

Materiały pomocnicze do wykorzystania w grupie, która potrafi postugiwać się językami obcymi:



Ecological Footprint (ang., niem., fr., hisz., port.)

<http://www.myfootprint.org>

How many slaves work for you? (ang.)

<http://slaveryfootprint.org>



Global Footprint Network (ang.)

http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/at_a_glance

Inspiracje dla prowadzącego



Żywność

www.unicef.pl/Co-robimy/Aktualnosci/Glod-na-swiecie-najwazniejsze-dane

http://ekonsument.pl/materialy/publ_443_broszurka_2011.pdf



<http://ziemianarozdrozu.pl/encyklopedia/17/kryzys-zywnosciowy>

<http://exignorant.wordpress.com/2013/03/02/nowa-era-niedoborow-zywnosci-e-cho-upadlych-cywilizacji>



Woda

tvnmeteo.tvn24.pl/raporty-pogoda/wkrotce-dwa-miliardy-ludzi-bez-wody,196,1,1,0,0.html



www.pah.org.pl/nasze-dzialania/156/problem_dostepu_do_wody

www.who.int/water_sanitation_health/resources/en

<http://water.org/water-crisis/water-facts/water/>



Powietrze i klimat

https://pl.wikipedia.org/wiki/Efekt_cieplarniany

https://pl.wikipedia.org/wiki/Katastrofa_w_Bhopalu



https://pl.wikipedia.org/wiki/Dziura_ozonowa

www.wwf.pl/co_robimy/klimat_glowna/zmiany_klimatu

www.who.int/mediacentre/factsheets/fs313/en



**Dekonsumpcja – moda czy sposób na kryzys?**

<https://www.ur.edu.pl/file/16790/23.pdf>

Miej mniej, gdy chcesz więcej

http://wyborcza.pl/magazyn/1,130899,13411216,Miej_mniej__gdy_chcesz_wiecej.html

**Affluenza**

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Affluenza>

Affluenza

www.ceo.org.pl/sites/default/files/news-files/affluenza._warsztat_czesc_ii.pdf

**Konsumpcja z Ograniczoną Odpowiedzialnością**

www.kropla.eko.org.pl/26/konsumpcja.html

Wzorce konsumpcji

<http://kropla.eko.org.pl/28/wzorcy.html>

**Zagrożenia dla środowiska wywołane wysoką produkcją i konsumpcją towarów**

www.eduteka.pl/doc/zagrozenia-dla-srodowiska-wywolywane-wysoka-produkcja-i-konsumpcja-towarow

Nieźrównoważona konsumpcja

www.eea.europa.eu/pl/sygnal42y/sygnaly-2011/artykuly/niezrownowazona-konsumpcja



„Na Ziemi wystarczy dóbr dla zaspokojenia potrzeb wszystkich, ale nie wystarczy dla zaspokojenia ich chciwości”.

Mahatma Gandhi

Załącznik nr 1**ŚWIADECTWO Z ZAMBII**

Mówi dr Adabayo Adedeji z Afrykańskiego Ośrodka Strategii Rozwoju w Nigerii*:

Zambijska kobieta przyprowadziła do lekarza dwoje dzieci. Jedno miało 3 lata, drugie 13. Obydwoje byli bardzo chorzy.

Lekarz wypisał recepty. Kobieta podziękowała i wyszła. Nieco później przy przypadkowym spotkaniu lekarz zapytał o zdrowie dzieci. Kobieta odpowiedziała, że młodsze dziecko zmarło. Wytłumaczyła, że miała za mało pieniędzy na leki dla dwojga, więc kupiła tylko dla starszego. Ono szybko wyzdrowiało, ale matka musiała bezsilnie patrzeć, jak umiera jej młodsze dziecko.

To jest prawdziwa historia. Na całym świecie ludzie, którzy nie mają ani pracy, ani zasiłku, codziennie stają przed takimi wyborami.

ŚWIADECTWO Z BURUNDI

Mówi Alicja Kajak, polska misjonarka świecka i pielęgniarka**:

W latach 2001-2005 pracowałam w Burundi. W tym czasie z powodu wojny i suszy panowała tam wyjątkowa nędza i głód. Byłam odpowiedzialna m.in. za dwa ośrodki terapeutyczne, ukierunkowane na leczenie chorób głodowych. Otaczano w nich opieką stacjonarną niedożywione kobiety dzieci. Inne organizacje wysyłały w teren ambulanse, by wyszukiwać zagłodzone dzieci, które następnie były przywożone do ośrodków.

Spotkałam się z wieloma przypadkami, że w rodzinie znajdowano jedno dziecko z objawami zaawansowanej choroby głodowej, podczas gdy pozostałe dzieci były zdrowe i dobrze odżywione. Najczęściej wychowywały je samotne matki - głównie wdowy po mężach zamordowanych w czasie wojny.

W takich przypadkach zabierano do ośrodka matkę z pozostałymi dziećmi. Z rozmów z nimi wynikało, że z braku dostatecznej ilości żywności musiały dokonać dramatycznego wyboru, które dzieci dostaną jeść. Nie mogły postąpić inaczej. Przystawały karmić dzieci słabsze, chore, aby ratować pozostałe dzieci i nie skazywać ich na chroniczne niedożywienie i powolną śmierć głodową.

* Dr Adebayo Adedeji - polityk nigeryjski, sekretarz wykonawczy Komisji Gospodarczej ONZ ds. Afryki w latach 1975-1978, zastępca Sekretarza Generalnego ONZ w latach 1978-1991. Założyciel i dyrektor wykonawczym Afrykańskiego Ośrodka Rozwoju i Studiów Strategicznych (ACDESS) od 1991 roku do dzisiaj.

** Alicja Kajak - pochodzi z Poznania, gdzie obecnie mieszka. Przez 15 lat pracowała w Afryce (Kamerun, Tunezja, Burundi).

WARSZTAT 2

HANDEL WOLNY CZY SPRAWIEDLIWY?

Czas trwania
1,5 godziny

Grupa docelowa
dorośli i młodzież 15+,
grupa składająca się z ok.
20-30 uczestników

**Materiały i środki
dydaktyczne**

- plansza lub slajd z definicją Sprawiedliwego Handlu;
- plansza lub slajd, albo koperty z wydrukowanymi na papierze poszczególnymi słowami i zwrotami z definicji Sprawiedliwego Handlu (tak dużą czcionką, by naklejone w trakcie pracy grupy na arkusze były czytelne dla całej grupy; ilość kompletów zależy od wielkości grupy);
- plansza lub slajd z porównaniem Sprawiedliwego Handlu i handlu konwencjonalnego;
- tablica do pisania lub flipchart i flamastry;
- duże arkusze papieru, flamastry i klej (po jednym komplecie dla każdej grupy);
- materiały do mocowania arkuszy papieru (na ścianie czy na rozciągniętym sznurku, aby były widoczne dla całej grupy);
- komputer i rzutnik multimedialny (o ile będą wyświetlane materiały);
- drzewo decyzyjne powielone dla uczestników (opcjonalnie).

Cele i założenia

Uczestnicy poznają:

- międzynarodową definicję Sprawiedliwego Handlu;
- wartości, na jakich się opiera Sprawiedliwy Handel;
- różnicę między Sprawiedliwym Handlem a handlem konwencjonalnym.

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Wprowadzenie: 5 minut

Opierając się na Wprowadzeniu (zob. str. 10) przekaz grupie podstawowe informacje o Sprawiedliwym Handlu i poinformuj uczestników, na czym będzie polegać praca z definicją Sprawiedliwego Handlu.

2. Praca w zespołach: 20 minut

W zależności od wielkości grupy uczestnicy zajęć dzielą się na 4-5 zespołów roboczych po 3-6 osób. Każdy zespół otrzymuje duży arkusz papieru i flamastry oraz:

- dostaje klej i kopertę z pomieszanymi słowami i zwrotami, pochodzącymi z definicji Sprawiedliwego Handlu, lub;
- ogląda planszę/slajd z tymi słowami (powinny być widoczne przez całą czas pracy z definicją).

Przedstaw zadanie dla zespołów:

Na ekranie widzicie (albo: w kopercie znajdują się pocięte kartki, na których są) słowa i zwroty, pochodzące z definicji Sprawiedliwego Handlu:

- Sprawiedliwy Handel
- konwencjonalny handel międzynarodowy
- partnerstwo w handlu
- opierające się na
- dialog
- przejrzystość
- podnoszenie świadomości
- szacunek
- wspieranie producentów
- aktywnie angażują się
- marginalizowani producenci i pracownicy
- zrównoważony rozwój
- szczególnie na Południu
- dąży
- wspierane przez konsumentów

- większa równość w handlu międzynarodowym
- przyczynia się
- zmiana zasad i praktyk
- oferowanie lepszych warunków handlowych
- organizacje Sprawiedliwego Handlu
- kampanie na rzecz

Przeanalizujcie te słowa, a następnie spróbujcie utożyc z nich definicję, określającą istotę Sprawiedliwego Handlu. Zapiszcie ją (naklejcie poszczególne zwroty) na dużym arkuszu papieru. W razie potrzeby możecie łączyć je spójnikami i zmieniać końcówki gramatyczne. Na wykonanie zadania macie 15 (20) minut.

Po wykonaniu zadania sprawozdawcy wybrani przez grupy prezentują opracowane definicje całej grupie.

Po zakończeniu prezentacji uczestnicy głosują, która definicja jest najbardziej czytelna i ich zdaniem może najlepiej odpowiadać oryginałowi.

3. Dyskusja kierowana: 5 minut

Porównaj zwycięską definicję (ewentualnie i pozostałe definicje) z definicją międzynarodową na z planszy lub slajdzie i omów różnice.

Udzielaj głosu uczestnikom, podsumuj komentarze, w razie potrzeby ukierunkuj dyskusję poprzez pytania, wspierając uczestników, którzy napotykają trudności w formułowaniu swoich myśli.**

4. Wartości Sprawiedliwego Handlu: 5 minut

Uczestnicy swobodnie wypowiadają się na temat wartości, na których zgodnie z definicją opiera się Sprawiedliwy Handel. Uzupelnij ich wypowiedzi, w razie potrzeby ukierunkuj dyskusję, poinformuj o podstawowych zasadach Sprawiedliwego Handlu (patrz Rozdział 2: Wprowadzenie).

5. Handel konwencjonalny. Burza mózgów: 15 minut

Grupa wspólnie poszukuje wartości i sposobów działania, na których opiera się handel konwencjonalny:

- poproś jedną osobę, by zapisywała na tablicy/arkuszu papieru hasta, proponowane przez uczestników, bez ich oceniania i selekcji;
- grupa wspólnie zdecyduje, które propozycje pozostawić, reszta zostanie wytarta z tablicy/wykreślona z arkusza;
- uzupełnij informacje o handlu konwencjonalnym oraz wartościach i zasadach działania, którymi się kieruje.

6. Który rodzaj handlu lepiej służy człowiekowi? Dyskusja kierowana: 15 minut

Wywieś planszę lub wyświetl slajd z tabelą, porównującą Sprawiedliwy Handel i handel konwencjonalny (zob. materiały na stronie www.sprawiedliwyhandel.pl). Poproś uczestników, aby wypowiedzieli się na ten temat; ciekawsze refleksje mogą być notowane na tablicy.



7. Podsumowanie: 15 minut (opcjonalnie)

Zaproponuj uczestnikom, by dokonali podsumowania spotkania: Wyobraźcie sobie, że jesteście przedstawicielami handlu i macie do wyboru działalność na zasadach handlu konwencjonalnego i Sprawiedliwego Handlu. Przeanalizujcie skutki pozytywne i negatywne przyjęcia danego rozwiązania. Podejmijcie ostateczną decyzję, kierując się określonymi celami i wartościami. Swoje refleksje zapiszcie na drzewie decyzyjnym**.

Wskazówki dla prowadzącego

W "pniu" drzewa należy wpisać, na czym polega problem decyzyjny, czyli w jakiej sprawie trzeba podjąć decyzję. Następny poziom to "gałęzie", gdzie wpisuje się możliwe rozwiązania problemu. Nasz schemat ma trzy "gałęzie", ale można wypełnić tylko dwie, albo dorysować następne. W "koronie" drzewa należy określić cele i wartości, którymi kieruje się osoba/grupa podejmująca decyzję. Stanowią one zarazem kryterium oceny rozważanych możliwości. Trzeci i czwarty poziom to miejsce na rozpisanie dobrych i złych (osobno!) konsekwencji poszczególnych wariantów rozwiązania problemu.

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie projektu

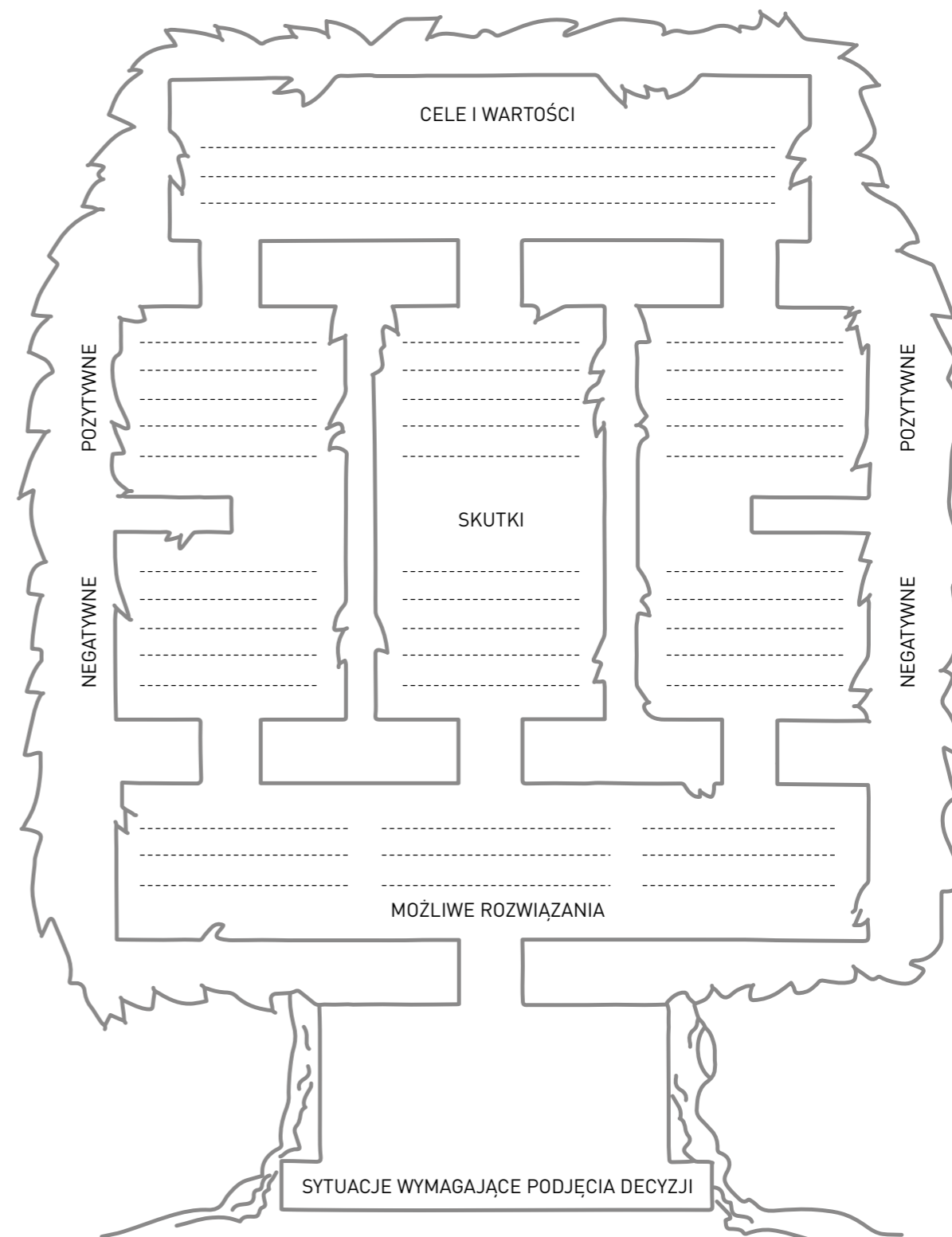
- słowa i zwroty z definicji Sprawiedliwego Handlu;
- plansza lub slajd z porównaniem Sprawiedliwego Handlu i handlu konwencjonalnego;
- drzewo decyzyjne.



* Zob. np. „Metody dyskusji”: www.ceo.org.pl/pl/koss/news/aktywizujace-metody-nauczania#Dyskusja

** Zob. np. „Drzewo decyzyjne”: https://pl.wikipedia.org/wiki/Drzewo_decyzyjne

Załącznik 1



Warsztat 3

KARTA ZASAD SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Czas trwania
1,5 godziny

Grupa docelowa
dorośli i młodzież 15+

Optymalna wielkość grupy:
25 osób podzielonych na
5 zespołów **5**-osobowych,
pracujących techniką
„jigsaw” (układanka-puzzle).

**Materiały i środki
dydaktyczne**

- papier do pisania i długopisy dla wszystkich uczestników spotkania;
- kartki z instrukcjami dla zespołów eksperckich;
- kolorowe kartki;
- flamastry;
- duże arkusze papieru;
- podzielona na części Karta Zasad Sprawiedliwego Handlu – kopie materiałów (mogą być w 5 kolorach) dla 5 zespołów.

Cele i założenia

- Zapoznanie uczestników z Kartą Zasad Sprawiedliwego Handlu (*Charter of Fair Trade Principles*), poznanie różnych nurtów SH.
- Ukazanie zasad i pozytywnych działań międzynarodowego ruchu Sprawiedliwego Handlu na rzecz producentów, pracowników najemnych i społeczności lokalnych w krajach ubogiego Południa.
- Głębsze poznanie wartości i zasad, którymi kieruje się Sprawiedliwy Handel.

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Wprowadzenie: 5 minut

Zapoznaj uczestników z tematem i celami spotkania oraz w kolejnych etapach przedstaw sposób realizacji zadań.

Karta Zasad Sprawiedliwego Handlu jest jednym z ważniejszych dokumentów ruchu Sprawiedliwego Handlu. Została podpisana w roku 2009 przez Światową Organizację Sprawiedliwego Handlu (*World Fair Trade Organisation* – WFTO) oraz *Fairtrade International* – dwie najważniejsze organizacje certyfikujące Sprawiedliwego Handlu, reprezentujące dwa odrębne jego nurty: certyfikacji organizacji i zintegrowanego łańcucha dostaw oraz certyfikacji produktów. Karta stanowi punkt odniesienia dla całego ruchu, wyjaśnia jego zasady oraz opisuje dwa nurty, w ramach których są one realizowane. Karta jest podstawą dialogu i współpracy pomiędzy organizacjami Sprawiedliwego Handlu, a także między tymi organizacjami i innymi podmiotami, aby Sprawiedliwy Handel mógł w pełni rozwijać swój potencjał dla zapewnienia większej równości w handlu międzynarodowym.

1. Praca w grupach: 20 minut

Podziel grupę na pięć zespołów po pięć osób, które będą pracować równolegle. Każdemu zespołowi przydziel fragment Karty do przeanalizowania. Uczestnicy zespołu dokładnie poznają swój temat – stają się „ekspertami” w swojej dziedzinie.

Zadania dla zespołów

Grupa A: Wprowadzenie i Wspólna wizja;

Grupa B: Definicja Sprawiedliwego Handlu (jeśli nie jest planowana do omówienia omawiana na innych zajęciach) oraz Zasady podstawowe;

Grupa C: Dodatkowy wymiar Sprawiedliwego Handlu w zakresie praw pracowniczych – część tekstowa;

Grupa D: Dodatkowy wymiar Sprawiedliwego Handlu w zakresie praw pracowniczych – tabela;

Grupa E: Realizacja – różne podejścia do Sprawiedliwego Handlu oraz Unikalność Sprawiedliwego Handlu.

Materiał można też podzielić na mniej lub więcej części, wówczas każdy zespół powinien liczyć przynajmniej tylu uczestników, ile jest zespołów. Ważne jest, aby każdy uczestnik w każdym zespole był na tyle zaznajomiony z treścią fragmentu Karty, przydzielonego jego zespołowi, aby był w stanie przekazać samodzielnie swoją wiedzę uczestnikom z innych zespołów.

Wprowadzenie prowadzącego

Jesteście zespołami ekspertów. Waszym zadaniem jest zapoznanie się z otrzymanymi materiałami źródłowymi. Przeanalizujcie je, ustalcie, jakie informacje są w nich zawarte, wyjaśnijcie niezrozumiałe zagadnienia (w razie problemów zwróćcie się o pomoc do prowadzącego), zróbcie sobie notatki, a następnie przygotujcie ustną prezentację efektów Waszej pracy, ponieważ po wykonaniu zadania stworzycie nowe zespoły, w których każdy uczestnik będzie ekspertem, który zaprezentuje zdobytą teraz wiedzę. Pamiętajcie o zasadach pracy grupowej. Na wykonanie zadania macie 10 minut. Powodzenia!

2. Wymiana uczestników grup: 15 minut

Po upewnieniu się, że materiał został zrozumiany i opanowany, dokonaj wymiany uczestników zespołów tak, aby w każdym nowo utworzonym zespole był jeden przedstawiciel z każdego zespołu eksperckiego (A, B, C, D, E). W nowych zespołach każdy „ekspert” kolejno uczy innych swojego tematu, prezentując to, czego się dowiedział na poprzednim etapie.

Wprowadzenie prowadzącego

Każdy z Was jest ekspertem w dziedzinie, nad którą pracowaliście poprzednio w zespołach eksperckich. Teraz musicie zapoznać się z całością materiału (A, B, C, D, E), przekazując sobie nawzajem zdobytą wiedzę. Każdy uczestnik nowego zespołu przedstawi swoją prezentację tak, aby była ona zrozumiała dla innych. Po wykonaniu zadania wróćcie do swoich poprzednich zespołów. Na wykonanie zadania macie 10 minut. Powodzenia!

3. Tworzenie mapy pamięci: 15 minut

Eksperci wracają do swoich pierwotnych zespołów i wspólnie omawiają poznany temat, konfrontują poznane treści, uzupełniają zdobyte informacje, tworząc na dużym arkuszu mapę pamięci (mapy myśli, mind map). Wyjaśnij uczestnikom technikę jej tworzenia.

4. Podsumowanie i refleksja: 20 minut

Przedstawiciele zespołów eksperckich prezentują całej grupie mapę pamięci swojego zespołu. Pomóż im podsumować temat spotkania, kierując pytania do uczestników, a następnie dokonaj podsumowania prezentowanej problematyki i pracy uczestników. Opcjonalnie możesz też zadać temat pracy domowej: „Dlaczego Sprawiedliwy Handel?”



Inspiracje dla prowadzącego



Międzynarodowa Organizacja Pracy

www.mop.pl
www.ilo.org



Metoda jigsaw (z ang. układanka, puzzle)

<http://zso4lublin.pl/data/mp/377/metodajigsaw.pdf>
<http://republika.pl/zsz1brzeg/pub/jigsaw.doc>



Mapa pamięci (mapa myśli):

https://pl.wikipedia.org/wiki/Mapa_my%C5%9Bli
<http://www.mapy-mysli.com>

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie na stronie projektu

- Karta Zasad Sprawiedliwego Handlu (po polsku)
- Karta zasad Sprawiedliwego Handlu z podziałem na fragmenty do wydruku.



„Czujemy, że nasza działalność to tylko kropla w oceanie. Ale bez niej ocean byłby uboższy.”

Matka Teresa z Kalkuty

WARSZTAT 4

JAK DZIAŁA SPRAWIEDLIWY HANDEL

Cele i założenia

- Wyjaśnienie, w jaki sposób Sprawiedliwy Handel zmienia życie drobnych producentów oraz społeczności w krajach ubogiego Południa.
- Nauczenie uczestników, jak odróżniać produkty Sprawiedliwego Handlu od konwencjonalnych.
- Przeanalizowanie, jak wybieramy produkty spożywcze.
- Zachęcenie uczestników do wybierania w czasie zakupów produktów Sprawiedliwego Handlu.
- Wyjaśnienie, w jaki sposób wszyscy jesteśmy od siebie zależni.

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Wprowadzenie: 15 minut

Zapytaj uczestników, czy w ich lokalnych sklepach i supermarketach można znaleźć produkty Sprawiedliwego Handlu oraz czy potrafią je odróżnić od produktów konwencjonalnych.

2. Świat w torbie na zakupy: 40 minut

Każda grupa dostaje torbę na zakupy z mniej więcej pięcioma produktami (zob. załącznik 1). Uczestnicy tworzą i wypełniają tabelkę (zob. załącznik 2 – możesz ją narysować na tablicy lub wyświetlić na ekranie jako przykład). Wpisują kraj pochodzenia każdego produktu oraz wymieniają dwa powody, dlaczego niektóre zostały dostarczone z tak daleka. Odszukują na etykietach kraj pochodzenia każdego produktu i próbują odróżnić, które z nich pochodzą ze Sprawiedliwego Handlu. Zwiększa to wiedzę uczestników na temat pochodzenia naszej żywności. Następnie grupy przedstawiają wyniki swej pracy, dyskutują nad nimi, mówią, jak rozpoznali produkty Sprawiedliwego Handlu oraz za pomocą naklejki zaznaczają na mapie kraj pochodzenia każdego produktu.

3. Współzależność: 20 minut

Spytaj uczestników, czym do tej pory kierowali się przy wyborze produktów w sklepie. Zapisz ich wypowiedzi na tablicy, aby można było do tego wrócić później. Następnie przeczytaj na głos poniższy cytat albo napisz go na tablicy lub wyświetl na ekranie:

Zanim rano skończysz jeść śniadanie, już będziesz zależny od połowy świata. Nie będziemy mieć pokoju na ziemi, dopóki nie uznamy tego podstawowego faktu.

Martin Luther King

Czas trwania
1,5 godziny

Grupa docelowa
Dorośli i młodzież 15+

Materiały i środki dydaktyczne:

- 4 torby na zakupy;
- 20 produktów spożywczych, ewentualnie ich zdjęcia (patrz Załącznik 1 – przykładowa lista), w tym możliwie jak najwięcej produktów z różnymi znakami certyfikacyjnymi Sprawiedliwego Handlu oraz produktów bez oznaczeń, ale pochodzących od certyfikowanych organizacji Sprawiedliwego Handlu (informacja powinna być w opisie na etykiecie);
- tablica lub flipchart oraz przybory do pisania;
- mapa świata;
- papier i przybory do pisania dla uczestników;
- znaki certyfikacyjne Sprawiedliwego Handlu (patrz str. 106) wydrukowane lub do wyświetlenia;
- slajd z tabelką do wypełnienia;
- slajd z cytatem z wypowiedzi Martina Luthera Kinga;
- komputer i rzutnik (opcjonalnie);
- karteczki samoprzylepne.

Zapytaj grupę, jak rozumieją te słowa. Kiedy uczestnicy skończą omawiać cytat, zapytaj grupę, jakich produktów nie możemy uprawiać w naszym kraju (herbata, kawa, kakao, banany, ananasy, pomarańcze, ryż itd.).

Zapytaj grupę o produkty, które dzisiaj jedli, oraz skąd one pochodzą. Zrób listę na tablicy.

Poproś uczestników, aby wybrali jeden produkt z listy, wyobrazili sobie jego cykl życia oraz zapytaj, ile ludzi może być zaangażowanych w wyprodukowanie i przetransportowanie tego produktu z kraju pochodzenia do nas, konsumentów. Spytaj, czy ich zdaniem jest to odpowiednio odzwierciedlone w cenie produktu.

W końcu spytaj, czy kierowanie się przy wyborze produktów ceną, ewentualnie ich jakością (zapewne takie były zapisane na tablicy kryteria ich wyborów) uwzględnią ich zdaniem te współzależności.

Na koniec zaprezentuj grupie znaki certyfikacyjne Sprawiedliwego Handlu (wystarczą najbardziej popularne, pojawiające się na rynku polskim: *Fairtrade*, *Naturland Fair* oraz *fair for life*, chyba że masz dużo czasu, wtedy zaprezentuj i inne) oraz wyjaśnij, że produkty pochodzące od certyfikowanych organizacji Sprawiedliwego Handlu z reguły nie mają żadnego znaku, natomiast odpowiednia informacja powinna być na etykiecie*.

Wskaż uczestnikom, gdzie takie produkty mogą nabyć w swoim miejscu zamieszkania, a także poinformuj o sklepie internetowym na stronie www.sprawiedliwyhandel.pl, który ma najszerszą ofertę w Polsce. Możesz też wydrukować uczestnikom z tej strony ulotki z informacją o Sprawiedliwym Handlu.

Wskazówki dla prowadzącego

Skieruj uwagę grupy na następujące kwestie:

- jak bardzo wszyscy jesteśmy od siebie zależni;
- skąd wynika potrzeba handlu z innymi krajami i dlaczego powinniśmy handlować uczciwie;
- dlaczego handel jest tak ważny we współzależnym świecie;
- jak bardzo jesteśmy zależni od krajów rozwijających się, jeśli chodzi o żywność, którą spożywamy.

Zakończenie: 10 minut

Przeprowadź ogólną dyskusję na temat problemów poruszonych podczas tych warsztatów.

Podsumowanie: 5 minut

Daj wszystkim uczestnikom karteczki samoprzylepne i poproś ich o zapisanie jednej zaskakującej rzeczy, której nauczyli się podczas warsztatu. Poproś o przyklejenie karteczek do tablicy i zapoznanie się z kartkami innych uczestników przed opuszczeniem sali.

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie na stronie projektu

- tabelka do wypełnienia przez uczestników - do wydruku lub wyświetlenia;
- cytatem z wypowiedzi Martina Luthera Kinga - do wydruku lub wyświetlenia;
- znaki certyfikacyjne Sprawiedliwego Handlu;
- ulotka o Sprawiedliwym Handlu.



Załącznik 1

Proponowane produkty do toreb

Jeśli nie jesteś w stanie kupić wymienionych lub podobnych produktów, możesz użyć obrazków z etykietami, wydrukowanych z Internetu. Ważne jest, byś dobrał powszechnie dostępne produkty z możliwie wielu krajów. Oto propozycje na podstawie przeglądu artykułów dostępnych w supermarketach. Część z nich można również kupić w sklepie Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu.

Pierwsza torba

- masło - Polska, Dania
- banany - Chile, Kostaryka, Kamerun
- ryż - Indie, Tajlandia, Kambodża
- sardynki w puszcze - Tajlandia, Maroko
- sok z mango - Filipiny

Druga torba

- cukier - Polska
- pomarańcze - Cypr, Hiszpania
- herbatniki Petit Beurre - Turcja
- rodzynki - Chile
- kawa - Etiopia

Trzecia torba

- płatki owsiane - Polska
- makaron - Włochy
- ananas - Kostaryka
- kakao - Boliwia
- kasza jagłana - Ukraina

Czwarta torba

- chleb - Polska
- sardynki w puszcze - Tajlandia, Maroko
- herbata - Sri Lanka, Indie
- śliwki suszone - USA
- daktyle - Egipt

Inne przykładowe produkty zagraniczne, dostępne w polskich sklepach:

- łosoś - Norwegia
- tilapia - Chiny, Panama
- panga - Chiny
- tuńczyk w puszcze - Tajlandia, Wietnam, Mauritius
- wędliny - Włochy, Niemcy, Hiszpania
- sery twarde - Holandia, Anglia, Dania, Grecja
- ocet winny - Włochy

- młode ziemniaki - Izrael, Hiszpania
- oliwki - Hiszpania, Włochy, Grecja
- cytryny - Hiszpania
- mandarynki - Turcja
- bazylija - Egipt
- cukier trzcinowy - Mauritius, Ekwador
- czekolada - Szwajcaria
- pasta czekoladowa - Holandia
- herbatniki - Chorwacja, Turcja
- wafle - Niemcy
- chrupki - Niemcy

Uwaga: W bardzo wielu przypadkach nie ma możliwości, aby dowiedzieć się, z jakiego kraju pochodzi dany produkt. Na etykietach egzotycznych produktów z handlu konwencjonalnego znajdziemy mylące lub nic nie mówiące informacje, jak np. „Wyprodukowano dla...”, „Importer...”, „Dystrybutor...” po czym następuje informacja o firmie polskiej. Możemy się też dowiedzieć, że w Polsce „wyprodukowano” kakao, ryż, sok pomarańczowy itp. Na kawach czy herbatkach znajdziemy informację, że są to mieszanki najlepszych gatunków z różnych kontynentów, a sok pomarańczowy ma smak „prosto z raju”. Z kolei na innych produktach (np. miodzie) znajdziemy informację, że jest to „mieszanka z różnych krajów Unii Europejskiej i spoza Unii Europejskiej”.

Takie formułowanie informacji może być w wielu wypadkach celowe, gdyż ujawnienie pochodzenia wielu produktów może wzbudzać różne uzasadnione wątpliwości u świadomych konsumentów.



Załącznik 2

Tabela do wypełnienia przez uczestników

Skąd pochodzą twoje produkty?		
Nazwa produktu	Kraj pochodzenia	Produkt Sprawiedliwego Handlu?
Przedstaw dwa powody, dlaczego niektóre z twoich produktów pochodzą z tak daleka:		



Jedyny w Polsce sklep oferujący wyłącznie produkty Sprawiedliwego Handlu mieści się w Poznaniu przy ul. Poznańskiej 25. Można tu znaleźć setki znakomitych egzotycznych i ekologicznych produktów spożywczych. Sklep prowadzi Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu. Jest to również punkt informacyjny dla wszystkich zainteresowanych działalnością Stowarzyszenia oraz miejsce spotkań jego wolontariuszy. Zdjęcie: Elżbieta Korsak



* Organizacje te mogą postugiwać się logo WFTO w swoich materiałach. W roku 2013 wprowadzono możliwość umieszczania go także na produktach. Jednak ten proces dopiero się rozpoczął i na razie zetknięcie się z tym znakiem na naszym rynku jest mało prawdopodobne. Taką możliwość uzyskało dopiero kilkanaście organizacji na świecie, w tym zaledwie dwie z Europy (jedną z nich jest People Tree Ltd z Wielkiej Brytanii, drugą - niemiecka organizacja El Puente, której produkty są dostępne także w Polsce). Aby znak ten stał się dostępny dla konsumentów, trzeba zaprojektować i wyprodukować nowe opakowania dla setek produktów, co będzie następowało sukcesywnie w miarę wyczerpywania się starych zapasów. Czytaj więcej: www.wfto.com – WFTO Brand & Label (ang.)



WARSZTAT 5

ZNAJOMOŚĆ PROCESU

Cele i założenia

- Poznanie procesu produkcji codziennie używanych produktów spożywczych.
- Przeanalizowanie związku między handlem a konsumpcją etyczną.

PRZEBIEG WARSZTATU

Spotkanie 1

Podziel grupę na 4 zespoły. Rozdaj im tabelkę z Załącznika nr 1 lub wyświetl ją na ekranie. Poproś uczestników, by spróbowali ją wypełnić, wpisując poszczególne etapy produkcji, przetwórstwa i sprzedaży kawy, bawełny, herbaty i kakao. Możesz też przydzielić każdy produkt innemu zespołowi.

Po zakończeniu zadania rzecznicy zespołów prezentują efekty ich pracy. Wyświetl lub rozdaj uczestnikom Załącznik 2, aby mogli porównać z nim swoje odpowiedzi. Grupa omawia wyniki. Pomocą mogą być pytania:

Jaki jest twój poziom wiedzy na temat procesu produkcji tych produktów?

Które etapy procesu pominąłeś?

Jak myślisz, dlaczego je pominąłeś?

Czy możesz znaleźć wytłumaczenie dla swojej niewiedzy?

Spotkanie 2

W ramach kolejnego spotkania uczestnicy podzieleni na zespoły przygotowują pytania do ankiety. Jej celem jest zebranie informacji o poziomie zainteresowania społeczności lokalnej Sprawiedliwym Handlem i jego produktami, omawianymi na poprzednim spotkaniu. Optymalne jest wykonywanie tego ćwiczenia w zespołach po cztery osoby, aby jedna osoba przypadała na jeden produkt, choć liczebność zespołu może być też większa.

Ankiety należy przeprowadzić w miejscach sprzedaży omawianych produktów (w sklepach, kawiarniach, restauracjach, na targowiskach itp.).

Po spotkaniu uczestnicy w dogodnym dla siebie czasie przeprowadzają ankietę w przynajmniej trzech różnych miejscach wśród możliwie wielu osób (klientów, sprzedawców, właścicieli, kierownictwa, służb porządkowych itp.), aby zebrać jak najwięcej danych.

Spotkanie 3

Po przeprowadzeniu ankiety zespoły opracowują dane i wymieniają się wynikami. Dyskusja na temat zbierania informacji też może być interesująca. Na końcu cała grupa przedyskutuje poniższe pytania:

Czas trwania
3 spotkania po 1 godz.

Grupa docelowa
Dorośli i młodzież 15+
Grupa powinna liczyć 10-20 osób.

Materiały i środki dydaktyczne:

- papier do pisania;
- długopisy;
- kopie Załącznika 1 i Załącznika 2;
- komputer, rzutnik i ewentualnie dostęp do Internetu w razie potrzeby pokazania zdjęć czy filmów, aby zilustrować jakies zagadnienie.



Zbiór owoców kakao. Dominikana, spółdzielnia rolna Conacado, certyfikowana w systemie Fairtrade. Większość ziarna kakaowego dostarczają na rynek światowy cztery kraje Afryki zachodniej (ok. 50% - Wybrzeże Kości Słoniowej), gdzie szeroko wykorzystywana jest niewolnicza praca dzieci, porywanych w krajach sąsiednich i sprzedawanych na plantacje. W spółdzielniach Sprawiedliwego Handlu praca przymusowa i dziecięca jest zakazana, zaś pracownicy otrzymują godziwe wynagrodzenia, dzięki czemu ich dzieci mogą chodzić do szkoły, zamiast pracować na roli. Zdjęcie: archiwum El Puente

Zdjęcie: archiwum El Puente

- Ile osób słyszało cokolwiek o Sprawiedliwym Handlu? Czy to was zaskoczyło?
 Ile osób zna głębiej zasady Sprawiedliwego Handlu i wie coś o ludziach, którzy w nim uczestniczą?
 Dlaczego niektórzy ludzie mogą wiedzieć o Sprawiedliwym Handlu więcej, niż inni?
 Czy jest ważne, aby ludzie poznali Sprawiedliwy Handel? Dlaczego tak albo dlaczego nie?
 Co możemy zrobić, aby pogłębić zaangażowanie ogółu społeczeństwa w Sprawiedliwy Handel?

4. Podsumowanie

Spróbuj ocenić wspólnie z grupą:

1. Wiedzę uczestników w zakresie omawianych zagadnień na początku i po zrealizowaniu warsztatu.
2. Zdolność do pogłębienia zagadnień związanych z ćwiczeniem.
3. Inicjatywę uczestników w zakresie opracowania i przeprowadzenia ankiet.
4. Kreatywność w realizacji zaproponowanych zadań.
5. Pokonywanie problemów ze zdobywaniem informacji.

UWAGI DLA PROWADZĄCEGO

Wypełniona tabela dla prowadzącego z etapami produkcji (Załącznik 2) zawiera pewne uproszczenia, np. pominięto transport pomiędzy poszczególnymi etapami produkcji, magazynowanie, wielokrotną sprzedaż i kupowanie surowca przez pośredników, spekulacje giełdowe, handel hurtowy gotowymi produktami itp. itd. Wymienione są tylko najważniejsze etapy drogi od producenta do konsumenta.

W trakcie przygotowywania i realizacji tego warsztatu może pojawić się kilka problemów:

Mała ilość dostępnych informacji o analizowanych produktach. Trzeba wykonać dogłębną analizę procesu ich produkcji, ponieważ ma on wiele etapów i angażuje wiele osób. To ćwiczenie pomaga uczestnikom uświadomić sobie, jak długi jest proces produkcji i handlu produktami codziennego użytku.

Brak wiedzy wśród uczestników o procesie produkcji wybranych artykułów i o Sprawiedliwym Handlu.

Prowadzący może potrzebować dodatkowego szkolenia albo ogólnych informacji dotyczących założeń i produktów Sprawiedliwego Handlu.

ZAŁĄCZNIK 1

Tabela do wypełnienia przez uczestników

	KAWA	BAWEŁNA	HERBATA	KAKAO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				

Załącznik 2

Tabela z informacjami dla prowadzącego

	KAWA	HERBATA	KAKAO	BAWEŁNA
1	Produkcja sadzonek, sadzenie i uprawa	Produkcja sadzonek, sadzenie i uprawa	Produkcja sadzonek, sadzenie i uprawa	Produkcja sadzonek, sadzenie i uprawa
2	Zbiór owoców	Zbiór liści	Zbiór owoców	Zbiór torebek nasiennych
3	Łuskanie (na sucho lub na mokro), fermentacja i usuwanie osnówki, mycie, suszenie	Więdnięcie	Rozcinanie owoców, wydobycie ziaren i miąższu, fermentacja	Odziarnianie włókien i oczyszczanie z zanieczyszczeń
4	Usuwanie otoczki pergaminowej, klasyfikacja oraz sortowanie ziaren wg wielkości i wagi.	Zgniatanie, rwanie i rolowanie	Suszenie, sortowanie i prażenie	Zgrzeblenie, przędzenie i uszlachetnianie (merceryzacja)
5	Pakowanie w worki	Przesiewanie na sitach, sortowanie i utlenianie (tzw. fermentacja)	Łuskanie ziaren, mielenie, odtłuszczenie – uzyskanie półproduktu, którym jest kuchenka kakaowa	Tkanie lub dzianie, obróbka: opalenie lub strzyżenie, dekatyzacja, odtłuszczenie, wybielanie, farbowanie i suszenie
6	Palenie, ew. mielenie.	Suszenie, pobieranie próbek i paczkowanie.	Przetwórstwo (np. produkcja proszku kakaowego, czekolady itp.)	Cięcie i zwijanie w bele.
7	Paczkowanie	Paczkowanie	Paczkowanie	Szycie i pakowanie
8	Sprzedaż detaliczna	Sprzedaż detaliczna	Sprzedaż detaliczna	Sprzedaż detaliczna
9	Konsumpcja	Konsumpcja	Konsumpcja	Użytkowanie

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie projektu

- tabelka do wypełnienia przez uczestników - do wydruku lub wyświetlenia;
- wypełniona tabelka dla prowadzącego.

Inspiracje dla prowadzącego



Kawa

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Kawa>
<http://filizanka.cba.pl>



Herbata i artykuły powiązane

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Herbata>
<http://www.wykop.pl/ramka/1318615/proces-produkcji-herbaty/>



Kakao

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Kakao>
<http://czekollada.fm.interia.pl/strona7.htm>



Technologia produkcji czekolady

<http://zscps.krzysekkk.com/material/czekolada/czekolada.pdf>



Bawełna (włókno)

[https://pl.wikipedia.org/wiki/bawe%c5%82na_\(w%c5%82%c3%b3kno\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/bawe%c5%82na_(w%c5%82%c3%b3kno))
<http://qelement.pl/jak-powstaje-bawełna-proces-produkcji-w-pigulce>

WARSZTAT 6

KONSUMENCI A SPRAWIEDLIWY HANDEL

Czas trwania:

1,5 godziny

Grupa docelowa:

Dorośli i młodzież 15+

Materiały i środki dydaktyczne:

- zdjęcia roślin, rosnących na plantacjach: kawy, herbaty, kakao i mango;
- opakowania lub dobrej jakości zdjęcia produktów ze Sprawiedliwego Handlu: kawy, herbaty, czekolady i mango suszone;
- mapa świata;
- arkusz pomocniczy dla uczestników (patrz załącznik na końcu warsztatu);
- dwie paczki herbaty: ze Sprawiedliwego Handlu i z handlu konwencjonalnego;
- filmy na YouTube;
- karteczki samoprzylepne i tablica lub flipchart z arkuszami papieru.

Cele i założenia

- Przybliżenie uczestnikom informacji na temat wybranych produktów Sprawiedliwego Handlu, takich jak herbata, kawa, czekolada itp., np. o ich pochodzeniu, składzie i jakości;
- Przybliżenie uczestnikom zasad Sprawiedliwego Handlu.
- Pomoc w zrozumieniu korzyści, jakie producentom i ich społecznościom w krajach ubogich zapewnia Sprawiedliwy Handel.

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Skąd pochodzi kawa, herbata i kakao? 20 minut

Rozdaj uczestnikom powielone arkusze z załącznika 1. Poproś ich, by dopasowali zamieszczone w arkuszu zdjęcia roślin uprawnych do pochodzących z nich produktów, których próbki (zdjęcia) przyniosłeś na spotkanie, a następnie by wskazali na mapie kraje ich pochodzenia.

Następnie niech obliczą podział zysku z jednego kilograma kawy oraz jednej filiżanki kawy, ustalając przeciętne znane sobie ceny, pomiędzy rolników a supermarket i kawiarnię (x groszy/złoty oraz procent dla rolnika, dla supermarketu i dla kawiarni), używając arkusza z ceną kawy. Zakładamy, że rolnik w Etiopii za 1 kg ziarna kawy dobrego gatunku otrzymuje ok. 8,50 zł.

Dyskusja

Dlaczego niektóre produkty, używane przez nas na co dzień, pochodzą z odległych krajów?

W którym miejscu łańcucha dostawczego uzyskiwana jest największa wartość dodana?

Dlaczego zysk jest dzielony w ten sposób?

Jakie są tego konsekwencje?

2. Badanie produktów Sprawiedliwego Handlu: 20 minut

Daj uczestnikom do obejrzenia paczki herbaty ze Sprawiedliwego Handlu i z handlu konwencjonalnego. Poproś ich o zanotowanie, jakie informacje o produktach można znaleźć na opakowaniach (np. rodzaj herbaty, skąd pochodzi, kto ją uprawiał, jaka jest jej jakość, co się dzieje z zyskami itd.).

Następnie poproś o wskazanie, czym się różnią oba produkty, oraz o wyszukanie informacji, które dotyczą wyłącznie produktów Sprawiedliwego Handlu.

Dyskusja

Co z punktu widzenia konsumenta sprawia, że produkty Sprawiedliwego Handlu są atrakcyjne?

Dlaczego kwestie etyczne są ważne dla niektórych konsumentów?

Jakie inne czynniki wpływają na konsumentów przy wyborze produktu w sklepie?

3. Oglądamy filmy: 25 minut

Obejrzyjcie wspólnie poniższe filmy na YouTube. Poproś uczestników, aby zwrócili uwagę, jakie korzyści przyniósł Sprawiedliwy Handel producentom oraz ich społecznościom.



0 Sprawiedliwym Handlu opowiada Mallamma Yalawar z Indii (2:11):

www.youtube.com/watch?v=1IKRL-Ojpf4

0 Sprawiedliwym Handlu opowiada Meera Bhattarai z Nepalu (3:07):

www.youtube.com/watch?v=vWW2Hw_T6jc



0 Sprawiedliwym Handlu opowiada Shah Abdus Salam z Bangladeszu (2:54):

www.youtube.com/watch?v=6LiGAqI07Fc

0 Sprawiedliwym Handlu opowiada S.C. Mittal z Indii (2:46):

www.youtube.com/watch?v=hZPnevHipcg

Zachęć grupę do dyskusji na temat filmów i poproś, aby określili pięć korzyści, które przyniósł producentom Sprawiedliwy Handel. Poproś o określenie najważniejszej korzyści i uzasadnienie tego wyboru. Następnie poproś uczestników, by i oni odpowiedzieli na pytania, jakie postawiono bohaterom filmów:

Czym jest dla Ciebie Sprawiedliwy Handel?

Dlaczego ważne jest, aby chronić środowisko naturalne?

W jaki sposób zmiany klimatu wpływają na Twoją społeczność?

Gdybyś mógł porozmawiać z członkiem Parlamentu Europejskiego, co byś mu powiedział na ten temat?

4. Ruchoma debata na temat Sprawiedliwego Handlu: 20 minut

Aby podsumować zdobytą wiedzę, grupa będzie uczestniczyć w ruchomym głosowaniu. Ustal, że jeden koniec sali oznacza „Zgadzam się”, a drugi - „Nie zgadzam się”. Powiedz, że będziesz czytać zdania podawane pod głosowanie, a uczestnicy mają wybrać miejsce w skali od „Zgadzam się” do „Nie zgadzam się”. Jeśli są niezdecydowani, zostają na środku sali. Oto przykłady (możesz też opracować własne):

Obecnie w Polsce ludzie za bardzo martwią się o swoje pieniądze, żeby przejmować się producentami w odległych krajach.

Producenci mają prawo do uczciwej zapłaty za produkty, które uprawiają.

Personelowi w zakładach gastronomicznych nie jest potrzebna wiedza, skąd pochodzą poszczególne produkty i jak są one wytwarzane.

Produkty Sprawiedliwego Handlu w menu tworzą pozytywną atmosferę w kawiarni.

Poproś kilku uczestników o wyjaśnienie, dlaczego wybrali takie, a nie inne miejsce na sali. Po wystąpieniu wypowiedzi spytaj, czy ktoś zmienił swoją opinię i chce zmienić miejsce.

Dyskusja

Możesz zachęcić uczestników do formułowania własnych zagadnień, które zostaną wykorzystane w kolejnych rundach ruchomej debaty.

5. Podsumowanie: 5 minut

Daj każdemu uczestnikowi 2 karteczki samoprzylepne i poproś ich o zapisanie jednej rzeczy, jakiej się nauczyli, i jednej rzeczy, którą odtąd będą robić. Poproś, aby przykleili karteczki do tablicy i zapoznali się z kartkami innych uczestników, zanim opuszczą salę.

Zadanie dla grupy po zakończeniu warsztatu

Zachęć uczestników, aby nakręcili własne krótkie filmy, adresowane do posłów, senatorów oraz członków Parlamentu Europejskiego, w których zawrą swoje wypowiedzi, wzorowane na filmach obejranych w trakcie warsztatu.

Następnie takie filmy mogą zamieścić na YouTube i zawiadomić adresatów wypowiedzi o ich umieszczeniu, albo też wystać za pośrednictwem poczty elektronicznej bezpośrednio na adresy biur poselskich i senatorskich (adresy są dostępne w internecie).

Podobną akcję można adresować np. do:

- Rady Miasta, w której planuje się rozpoczęcie kampanii Miasta przyjaznego dla Sprawiedliwego Handlu, lub w której taka kampania już trwa;
- wybranych sieci handlowych, w których nie ma produktów Sprawiedliwego Handlu.

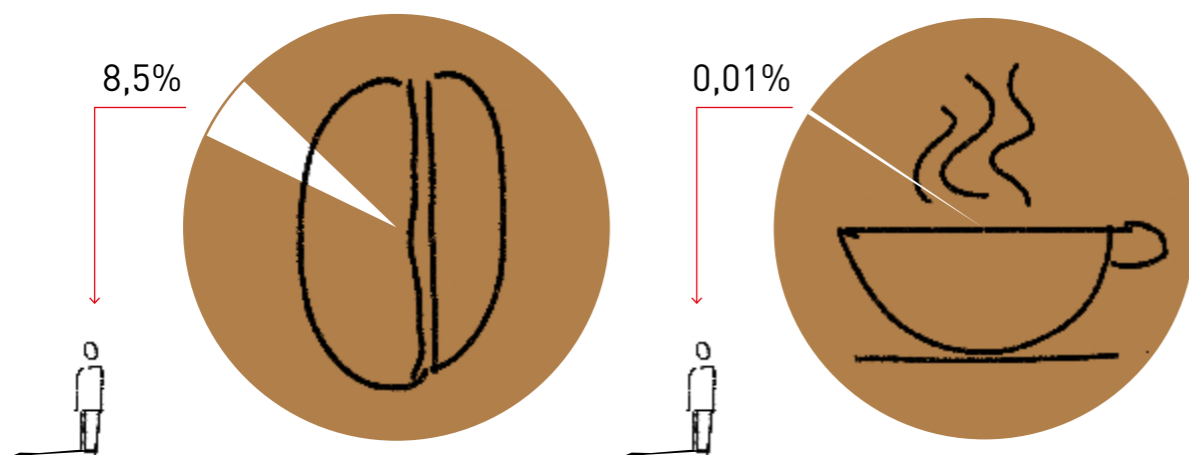
Po wykonaniu zadania grupa może spotkać się ponownie za jakiś czas w celu prezentacji nakręconych filmów, wspólnego ich omówienia oraz przedstawienia reakcji adresatów.

POMOCE DLA PROWADZĄCEGO

1. Ceny kawy

Poniższe zestawienie ukazuje różnicę pomiędzy ceną, jaką otrzymuje rolnik, a ceną, jaką płacimy w Europie za dany produkt, i ukazuje, jak zmienia się cena kawy w łańcuchu dostawczym, zanim dotrze do nas.

- Rolnik w Etiopii dostaje równowartość 8,50 zł za 1 kg ziarna kawy arabki dobrej jakości.*
- Supermarket sprzedaje ją w cenie ok. 100 zł za 1 kg;
- Rolnik dostaje 8,5% ceny z supermarketu.*
- Kawiarnia sprzedaje filiżankę kawy (7 g surowca) za ok. 6 zł, co daje ok. 860 zł za 1 kg;
- Rolnik dostaje 0,01% ceny z kawiarni.*



* Dane te są szacunkowe i mogą się różnić od aktualnych cen ze względu na częste i duże zmiany cen na rynkach światowych, a także różne ceny detaliczne w różnych punktach sprzedaży i za różne marki kawy.

Załącznik 1. Arkusz dla uczestników

PRAWDZIWY KOSZT KAWY

1. Jak wyglądał twój produkt, kiedy był uprawiany?



2. Skąd pochodzi twój produkt?

Nazwa kraju:

Zaznacz ten kraj na mapie:



3. Wymień dwa powody, dlaczego niektóre nasze produkty spożywcze pochodzą z odległych krajów:

- a.
- b.

4. Cena kawy

Rolnik w Etiopii dostaje za surowe ziarna kawy 8,50 zł za kilogram,

- a. Ile płacimy w supermarkecie za paloną kawę mieloną wysokiej jakości?



Cena za kg:

- b. Ile płacimy za kawę w kawiarni?



Cena za filiżankę:



Cena za 1 kg surowca:

(ok. 140 filiżanek z 1 kg surowca)

- c. Podział zysku:

Rolnik dostaje% ceny z supermarketu

Rolnik dostaje% ceny z kawiarni

5. Dlaczego produkty Sprawiedliwego Handlu mogą przyciągać konsumentów?

Inspiracje dla prowadzących



Wykres wzrostu ceny kawy od plantacji do supermarketu i kawiarni (ang.)
<http://www.greenfacts.org/en/agriculture-iaastd/figtableboxes/figure-sr-tm6.htm>

Informacje na temat kawy w systemie Sprawiedliwego Handlu (ang.)
<http://www.fairtrade.net/coffee.html>

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie www.sprawiedliwyhandel.pl w dziale dla nauczycieli

- zdjęcia roślin kawy, herbaty, kakao i bananów, rosnących na plantacjach;
- arkusz pomocniczy dla uczestników.

WARSZTAT 7

Czas trwania

1 godzina

Grupa docelowa

dorośli i młodzież 12+; optymalnie liczba uczestników (do 30 osób) powinna być podzielna przez 5.

Materiały i środki dydaktyczne

- tablica lub flipchart i przybory do pisanie;
- zdjęcia przedstawiające bananowce, plantacje bananów i ludzi, którzy je uprawiają lub prezentacja multimedialna (jest dostępna na stronie projektu);
- komputer i projektor (w przypadku wykorzystania prezentacji);
- banan, talerzyk i nóż - jeden komplet na każdego z pięciu uczestników;
- plansza lub slajd, ukazujący podział dochodów ze sprzedaży bananów w handlu konwencjonalnym (w przypadku zrezygnowania z prezentacji);
- plansza lub slajd, ukazujący podział dochodów ze sprzedaży bananów w Sprawiedliwym Handlu (w przypadku zrezygnowania z prezentacji);
- papier, długopisy.

JAK SPRAWIEDLIWIE PODZIELIĆ BANANA?

Cele i założenia

Uczestnicy poznają:

- warunki pracy ludzi w krajach ubogiego Potudnia na przykładzie plantacji bananów;
- niesprawiedliwość w podziale dochodów w handlu międzynarodowym;
- podstawowe informacji o Sprawiedliwym Handlu w odniesieniu do handlu bananami.

PRZEBIEG SPOTKANIA

Jeśli wykorzystasz prezentację, poszczególne etapy spotkania możesz zilustrować zdjęciami. Jeśli jednak nie ma odpowiednich możliwości technicznych, spotkanie może być równie udane bez niej.

1. Wprowadzenie: 5 minut

Wspólnie z uczestnikami zbierz podstawowe informacje o bananowcach (pochodzenie, systematyka, odmiany, uprawa itp.). W razie potrzeby uzupełnij wypowiedzi uczestników. Poinformuj też, jak wygląda łańcuch dostawczy bananów - od producenta do sklepu detalicznego i konsumenta.

2. Banany w handlu międzynarodowym: 5 minut

Grupa zastanawia się wspólnie, jak to jest możliwe, że cena detaliczna bananów, pomimo kosztownego transportu i dojrzewiania, dużego ryzyka handlowego ze względu na nietrwałość owoców, wysokich ceł importowych w UE itp., nie jest wyższa, a nawet bywa niższa od naszych owoców krajowych.

3. Negocjacje podziału dochodów: 20 minut

- Podziel uczestników na zespoły pięcioosobowe (optymalnie). Członkowie poszczególnych zespołów powinni usiąść tak, by mogli ze sobą dyskutować. Jeśli ilość osób w grupie nie jest podzielna przez pięć i w zespołach będzie po 6-7 osób, wówczas nadliczbowi uczestnicy otrzymają rolę robotników rolnych, którzy będą prowadzić negocjacje wspólnie, jak jedna osoba.
- Jeśli grupa jest bardzo liczna, podziel ją na zespoły dziesięcioosobowe, wówczas jedna rola przypadnie dwóm osobom.

- Poproś, aby jedna osoba z każdego zespołu podniosła na ochotnika rękę w górę, nie zdradzając, w jakim celu. Zapewne podniosą ją osoby najodważniejsze - tym osobom przydziel w nagrodę rolę dyrektora supermarketu (przypadnie im czynna rola w dalszym przebiegu warsztatu). Nie zgadzaj się na „wypychanie” osób nieśmiały przez kolegów - w takim przypadku możesz uznać, że rękę podniosła osoba najbardziej aktywnie „wypychająca” kolegę.
- Postępując zgodnie z kierunkiem ruchu wskazówek zegara od „szefa supermarketu”, kolejne osoby w zespołach otrzymują role:
 - a. robotnika rolnego na plantacji bananów (jedna lub więcej osób);
 - b. właściciela plantacji bananów;
 - c. eksportera/armatora;
 - d. importera/właściciela dojrzewalni.
- Sprawdź, czy każdy zna i rozumie swoją rolę w łańcuchu dostawczym bananów do Europy. Dobrze jest już teraz wypisać te role na tablicy - pomogą uczestnikom zapamiętać dokonany podział, a za chwilę wykorzystamy je do notowania wyników negocjacji.
- Przyjmujemy, że 1 banan kosztuje przeciętnie 1 zł. Poproś, aby członkowie zespołów ustalili, ile groszy (procent) z tej ceny powinien otrzymać każdy z nich, stosownie do swego wkładu pracy, nakładów finansowych, wykształcenia, ponoszonego ryzyka itp. Każdy negocjuje swoje wynagrodzenie z punktu widzenia roli, jaką odgrywa. Należy wytłumaczyć i upewnić się, że wszyscy rozumieją, iż nie chodzi o to, by uczestnicy odgadli, jak rzeczywiście dzielone są dochody ze sprzedaży bananów, ale jak w ich odczuciu należałoby je podzielić sprawiedliwie. Daj im na negocjacje 5 minut. Jedna osoba w każdym zespole notuje wynik negocjacji.
- Gdy czas upłynie, poproś zespoły, by przedstawiły swoje wnioski. Zapisz je na tablicy tak, by były widoczne dla wszystkich, w następującej formie:

	Zespół 1	Zespół 2	Zespół 3	Zespół 4
Robotnicy rolni				
Plantator				
Eksporter				
Importer				
Supermarket				

- Zaproś na naradę „dyrektorów supermarketów”. Odejdź z nimi na bok, aby uczestnicy nie słyszeli treści rozmowy (w tym czasie mogą dyskutować nad efektami negocjacji, porównując je ze sobą). Każdemu „dyrektorowi” wręcz banana, nóż i talerzyk. Wytłumacz im rolę, jaką mają za chwilę odegrać: jako najsilniejsi uczestnicy łańcucha handlowego, mają podzielić banany według przedstawionych im proporcji z handlu konwencjonalnego. Nie mają ujawniać ich grupie, tylko postawić ją przed faktem dokonanym: dzielić banana, narzucając reszcie swoją wolę, tak, jak to ma rzeczywiście miejsce w handlu korporacyjnym. Na podstawie schematu z załącznika nr 1 pokaż im na swoim bananie, jak mają podzielić banana, i poproś, by sobie zaznaczyli delikatnie nożem na skórce miejsca, gdzie będą go ciąć.
- Dyrektorzy supermarketów wracają do swoich zespołów i dzielą banana, tnąc go na kawałki bez obierania ze skórki. Najpierw odcinają największą część dla siebie, odgryzają spory kęs, następnie wręczają reszcie grupy odpowiednie części w kolejności odwrotnej do procesu produkcji i dostaw i zachęcają do konsumpcji. Robotnicy dostają tylko końcówkę, którą zazwyczaj wyrzucamy.
- Uczestnicy konsumują swoje kawałki bananów. Po chwili pokazujesz im i objaśniasz planszę / slajd, ukazując podział dochodów ze sprzedaży bananów w handlu konwencjonalnym i porównując z zapisanym na tablicy podziałem, jakiego dokonali uczestnicy.

4. Uczestnicy dzielą się swoimi odczuciami: 5 minut

Poproś uczestników o wypowiedzi, zadając np. pytania:

Jak czują się „robotnicy rolni”?

Jak czuje się reszta grupy?

Czy ta sytuacja jest sprawiedliwa?

Czy możemy coś zrobić, aby to zmienić?

5. Sprawiedliwy Handel: 10 minut

Pokaż i wyjaśnij uczestnikom planszę/slajd z podziałem dochodów ze sprzedaży bananów w Sprawiedliwym Handlu (Załącznik nr 2). Porównaj ją z planszą z podziałem dochodów ze sprzedaży bananów w handlu konwencjonalnym oraz z podziałem, dokonanym przez uczestników. Wyjaśnij, że banany są produktem nieprzetworzonym, stąd rolnicy dostają mniejszą część ceny detalicznej, niż za produkty przetworzone, np. w przypadku kawy rozpuszczalnej, wyprodukowanej w Tanzanii, u producentów zostaje ok. 56% ceny detalicznej. Niestety, wraz z ze stopniem przetworzenia rosną też cła importowe w krajach rozwiniętych, stąd krajom rozwijającym często optacja się eksportować wyłącznie nieprzetworzone płody rolne i surowce, zaś większa część zysku z ich przetwarzania trafia do ludzi w krajach bogatych.

Zwróć uwagę, że w Sprawiedliwym Handlu nie ma wielkich plantacji, a robotnicy rolni i właściciele upraw (najczęściej poniżej 1 ha) mają podobny, niski status społeczny. Jednak ta grupa zarabia w Sprawiedliwym Handlu więcej, niż w handlu konwencjonalnym robotnicy rolni i plantatorzy łącznie. Robotnicy rolni zarabiają aż 6 razy więcej!

Ukaż korzyści, jakie mają drobni rolnicy z udziału w Sprawiedliwym Handlu. Poinformuj szerzej o tej formie pomocy rozwojowej dla producentów z krajów ubogiego Południa.

Wyjaśnij też, że organizacje handlowe Sprawiedliwego Handlu mają zupełnie inną strukturę kosztów, niż firmy komercyjne w handlu konwencjonalnym:

- wyplatą wyższą cenę za owoce (co najmniej gwarantowaną cenę minimalną);
- zapewniają przedpłaty za towar (nawet kilka miesięcy przed dostawą, nawet powyżej 50% wartości zamówionego towaru), a resztę płać przy odbiorze, podczas gdy w handlu konwencjonalnym producenci otrzymują zapłatę nawet wiele miesięcy po dostawie;
- wyplatą dodatkową premię na lokalne projekty rozwojowe, jak budowa ośrodków zdrowia, szkół, zaopatrzenie w wodę pitną, szkolenia, przejście z upraw konwencjonalnych na ekologiczne itp.;
- ponoszą koszty działalności edukacyjnej, mającej na celu podnoszenie świadomości konsumentów.

6. Konsumpcja etyczna: 10 minut

Spytaj, jak uczestnicy rozumieją intuicyjnie pojęcie konsumpcji etycznej i pojęcia pokrewne: konsumpcji świadomej i konsumpcji odpowiedzialnej. W razie potrzeby uzupełnij ich wypowiedzi. Spróbujcie wspólnie sformułować własną definicję i zapisać ją na tablicy.

7. Możliwości zaangażowania: 5 minut

Poproś uczestników, by zastanowili się, w jaki sposób mogliby się zaangażować w działania na rzecz drobnych producentów z krajów ubogiego Południa. Pomysły uczestników i swoje własne zapisz na tablicy.

Mogą to być np.:

- zainteresowanie Sprawiedliwym Handlem rodziny i kolegów;

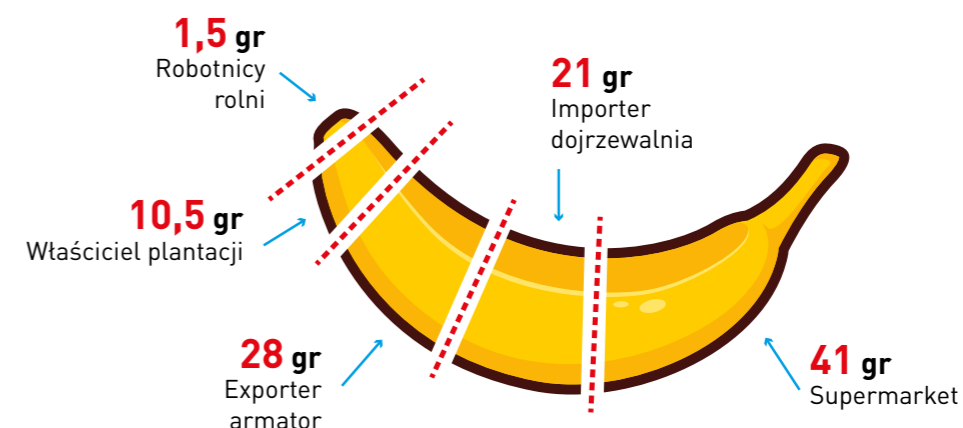
- organizowanie akcji edukacyjnych i informacyjnych w szkołach i na uczelniach;
- nabywanie towarów Sprawiedliwego Handlu – też przez internet, jeśli nie są dostępne w sklepach lokalnych;
- wsparcie działalności Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu w formie wolontariatu i darowizny;
- zorganizowanie obchodów Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu (druga sobota maja lub w pobliżu tej daty; zob. też Kampania 4: „Śniadanie lub piknik Sprawiedliwego Handlu”).

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie projektu

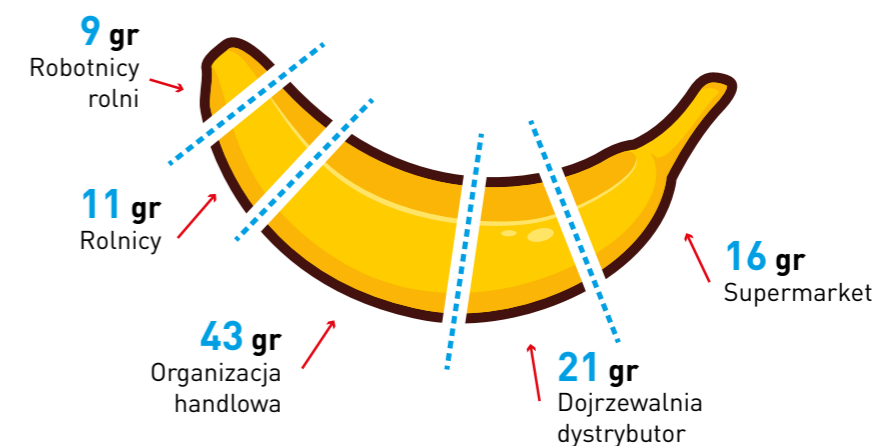
- prezentacja multimedialna „Dzielimy banana”;
- Wojciech Zięba, artykuł „Banany w handlu światowym”;
- Raport *Human Right Watch* o pracy dzieci na plantacjach bananów w Ekwadorze;
- Dobre Zakupy - poradnik konsumenta;
- plansze lub slajdy, ukazujące podział dochodów ze sprzedaży bananów w handlu konwencjonalnym i w Sprawiedliwym Handlu;
- film Pola Złota (*Fields of Gold*) o bananach ze Sprawiedliwego Handlu (15 minut).

Dzielimy banana

Podział banana z Ameryki Łacińskiej w handlu korporacyjnym



Podział banana z Wysp Zawietrznych w Sprawiedliwym Handlu



Na podstawie danych z www.bananalink.org.uk

WARSZTAT 8

DZIENNIKARZE-AMATORZY W AKCJI

Czas trwania

Ustala prowadzący w zależności od wielkości i wiedzy grupy oraz sposobu prowadzenia warsztatu (patrz niżej).

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15+

Materiały i środki dydaktyczne

- papier i przybory do pisania;
- kopie zadań dla grup;
- komputery z dostępem do Internetu;
- rzutnik - w razie potrzeby pokazania prezentacji, przygotowanych przez uczestników.

Cele i założenia

- Poznanie różnych zagadnień i faktów, związanych z konwencjonalnym handlem światowym i Sprawiedliwym Handlem.
- Uczenie się wyszukiwania informacji, które nie pojawiają się w mediach głównego nurtu.
- Uczenie się sposobów przekazywania informacji oraz formułowania argumentów, przemawiających na korzyść konsumpcji etycznej i Sprawiedliwego Handlu.

PRZEBIEG WARSZTATU

1. Podziel grupę na małe zespoły (maksymalnie dziewięć – ich ilość zależy od wielkości grupy). Każdy zespół otrzyma do opracowania inny temat. W zależności od wielkości grupy możesz wykorzystać niektóre lub wszystkie zadania. Możesz też zlecić poszczególne zadania pojedynczym uczestnikom, zależnie od ich indywidualnych możliwości.
2. Warsztat możesz poprowadzić na dwa sposoby, w zależności od możliwości technicznych oraz wiedzy uczestników:
 - a. w sali komputerowej z dostępem do Internetu, w której uczestnicy wykonują przydzielone zadania w określonym czasie; w tym wypadku rozplanuj czas na poszczególne etapy pracy: wyszukiwanie informacji, ocenę, kategoryzację i selekcję zebranych informacji; syntezę informacji oraz opracowanie tekstu finalnego;
 - b. wprowadzenie odbywa się wspólnie, następnie uczestnicy rozchodzą się i wykonują przydzielone zadania w dowolnym miejscu i czasie (np. w domu), w grupach bądź indywidualnie, by w wyznaczonym terminie spotkać się ponownie na podsumowanie warsztatu.

1. Wprowadzenie

Powiedz uczestnikom, że mają napisać artykuł prasowy na temat problemów handlu światowego oraz idei i działalności Sprawiedliwego Handlu. Informacje niezbędne do przygotowania tekstu muszą zdobyć samodzielnie, np. w Internecie. Poinformuj, jak będzie wyglądało podsumowanie ćwiczenia i ocena prac. Następnie rozdaj kartki z zadaniami. Dodatkową zachętą dla uczestników może być obietnica opublikowania ich prac, np. w Internecie, albo nagroda dla autorów najlepszej pracy.

2. Podsumowanie

Przedstawiciele zespołów prezentują całej grupie efekty swej pracy, zapoznają uczestników z przyjętymi metodami, źródłami informacji, mówią o napotkanych trudnościach i sposobach ich pokonywania oraz odczytują napisany tekst.

Cała grupa omawia i ocenia poszczególne prace, a na koniec wybiera najlepszą z nich przez ogólne głosowanie. Ocena może dotyczyć np.:

- metod pracy;
- ilości i jakości zdobytych informacji;
- wiarygodności wykorzystanych źródeł;
- formy i treści przygotowanego tekstu, w tym poprawności językowej;
- siły argumentacji na rzecz etycznej konsumpcji i Sprawiedliwego Handlu.

Zadania dla zespołów

Wyobraźcie sobie, że jesteście pracownikami działu reklamy Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu. Waszym zadaniem jest opracowanie foldera, wychwalającego w dowcipnej formie zalety kawy pochodzącej ze Sprawiedliwego Handlu.

Wyobraźcie sobie, że jesteście handlowcami. Waszym zadaniem jest napisanie przekonującego apelu do ludności całego świata, zachęcającego do kupowania produktów, pochodzących ze Sprawiedliwego Handlu.

Wyobraźcie sobie, że jesteście dietetykami. Waszym zadaniem jest napisanie artykułu dla znanego pisma konsumenckiego o wysokich walorach ekologicznej żywności ze Sprawiedliwego Handlu na tle podobnych produktów z handlu konwencjonalnego.

Wyobraźcie sobie, że jesteście działaczami światowej klasy klubu sportowego, który przejął się losem dzieci, szyjących piłki w warunkach niewolniczych (np. w Pakistanie, skąd pochodzi znaczna część światowej produkcji piłek, używanych w szkołach, na podwórkach, ale też na rozgrywkach międzynarodowych). Waszym zadaniem jest napisanie raportu, który miałby wpłynąć na decyzje MKOl, FIFA, UEFA czy PZPN oraz na szkoły, by nie dopuszczały do używania piłek z nieetycznych źródeł oraz zaczęły używać piłek ze Sprawiedliwego Handlu.

Wyobraźcie sobie, że jesteście dziennikarzami popularnego pisma młodzieżowego. Waszym zadaniem będzie napisanie artykułu o życiu i pracy dzieci w krajach Południa, np. przy uprawie bananów, kawy czy kakao, aby ich rówieśnicy w Polsce mogli cieszyć się egzotycznymi smakołykami.

Wyobraźcie sobie, że jesteście dziennikarzami śledczymi. Waszym zadaniem jest przeprowadzenie śledztwa i napisanie sensacyjnego artykułu na temat niewolniczej pracy dzieci na plantacjach kakao oraz alternatywie, jaką jest produkcja kakao i czekolady w ramach Sprawiedliwego Handlu.

Wyobraźcie sobie, że jesteście obserwatorami ONZ. Jedźcie do Demokratycznej Republiki Kongo, by napisać raport na temat przyczyn i skutków tamtejszego konfliktu – walki wielkich firm wydobywczych o dostęp do niezwykle bogatych złóż minerałów, w tym koltanu zawierającego tantal, niezbędny do produkcji telefonów komórkowych i innej elektroniki, którą handluje cały świat.

Wyobraźcie sobie, że jesteście pracownikami uczelni, badającej najnowszą historię świata. Waszym zadaniem jest napisanie pracy na temat „wojen diamentowych” (np. w Liberii, Sierra Leone, Wybrzeżu Kości Słoniowej, Angoli czy Demokratycznej Republice Kongo) oraz handlu krwawymi diamentami, w którym uczestniczą takie kraje, jak Ghana, Rwanda czy Burundi. Diamenty te są szlifowane w Indiach w warunkach niewolniczych przez dzieci, które często tracą wzrok z powodu zranień ich odtłamiakami. Alternatywą jest biżuteria ze Sprawiedliwego Handlu.

Wyobraźcie sobie, że jesteście pracownikami firmy, zajmującej się projektowaniem mody. Waszym zadaniem jest zbadanie problemów związanych z produkcją bawełny w krajach ubogich. Jej producenci przegrywają w konkurencji z rolnikami z USA, którzy zasypują rynki światowe dotowaną bawełną, do uprawy i farbowania której zużywa się ogromne ilości chemikaliów. Odzieży z kolei szyją wyzyskiwane dzieci i młode kobiety, np. w Bangaldeszu, w warunkach niebezpiecznych dla zdrowia i życia. Alternatywą jest odzież ze Sprawiedliwego Handlu, szyta w warunkach godnych człowieka, oraz cały trend *Fair Trade Fashion*. W swym emocjonalnym raporcie chcecie przekonać akcjonariuszy, by zgodzili się na zmianę profilu firmy i przestawienie się na naturalnie kolorową, ekologiczną bawełnę ze Sprawiedliwego Handlu.

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie projektu

- Tematy artykułów do opracowania przez poszczególne zespoły.

WARSZTAT 9

ZAPRASZAMY NA UCZTĘ

Czas trwania

ok. 1,5 godziny.

Grupa docelowa

Wszystkie grupy wiekowe; rolą prowadzącego jest dostosowanie sposobu prowadzenia warsztatu i doboru jego elementów do wieku uczestników.

Materiał może być wykorzystany również na lekcji religii lub na spotkaniu grup duszpasterskich.

Cele i założenia

- Dostrzeżenie niesprawiedliwości w podziale dóbr na świecie oraz łamania praw człowieka i jego godności w tym zakresie.
- Poznanie miejsca Polski wśród krajów rozwiniętych.
- Zrozumienie najgłębszej przyczyny niesprawiedliwego podziału dóbr na świecie, którą jest nieumiarkowana, nadmierna konsumpcja i dążenie tych, którzy mają dużo, by mieć jeszcze więcej, co odbywa się kosztem ubogich.
- Wyrobinienie postawy ograniczania nadmiernie rozbudzonych potrzeb i dzielenia się.
- Zrozumienie pojęcia pomocy rozwojowej i odróżnienie jej od pomocy charytatywnej czy humanitarnej.
- Zdefiniowanie Sprawiedliwego Handlu jako formy pomocy rozwojowej.
- Poszukiwanie możliwości włączenia się do pomocy rozwojowej.

Przed spotkaniem przygotuj:

- losy z nazwami kontynentów i wybranych krajów; ilość losów powinna odpowiadać ilości uczestników zajęć. 20% losów to kontynenty i kraje bogate (Europa, Ameryka Północna, Australia, Japonia, Nowa Zelandia), 80% - kontynenty i kraje ubogie: Afryka, Azja, Ameryka Łacińska;
- w losach w grupie ubogich zaznacz jeden lub dwa losy dla „służących”, w grupie bogatych - jeden dla „dobroczyńcy”;
- na środku sali postaw duży stół, albo zestaw razem kilka stolików, aby „bogaci” mogli przy nim ucztować, oraz zrób miejsce w pobliżu kosza na śmieci, by mogły tam się zgromadzić dzieci „biedne”;
- opcjonalnie możesz przygotować dodatkowe akcesoria do „uczty bogatych”, np. obrus, kwiaty, świece, elegancki talerz na cukierki, talerzyki dla ucztyjących, magnetofon i nagranie uroczystej muzyki itp.
- poprosić uczestników, aby przynieśli na spotkanie po jednym cukierku (ważne jest, by to były ich własne cukierki, nie przyniesione przez prowadzącego); należy uprzedzić ich, że będzie losowanie i może się okazać, że kto inny zje ich cukierki, ale może się zdarzyć i tak, że wylosują cukierki innych. Należy dobrze przygotować do tego zwłaszcza młodsze dzieci (nie zdradzając celu losowania), aby nie doszło do wyzwoleń niekontrolowanych emocji.

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Zapraszamy na ucztę: 25 minut

Zbierz cukierki od uczestników. Rozłóż wśród nich kraje i kontynenty, gdzie „zamieszkają”. Wprowadź ich w sytuację: Wybór ojczyzny nie jest zależny od woli czy chęci ludzi przychodzących na świat, podobnie jak w tej chwili losowanie zdecydowało o tym, gdzie będziemy „mieszkać”. Ale ma to poważne konsekwencje na całe życie.

Zaproś na bok „służących” na naradę. Powiedz im, jak mają przygotować ucztę (patrz p. 4). Poproś, by się przez chwilę naradzili między sobą, jak to zrobią, aby mogli się dobrze wczuć w swoją rolę.

Gdy służący przystąpią do pracy, zaprosz na naradę bogatych. Wyjaśnij im ich zachowanie na uczcie, a także rolę dobroczyńcy (patrz p. 5, 6). Zachęć ich do naradzenia się, jak odegrają swą rolę.

Służący nakrywają obrusem stół, wnoszą akcesoria, np. kwiaty, płonące świece - stwarzają uroczystą oprawę. Wreszcie na eleganckiej tacy czy talerzu wnoszą uroczystość (a może i przy wtórze muzyki) zebrane cukierki. Z ukłonami, czcobotnie zapraszają na ucztę bogatych, a biednych - aby „nie przeszkadzali” - odsuwają czy wręcz spychają z odpowiednim komentarzem gdzieś na bok, do kąta, np. w pobliżu kosza na śmieci.

Bogaci zasiadają do uczy. Nie zwracając uwagi na biednych zabierają się do konsumpcji cukierków. Zachowują się swobodnie, rozmawiają, śmieją się, może szepcą sobie coś na ucho... Po prostu dobrze się bawią, ośladzając sobie życie cukierkami. Jeśli warsztat jest wykorzystany na lekcji religii, można w tym miejscu odczytać *Przypowieść o bogaczu i Łazarzu* (Łk 16,19-31).

Po jakimś czasie dobroczyńca „zauważa” ubogich i z podkreślając, jakiego to dobrodziejstwa doznają ubodzy, bierze ze stołu 15% cukierków i rzuca je w ich stronę czy też wręcza im jak żebrakom.

Biedni zabierają się do swojej porcji cukierków. Zostaw uczestnikom czas na jedzenie i przemyślenia. **Uwaga:** w trakcie jedzenia może dojść do spontanicznego dzielenia się cukierkami lub do buntu ubogich.

2. Odczucia uczestników: 10 minut

Poproś uczestników, aby podzielili się swymi odczuciami (mogą wcześniej porozmawiać o tym w zespołach - np. jeden „bogaty” i odpowiednia ilość „biednych”, aby potem przedstawić wnioski całej grupie). Możesz przygotować planszę lub slajd:

20% LUDNOŚCI ŚWIATA KONSUMUJE 85% ŚWIATOWYCH ZASOBÓW ŻYWNOŚCI 80% LUDNOŚCI - POZOSTAŁE 15%

Możesz też pomóc uczestnikom, zadając różne pytania, np.:

Co czujesz, widząc grupę ludzi bogatych, zjadających się cukierkami?

Co czujesz, jedząc cukierki w obecności osób biednych, głodujących?

Czy uważasz, że jest to w porządku, że nieliczni zużywają większość dostępnych zasobów, a dla większości zostają resztki?

Czy chciałbyś korzystać lub aby twoi rodzice korzystali z jałmużny? Uzasadnij swoją wypowiedź.

Czy taka sytuacja odpowiada godności i prawom człowieka? Dlaczego?

Dlaczego bogactwo światowe jest tak nierówno podzielone? Gdzie leży tego najgłębsza przyczyna?

Czy to ma coś wspólnego z naszym stylem życia i naszą konsumpcją?

3. Refleksja – podział dóbr na świecie, biedni i bogaci: 15 minut

Jak można zastosować scenkę, w której wszyscy braliśmy udział, do sytuacji na świecie? Poproś uczestników o wypowiedzi. Na koniec możesz podsumować:

Wszyscy ludzie z każdego kraju mają swój wkład w bogactwo świata – pracują, dostarczają różne produkty, jak surowce naturalne, płody rolne, wyroby rzemieślnicze i przemysłowe... Ale z efektów tej pracy korzystają nieliczni bogaci, którzy czasem oddadzą coś ze swego bogactwa, by „pomóc” biednym.

Całe narody nie mogą korzystać z bogactw własnego kraju ani z owoców swej pracy.

Jan Paweł II

Czy Polska jest krajem biednym czy bogatym? Często słyszymy, że Polska jest krajem biednym i sama potrzebuje pomocy. W której grupie umieścilibyście nasz kraj? Jakie jest nasze miejsce w świecie?

Uczestnicy próbują określić, na którym miejscu znajduje się Polska pod względem rozwoju ludzkiego w skali od 1 do 187. Według rankingu opracowanego przez Program Rozwojowy ONZ - UNDP w ramach Raportu Rozwoju Ludzkiego (*Human Development Report*) 2014, Polska znajduje się na 35 miejscu wśród krajów rozwiniętych. Podstawą rankingu jest Wskaźnik Rozwoju Ludzkiego, który uwzględnia dochód na głowę mieszkańca, przewidywaną długość życia, stopień alfabetyzacji i dostęp do nauki.

Przedstaw podane przez uczestników propozycje na osi liczbowej. Na zakończenie zaznacz innym kolorem faktyczne miejsce naszego kraju. Do wykresu możesz dorysować pozycje innych państw, by zwrócić uwagę na różnice. Polska należy do grupy państw o bardzo wysokim poziomie rozwoju.

Oto miejsce Polski na tle wybranych krajów według Raportu 2014 (niektóre pozycje zajmuje w nim więcej niż jedno państwo o podobnym wskaźniku rozwoju):

1. Norwegia	30. Brunei	177. Gwinea-Bissau
2. Australia	31. Katar	178. Mozambik
3. Szwajcaria	32. Cypr	179. Gwinea
4. Holandia	33. Estonia	180. Burundi
5. USA	34. Arabia Saudyjska	181. Burkina Faso
6. Niemcy	35. Litwa	182. Erytrea
7. Nowa Zelandia	35. POLSKA	183. Sierra Leone
8. Kanada	37. Andora	184. Czad
9. Singapur	37. Słowacja	185. Republika Środkowoafrykańska
10. Dania	39. Malta	186. Demokratyczna Republika Kongo
11. Irlandia	40. Zjednoczone Emiraty Arabskie	187. Niger
[...]	[...]	

Dane z kolejnych lat można znaleźć na stronie Human Development Report: <http://hdr.undp.org>

Czy nasze życie jest Waszym zdaniem bardziej podobne do życia ludzi z pierwszej kolumny, czy z trzeciej? Dlaczego?

4. Zależymy od siebie nawzajem: 15 minut

Zastanówmy się wspólnie, na czym polega współzależność ludzi na całym świecie:

- W jaki sposób zależy od nas los ludzi z krajów ubogich, którzy dostarczają nam surowce i gotowe wyroby?
- W jaki sposób nasze życie zależy od ludzi z krajów ubogich? Czy wyobrażamy sobie życie bez czekolady, kawy, herbaty, ryżu, bananów itp.?
- Czy ceny w naszych sklepach odzwierciedlają prawdziwą wartość tych produktów?
- Jak wyglądałoby nasze życie bez telefonów komórkowych, komputerów, telewizorów i innych urządzeń elektronicznych, do których surowce pochodzą z krajów ubogich i których podzespoły są tam również produkowane i montowane?
- Czy zastanawiamy się nad pochodzeniem kupowanych produktów i warunkami, w jakich powstają?
- Czy słuszne jest, by ludzie, którzy dla nas pracują, byli traktowani bardziej sprawiedliwie i mieli większy niż obecnie udział w bogactwie światowym? Dlaczego?
- Czy jako mieszkańcy kraju rozwiniętego możemy pozostawać obojętni wobec losu ludzi, którzy dla nas pracują, czy też dobrobyt nas do czegoś zobowiązuje? Dlaczego?
- Czy jesteśmy gotowi konsumować mniej oraz płacić więcej z produkty z krajów ubogich?

Opcjonalnie możemy też rozważyć słowa Jana Pawła II:

Nie możemy stać z założonymi rękami, gdy tysiące ludzi umiera z głodu. Nie możemy próżnować, ciesząc się naszym bogactwem i wolnością, gdy gdzieś pod naszymi drzwiami leży Łazarz XX wieku! Należy [...] kształtować nową kulturę międzynarodowej solidarności i współpracy, w której wszyscy - zwłaszcza kraje bogate i sektor prywatny - włączają się odpowiedzialnie w bu-

downę systemu ekonomicznego służącego każdemu człowiekowi. Nie wolno już odwlekać nadziei dnia, w którym także ubogi Łazarz zasiądzie do uczy obok bogacza i nie będzie musiał żywić się tym, co spada ze stołu.

W trakcie poszukiwania powiązań naszego życia z życiem ludzi w krajach ubogich możemy rozwijać poczucie prawdziwej wartości tego, co dostarczają nam inni. Jako konsumenci możemy też zmienić nasze postępowanie, np. unikać nabywania produktów określonych marek, jeśli wiemy, że produkcja danego towaru wiąże się z niszczeniem środowiska naturalnego, wyzyskiem pracowników, wykorzystaniem pracy dzieci czy niewolników. Możemy też wybierać produkty o pochodzeniu etycznym, zwłaszcza produkty Sprawiedliwego Handlu, oraz aktywnie włączyć się do działania (np. poprzez przekazywanie zdobytej wiedzy o etycznej konsumpcji i Sprawiedliwym Handlu w swoim otoczeniu, udział w petycjach internetowych, wolontariat, organizowanie kampanii informacyjnych itp.).

5. Co to jest pomoc rozwojowa? – 15 minut

Często słysząc o pomocy ludziom w krajach ubogich, myślimy o ofiarowaniu rzeczy czy pieniędzy, wysyłce darów itp. Myślimy np.: „Będziemy kupować najtańsze produkty i zaoszczędzone pieniądze przekazywać na pomoc ubogim” Nawet chcąc się dowiedzieć, w jaki sposób pomaga Sprawiedliwy Handel, ludzie często pytają: „Jaką część zarobionych pieniędzy Sprawiedliwy Handel przekazuje do krajów ubogich?”

Tymczasem Sprawiedliwy Handel nie prowadzi działalności charytatywnej. Niczego nie „przekazuje” ani nie rozdaje, ale po prostu płaci uczciwie za zakupione towary, zanim jeszcze trafią one na półki sklepowe. Producenci kawy, herbaty, kakao, bananów, bawełny i innych towarów nie czekają na jałmużnę i miłosierdzie, tylko chcą być sprawiedliwie traktowani i żyć z własnej, uczciwie wynagradzanej pracy.

Sprawiedliwy Handel ustala dla producentów gwarantowane ceny minimalne, które muszą co najmniej pokryć koszty produkcji (w tym godziwych wynagrodzeń) oraz dodatkowe premie na projekty rozwojowe, dzięki którym producenci mogą realizować własne projekty, rozwiązując lokalne problemy społeczne i ekologiczne. Sprawiedliwy Handel zapewnia im też różnorodną pomoc techniczną, jak szkolenia, dostęp do informacji rynkowych itp. Do standardów należy też poszanowanie praw człowieka i pracownika, organizowanie się producentów w demokratycznie zarządzanych organizacjach, prawo pracowników do tworzenia związków zawodowych lub przystępowania do nich itp.

Raymond Kimaro, dyrektor generalny Kilimanjaro Native Cooperative Union z Tanzanii, powiedział:

Po prostu płacicie nam uczciwą cenę za kawę, a sami sobie poradzimy z ubóstwem.

Podobnie mówił Isais Martinez ze Stowarzyszenia UCIRI z Meksyku:

Nie potrzebujemy dobroczynności, nie jesteśmy żebrakami. Jeśli dostaniemy za naszą kawę odpowiednią cenę, możemy spokojnie żyć bez dobroczynności.

O to właśnie chodzi w Sprawiedliwym Handlu – o danie szansy producentom, by mogli samodzielnie wziąć odpowiedzialność za swoje życie i rozwijać własną działalność gospodarczą, z której mogliby się utrzymać na poziomie godnym człowieka. Taka forma pomocy nazywa się pomocą rozwojową.

- **Co bardziej odpowiada ludzkiej godności: jałmużna czy danie możliwości samodzielnego utrzymania się z własnej pracy? Dlaczego?**

Uczestnicy poszukują w dyskusji odpowiedzi na to pytanie. Podsumowując możesz przeczytać cytat:

Za najważniejszy wkład Sprawiedliwego Handlu uważam to, że ponownie odzyskaliśmy naszą utraconą godność jako istot ludzkich. Już nie jesteśmy zabawką w rękach anonimowych sił ekonomicznych, które nas niszczą.

Isais Martinez, Stowarzyszenie UCIRI, Meksyk

- **Czym jest pomoc rozwojowa? Jaki jest jej cel?**

Poproś uczestników, by spróbowali zdefiniować to pojęcie. Podsumowując, możesz wyświetlić poniższą definicję, napisać ją na tablicy lub rozwiesić planszę, aby była ona dla wszystkich widoczna:

Pomoc rozwojowa jest to pomoc świadczona w formie finansowej, rzeczowej czy doradczej na rzecz krajów i społeczności mniej rozwiniętych. Celem pomocy rozwojowej jest redukcja ubóstwa, promocja zrównoważonego rozwoju, wsparcie reform demokratycznych i rządów prawa, przestrzeganie praw człowieka, rozwój społeczeństwa obywatelskiego, wspieranie wzrostu gospodarczego, zapobieganie konfliktom oraz promocja bezpieczeństwa globalnego.

Według Słownika podstawowych pojęć w pomocy rozwojowej

• Dlaczego Sprawiedliwy Handel można określić jako pomoc rozwojową?

Poproś uczestników, aby wskazali w powyższej definicji cele pomocy rozwojowej, które realizuje Sprawiedliwy Handel. Uzupetnij ich wypowiedzi na podstawie informacji z Wprowadzenia (str.10).

Podsumowanie: 10 minut

W jaki sposób możemy włączyć się do pomocy rozwojowej?

Co chcielibyście zmienić w swoim życiu, aby na świecie mogła zapanować większa sprawiedliwość?

Co możemy zrobić indywidualnie, a co wspólnie?

Zapisz odpowiedzi uczestników na ostatnie pytanie na tablicy. Spośród nich wybierzcie taką, którą chcielibyście w najbliższym czasie wspólnie podjąć. Określcie wstępnie sposoby realizacji oraz termin rozpoczęcia działań. Na zakończenie możesz przeczytać następującą cytę:

Prywatnie i publicznie składane fundusze, dary i pożyczki, nie wystarczą. Nie chodzi bowiem tylko o przezwyciężenie głodu czy zmniejszenie ubóstwa. Nie wystarczy walczyć z nędzą, choć jest to sprawa nagląca i konieczna; chodzi o umocnienie zespolenia ludzi, w którym każdy bez względu na rasę, religię i narodowość mógłby żyć życiem prawdziwie ludzkim, [...] życiem, w którym wolność nie byłaby pustym słowem, a biedny Łazarz mógłby zasiąść przy tym samym stole, co bogacz. Wymaga to od owego bogacza niemalej wielkoduszności, dobrowolnego znoszenia wielu niedogodności i nieustannego wysiłku. Każdy niechaj zbada swoje sumienie, które jakby nowym głosem odzywa się w naszych czasach. Czy każdy gotów jest własnym wkładem wspierać dzieła i misje zorganizowane dla pomagania ubogim? - płacić wyższe podatki, żeby władze publiczne mogły zwiększyć wysiłek na rzecz rozwoju? - drożej płacić za towary importowane, aby ich wytwórca mógł otrzymać bardziej sprawiedliwą zapłatę? - w razie potrzeby i w młodym wieku opuścić ojczyznę, aby nieść pomoc narodom zaczynającym się rozwijać?

Papież Paweł VI, Encyklika *Populorum progressio*, p. 47
dokument adresowany do wszystkich ludzi dobrej woli

Inspiracje dla prowadzących

Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego i Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego: Wkład w zrównoważony rozwój: rola sprawiedliwego handlu i związanych z handlem pozarządowych systemów zapewniania zgodności ze zrównoważonym rozwojem



<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52009D-C0215&from=PL>

Słownik podstawowych pojęć w pomocy rozwojowej

http://www.un.org.pl/rozwoj/pr_slownik.php

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie projektu

- plansza/slajd o podziale dóbr światowych;
- plansza/slajd z definicją pomocy rozwojowej;
- plansze/slajdy z cytatami.

WARSZTAT 10

MITY O NĘDZY I GŁODZIE

Cele i założenia

- Poznanie rzeczywistych przyczyn oraz obiegowych mitów na temat głodu na świecie.
- Poznanie mechanizmów handlu międzynarodowego, które są przyczyną ubóstwa i głodu na świecie.
- Poznanie roli Sprawiedliwego Handlu w walce z tymi zjawiskami.

PRZEBIEG SPOTKANIA

Wprowadzenie: 5 minut

Zapoznaj uczestników z celem warsztatu i tematem – poznanie rzeczywistych przyczyn oraz mitów na temat głodu, niesprawiedliwych mechanizmów handlu międzynarodowego oraz roli Sprawiedliwego Handlu wspieranego przez konsumentów w dążeniu do zmian w tym zakresie.

2. Mity o nędzy i głodzie: 20 minut

Jakie są przyczyny głodu i nędzy na świecie? Nie jest łatwo je określić, ponieważ z jednej strony są one złożone, z drugiej - funkcjonuje wiele mitów, czyli fałszywych opinii na ten temat.

Podziel grupę na zespoły (najwyżej 5-osobowe), rozdaj zadania (załącznik nr 1) i po jednym flamastrze dla każdego zespołu (każdy w innym kolorze). Po wykonaniu zadania kartki wędrują między grupami. Uczestnicy niosą ewentualne poprawki swoimi flamastrami. Kartki wracają do grup.

Pokaż planszę z prawidłowymi odpowiedziami. Uczestnicy poprawiają błędy w swojej pracy. Głośno odczytują mity i przyczyny głodu na świecie.

Zastanówmy się:

- Dlaczego funkcjonują wśród nas mity na temat głodu?
- Czemu one służą?

Z pewnością uspokajają nas, przekonują, że to nie nasza sprawa lub że nic nie możemy na to poradzić. W rezultacie wywołują bierną postawę wobec tego problemu, gdyż czujemy się bezsilni lub usprawiedliwieni.

Obal i wyjaśnij niektóre mity, kolejno przekreślając je na planszy.

Mit 1. Za mało żywności

W rzeczywistości żywności jest dość. Bogate kraje produkują więcej żywności, niż jej potrzebują. W Europie magazynujemy tysiące ton żywności, ponieważ mamy jej za dużo. Eksperti twierdzą, że obecnie produkuje się tyle żywności, że nie tylko może wystarczyć jej dla każdego

Czas trwania

ok. 1 godziny

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15

Materiały i środki dydaktyczne:

- powielone „mity” do pracy w grupach (Załącznik nr 1);
- plansza lub slajd, ukazujący prawdziwe przyczyny głodu i mity na ten temat (Załącznik nr 2);
- tabela do wypełnienia na temat podwójnych standardów w handlu międzynarodowym;
- plansza lub slajd z definicją Sprawiedliwego Handlu;
- różnokolorowe flamastry;
- kartki i długopisy do pracy.

człowieka na świecie, ale jest jej nawet 1,5 razy więcej, niż potrzeba, aby wszyscy mogli się prawidłowo odżywiać. Nadmierne zapasy żywności w krajach bogatych są celowo niszczone, by utrzymać wysokie ceny produktów spożywczych.

Mit 2. Zbyt liczne rodziny – za dużo dzieci, bomba demograficzna

W rzeczywistości jest dokładnie na odwrót: głodni ludzie rodzą więcej dzieci, ponieważ więcej ich umiera. Jedna czwarta lub więcej dzieci urodzonych w krajach ubogiego Południa umiera przed osiągnięciem piątego roku życia w wyniku niedożywienia i związanych z tym chorób. Obfite żniwo zbierają też choroby zakaźne (np. malaria). Biedni w tych krajach potrzebują dzieci jako siły roboczej dla zapewnienia przetrwania rodziny oraz by opiekowały się rodzicami na starość. Gdyby rodzice wiedzieli, że ich dzieci nie umrą, mieliby ich mniej.

Mit 3. Brak ziemi uprawnej

W rzeczywistości wiele ziemi uprawnej w krajach biednych należy do bogatych i leży odłogiem, lub nie jest wykorzystywana do produkcji żywności, ale do produkcji pasz dla zwierząt hodowlanych w krajach bogatych, biopaliw czy luksusowych używek, takich jak kawa, herbata czy tytoń, które mogą być sprzedane krajom bogatym. Bywa i tak, że biedni są pozbawiani swych pól, na których produkowali żywność na swoje codzienne potrzeby, aby mogły powstać lub rozszerzyć się wielkie gospodarstwa produkujące na eksport. W ostatnich latach problem ten pogłębia „zawłaszczanie” czy „grabież” ziemi” (ang. land grabbing), czyli przejmowanie dużych obszarów ziemi, służącej ludności lokalnej, przez państwa lub inwestorów prywatnych, którzy ją kupują lub dzierżawią, pozbawiając ludność kontroli nad znacznymi obszarami i narażając na szwank produkcję żywności, niezbędnej dla zaspokojenia potrzeb miejscowych gospodarstw domowych i rynków.

Mit 4. Ludzkość jest bezradna wobec głodu

Każdy „wie”, że ludzie zawsze będą głodować, tak jak każdy „wiedział”, że człowiek nigdy nie będzie latał. W swoim czasie ludzie uważali, że Ziemia jest płaska, Słońce krąży wokół Ziemi, niewolnictwo jest koniecznością ekonomiczną, polio i czarna ospa zawsze będą nas dręczyć, człowiek nigdy nie postawi nogi na Księżycu... dopóki odważni ludzie nie zakwestionowali tych twierdzeń i nie nadszedł czas nowych idei. Ludzkość nie jest bezradna wobec głodu. Aby zmienić sytuację, w pierwszym rzędzie potrzebna jest wola oraz decyzja, aby się tym poważnie zająć.

Mit 5. Nie stać nas, aby nakarmić wszystkich

W rzeczywistości możemy wyeliminować głód na zawsze za sumę mniejszą, niż świat wydaje na wojско i zbrojenia w ciągu roku. Gdybyśmy od roku 1975 jedną siódmą światowych wydatków na alkohol i tytoń przeznaczyci na produkcję żywności, moglibyśmy zlikwidować głód na wiele lat. Na likwidację głodu na świecie wystarczyłyby pieniądze, które mieszkańcy Europy zachodniej i USA wydają na perfumy.

Co jest największym problemem?

Głód nie jest więc beznadziejnym problemem, którego nie można rozwiązać. Czego więc naprawdę brakuje? Jeżeli są środki, jeżeli nie brakuje na ziemi żywności, dlaczego miliony głodują? Nie posiadamy wystarczającej woli i pragnienia, by coś z tym zrobić, ponieważ ten problem nie dotyczy nas bezpośrednio, jest oddalony i na dodatek prawie zupełnie zapomniany przez środki masowego przekazu. O tym się nie mówi i nie pisze, abyśmy mogli spać spokojnie i... konsumować coraz więcej.

Tymczasem największym problemem krajów ubogich jest właśnie to, co nam pozwala na nieustanne zwiększanie konsumpcji: niesprawiedliwy handel międzynarodowy w połączeniu z dotacjami rolnymi w krajach rozwiniętych, z czego korzyści czerpie każdy z nas osobiście i w czym każdy z nas uczestniczy poprzez codzienne zakupy.

Problem ten pogłębia niesprawiedliwe zadłużenie krajów ubogich (dziś wiele tych krajów, choć zwróciły sumy wielokrotnie przewyższające wartość pożyczek, jest bardziej zadłużonych, niż w chwili ich

zaciągania, a ich zadłużenie wciąż rośnie]. Staje się ono wygodnym narzędziem nacisku ekonomicznego krajów bogatych za pośrednictwem Międzynarodowego Funduszu Walutowego i Banku Światowego na kraje ubogie. Prowadzi to z jednej strony do drastycznego ograniczenia wydatków na cele społeczne (jak np. służba zdrowia, szkolnictwo, zapewnienie ludności wody pitnej i żywności, co ma katastrofalne skutki, zwłaszcza dla najuboższych), z drugiej – do wymuszonej restrukturyzacji gospodarki i otwarcia jej na inwestycje zagraniczne oraz „wolną konkurencję” na rynkach światowych z krajami bogatymi i korporacjami międzynarodowymi, co w przypadku słabości politycznej i ekonomicznej tych krajów stawia je na z góry przegranej pozycji.

Skupimy się problemach niesprawiedliwego (i dotowanego) handlu międzynarodowego.

3. Podwójne standardy: 20 minut

Podziel uczestników na małe zespoły. Rozdaj im tabele do wypełnienia z podwójnymi standardami w handlu międzynarodowym z trzecią kolumną pustą (zob. materiały pomocnicze dla prowadzących).

Poniżej w trzeciej kolumnie są umieszczone wskazówki dla prowadzącego.

Kraje ubogie	Kraje rozwinięte	Określ skutki dla krajów ubogich
Są zmuszane do liberalizacji handlu. Kraje bogate grożą sankcjami ekonomicznymi krajom Południa, które ustanawiają bariery handlowe, by bronić swój rynek przed eksportem dotowanych nadwyżek rolnych z Północy.	Ustanawiają różne bariery handlowe przeciw eksportowi z Południa, jak progresywne cła (w zależności od stopnia przetworzenia produktu), kontyngenty taryfowe (określające, jaką ilość danego produktu można importować), nadmiernie wysrubowane standardy jakościowe, niemożliwe do spełnienia przez kraje ubogie itp.	Rolnicy w krajach ubogich przegrywają w konkurencji z dotowaną żywnością z Europy i Ameryki ptn. Eksport nieprzetworzonych surowców i pędów rolnych przynosi krajom ubogim niskie dochody. Utrudnienia w eksporcie towarów przetworzonych do krajów bogatych uniemożliwiają krajom ubogim rozwój przetwórstwa i przemysłu.
Nie mogą nakładać wysokich ceł na towary przetworzone z krajów Północy.	Wysokie progresywne cła na import towarów przetworzonych z krajów ubogich – im bardziej przetworzone, tym wyższe cło.	Nieuczciwa konkurencja. Kraje ubogie mogą nabywać towary z krajów rozwiniętych, ale nie mogą tym krajom sprzedawać swoich towarów na tych samych warunkach, a więc nie mogą pozyskiwać środków na import niezbędnych im produktów i wyrobów, których same nie produkują (głównie ropa naftowa, różne urządzenia i lekarstwa).
Wysokie cła importowe na towary importowane z krajów ubogich do krajów rozwiniętych.	Niskie cła w wymianie handlowej pomiędzy krajami bogatymi (4 razy niższe niż na import z krajów ubogich).	Handel jest dla producentów bardziej zyskowny w wymianie pomiędzy krajami bogatymi, niż pomiędzy krajami ubogimi a bogatymi.
Międzynarodowa Umowa Włókiennicza (MFA - Multi-Fibre Arrangement) ustala limity na import wyrobów włókienniczych z krajów ubogich.	Handel wyrobami włókienniczymi bez limitów.	Utrudnienia w rozwoju przemysłu w krajach ubogich.
W ramach Światowej Organizacji Handlu (WTO) teoretycznie wszystkie kraje mają równe prawa i obowiązki. W praktyce krajów ubogich nie stać na wystanie na negocjacje do Genewy choćby kilku negocjatorów (niektóre kraje nie mogą ich wystać wcale), ale muszą się podporządkować podjętym decyzjom, które obowiązują wszystkich członków WTO, niezależnie od tego, czy uczestniczyli w ich podejmowaniu.	Utrzymują w Genewie zespoły licznych negocjatorów najwyższej klasy, których zadaniem jest ochrona interesów krajów rozwiniętych; są oni w stanie wynegocjować także wyjątki od obowiązujących reguł.	Narzucanie krajom ubogim niekorzystnych dla nich reguł handlu międzynarodowego.

Ustalenia WTO obowiązują po ich przyjęciu, bez okresów przejściowych.	Wprowadzanie w życie ustaleń WTO jest odkładane w czasie (nawet wielokrotnie) na kolejne „okresy przejściowe”, np. na likwidację ceł na towary importowane. Teoretycznie mają one umożliwić stopniowe dostosowanie gospodarki do nowych reguł, w rzeczywistości chronią miejsca pracy w krajach rozwiniętych.	Kraje ubogie o niskich kosztach robocizny nie mogą konkurować z krajami rozwiniętym o znacznie wyższych kosztach robocizny, choć mogłyby dostarczać im tańsze towary.
Nie mogą dotować swego rolnictwa (nie stać ich, ale też zabraniają tego reguły WTO), na skutek czego ich produkty rolne są stosunkowo drogie.	Na wielką skalę dotują swoje rolnictwo i eksportują na rynki światowe żywność i inne produkty rolne (np. bawełnę) po dumpingowych cenach.	Upadek rolnictwa w krajach ubogich, które przegrywa na rynkach lokalnych i światowych z tanią dotowaną żywnością z krajów rozwiniętych, i w rezultacie uzależnienie od importu żywności z krajów bogatych – brak bezpieczeństwa żywnościowego. USA, Kanada, UE i Japonia wydają ok. 350 mld dolarów rocznie na dotacje rolne w swoich krajach. Zmniejsza to potencjalne dochody krajów ubogiego Południa z eksportu płodów rolnych o ok. 50 mld dolarów rocznie.

Istnieje więcej problemów, które sprawiają, że pozycja krajów ubogich i rozwiniętych na rynkach międzynarodowych jest nierówna. Przykładem mogą być gwarancje kredytowe, udzielane przez rządy krajów rozwiniętych eksporterom, na co krajów ubogich nie stać, czy słabe struktury państwowe i niedoskonałe prawodawstwo w krajach ubogich, co uniemożliwia im dostateczną ochronę swych producentów przed konkurencją zagraniczną, pracowników – przed wyzyskiem, a środowisko naturalne – przed dewastacją. Firmy zagraniczne wykorzystują tę sytuację, by powiększać swoje zyski. Lokują produkcję w krajach ubogich, gdzie na masową skalę łamane są prawa człowieka i prawa pracownicze. Również długoterminowe trendy ekonomiczne, powodujące z jednej strony spadek cen surowców i nieprzetworzonych płodów rolnych, które sprzedają kraje ubogie (coraz więcej za coraz mniej pieniędzy), z drugiej zaś wzrost cen ropy naftowej oraz produktów przemysłowych, sprzedawanych przez kraje rozwinięte krajom ubogim, stawiają kraje Południa w bardzo niekorzystnym położeniu.

Po wypełnieniu tabeli poproś przedstawicieli zespołów, by zasiedli z przodu sali w celu przeprowadzenia krótkiej debaty. Każdy z nich przedstawi efekty pracy swojego zespołu nad jednym zagadnieniem (inne zagadnienie przedstawią inne osoby). Przedstawiciele pozostałych grup uzupełniają ich wypowiedzi. Podsumuj krótko każde zagadnienie przed rozpoczęciem dyskusji o kolejnym problemie. Na zakończenie zadaj całej grupie pytania:

Czy uważacie, że konwencjonalny handel międzynarodowy funkcjonuje na sprawiedliwych zasadach?

Kto korzysta na poznanych dziś zasadach funkcjonowania handlu międzynarodowego, a kto traci?

Czy w takich warunkach kraje ubogie mają szansę na dogonienie w rozwoju krajów bogatych?

4. Rola Sprawiedliwego Handlu: 10 minut

Wyświetl slajd lub wywieś planszę z definicją Sprawiedliwego Handlu. Poproś uczestników, aby na jej podstawie określili, w jaki sposób Sprawiedliwy Handel przyczynia się do większej sprawiedliwości w handlu międzynarodowym, a przez to do zwalczania głodu na świecie.

Sprawiedliwy Handel jest to partnerstwo w handlu, opierające się na dialogu, przejrzystości i szacunku, w którym dąży się do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju poprzez oferowanie lepszych warunków handlowych dla marginalizowanych producentów i pracowników, szczególnie na Południu.

Organizacje Sprawiedliwego Handlu (wspierane przez konsumentów) aktywnie angażują się we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości i kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego.

Poproś uczestników, aby znaleźli w definicji te sformułowania, które dotyczą podwójnych standardów. Następnie poproś ich, aby wymienili konkretne działania Sprawiedliwego Handlu, które ich zdaniem przeciwdziałają niesprawiedliwym zasadom handlu międzynarodowego i w ten sposób przyczyniają się do walki z ubóstwem i głodem na świecie. Mogą to być np.:

- godziwe ceny, z reguły wyższe niż na „wolnym” rynku – niwelują ekonomiczne skutki podwójnych standardów (jak np. zaporowe cła, dotacje rolne w krajach rozwiniętych itp.), które utrudniają zwiększenie dochodów producentów w krajach Południa;
- przedpłaty dla producentów – pozwalają pozyskać środki na rozwijanie działalności, jedyne dostępne wobec niedostępności kredytów i utrudnień w rozwijaniu produkcji, uniezależniają ich też od lichwiarzy, oferujących pożyczki na niestychanie wysoki procent (jest to najpoważniejsza dziś przyczyna porażki w niewolę – z powodu niespłacalnych długów);
- premie na projekty rozwojowe – pozwalają inwestować w rozwój społeczności lokalnych, ochronę zdrowia, edukację, ochronę środowiska, poprawę bezpieczeństwa żywnościowego, rozwój infrastruktury, ulepszenie metod produkcji itp., zależnie od potrzeb lokalnych (decydują sami producenci);
- długoterminowe umowy ze stałą gwarantowaną ceną minimalną – umożliwiają uniknięcia skutków zmienności cen na „wolnym” rynku, dają stabilność ekonomiczną, możliwość racjonalnego planowania i perspektywy rozwoju na przyszłość;
- Fair Trade Advocacy Office (FTAO – Biuro Rzecznictwa Sprawiedliwego Handlu) w Brukseli prowadzi lobbing polityczny „na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego”, ukierunkowany głównie na Unię Europejską i WTO.
- Poproś uczestników, aby zastanowili się nad rolą konsumentów, o których wspomina definicja Sprawiedliwego Handlu. Jak konkretnie widzą swoją rolę? Czy chcieliby się zaangażować? W jaki sposób?

5. Podsumowanie: 10 minut

Wyświetl lub przeczytaj poniższy cytat:

Czujemy, że nasza działalność to tylko kropla w oceanie. Ale bez niej ocean byłby uboższy.

Matka Teresa z Kalkuty

Poproś uczestników, by powiedzieli, jak rozumieją te słowa i jak można je zastosować do omawianego tematu. Następnie wyłóż na stoły flamastry i duże arkusze papieru z niedokończonymi zdaniem i poproś uczestników, aby obeszli wszystkie arkusze i dopisali swoje zakończenia, związane z problemem głodu na świecie, a na koniec zapoznali się z wpisami pozostałych osób. Oto kilka propozycji:

- Gdybym był w domu odpowiedzialny za zakupy...
- Gdybym był nauczycielem...
- Gdybym był właścicielem sklepu...
- Gdybym był dziennikarzem...
- Gdybym był gwiazdą estrady...
- Obecnie chciałbym podjąć zadanie...
- Sprawiedliwy Handel przyczynia się do likwidacji głodu na świecie, ponieważ...
- Sprawiedliwy Handel broni godności i praw człowieka, ponieważ...
- Sprawiedliwy Handel przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, ponieważ...

W zależności od liczebności grupy i czasu, jakim dysponujesz, możesz wykorzystać wszystkie propozycje, wybrać niektóre z nich lub też przygotować własne.

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie projektu

- mity o nędzy i głodzie - arkusze dla uczestników i dla prowadzącego;
- broszura „Mity o nędzy i głodzie” - do wydruku.

ZAŁĄCZNIK NR 1

MITY I RZECZYWISTE PRZYCZYNY GŁODU NA ŚWIECIE

- Nie stać nas, aby wszystkich nakarmić
- Biedni głodują z własnej winy, gdyż są leniwi
- Konsumpcyjny styl życia na Północy kosztem ludzi na Południu, którzy są coraz biedniejsi
- Ubóstwo na Południu
- Brak woli politycznej krajów bogatych, by coś zmienić
- Ludzkość jest bezradna wobec głodu
- Dominacja polityczna krajów bogatych
- Dotacje rolne w krajach bogatych
- niesprawiedliwy handel międzynarodowy
- Produkcja biopaliw
- Klęski żywiołowe
- Zawłaszczanie ziemi (*land grabbing*)
- Zadłużenie zagraniczne krajów ubogiego Południa
- Wojny, handel bronią i brak stabilizacji politycznej

- Biedni mają za dużo dzieci
- Straty żywności w magazynach, gdzie ją zjadają myszy i szczury
- Brak wykształcenia
- Produkcja biopaliw
- Wykorzystywanie ziemi do dochodowych uprawy eksportowych
- Nieudolne i skorumpowane rządy
- Zniszczenie środowiska naturalnego
- Za mało jest żywności
- Brakuje ziemi uprawnej
- Za mało jest wielkich farm i plantacji
- Zbyt mała pomoc zagraniczna
- Spekulacje giełdowe na międzynarodowym rynku żywności

ZADANIE

Wyszukaj mity na temat głodu i podkreśl je.

ZAŁĄCZNIK NR 2

RZECZYWISTE PRZYCZYNY GŁODU NA ŚWIECIE

- niesprawiedliwy handel międzynarodowy
- Dotacje rolne w krajach bogatych
- Zadłużenie zagraniczne krajów ubogiego Południa
- Brak woli politycznej krajów bogatych, by coś zmienić
- Dominacja polityczna krajów bogatych
- Konsumpcyjny styl życia na Północy kosztem ludzi na Południu, którzy są coraz biedniejsi
- Nieudolne i skorumpowane rządy
- Produkcja biopaliw
- Spekulacje giełdowe na międzynarodowym rynku żywności
- Straty żywności w magazynach, gdzie ją zjadają myszy i szczury
- Ubóstwo na Południu
- Wojny, handel bronią i brak stabilizacji politycznej
- Brak wykształcenia
- Wykorzystywanie ziemi na dochodowe uprawy

- eksportowe, zamiast żywnościowych
- Zawłaszczanie ziemi (*land grabbing*)
- Zniszczenie środowiska naturalnego

MITY NA TEMAT GŁODU

- Biedni głodują z własnej winy, gdyż są leniwi
- Biedni mają za dużo dzieci
- Brakuje ziemi uprawnej
- Brakuje żywności
- Klęski żywiołowe
- Ludzkość jest bezradna wobec głodu
- Nie stać nas, aby nakarmić wszystkich
- Zbyt mała pomoc zagraniczna
- Za mało jest wielkich farm i plantacji

Inspiracje dla prowadzących

Zawłaszczanie ziemi (*land grabbing*)

http://igo.org.pl/download/zawlaszczanie_ziemi.pdf

http://pintera.weebly.com/uploads/2/7/5/8/27583937/afrykaski_wycig_po_ziemie_czyli_land_grabbing_xxi.pdf



www.pdsc.pl/pl/baza-publicacji/artykuly/144-nie-ziemskie-interesy-relacja-z-warsztatow-o-zawaszczaniu-ziemi



Dotacje rolne w krajach bogatych

<http://globalnepoludnie.pl/Subwencje-do-rolnictwa-a-ubostwo-w>

Głód światowy

http://mikroekonomia.net/system/publication_files/393/original/2.pdf?1314959706

www.jzb.waw.pl/index.php?co=ocochodzi

www.maitri.pl/gazetka/my_04/html/glod.htm

<http://www.zb.eco.pl/bzb/3/index.htm>



„My a Trzeci Świat”- katalog artykułów dotyczących globalizacji, handlu międzynarodowego, zadłużenia krajów ubogich itp.

http://www.maitri.pl/gazetka/spis/wplywy/_wplywy.htm



Zanim rano skończysz jeść śniadanie, już będziesz zależny od połowy świata. Nie będziemy mieć pokoju na ziemi, dopóki nie uznamy tego podstawowego faktu.

Martin Luther King

WARSZTAT 11

CZY TO NASZ INTERES?

Czas trwania

ok. 1 godziny

Grupa docelowa

dorośli i młodzież 15+;
grupa ok. 20-30 osób

Materiały i środki dydaktyczne:

- powielone materiały do pracy w grupach;
- duże arkusze papieru;
- tablica lub flipchart;
- przybory do pisania na papierze i tablicy;
- materiały do mocowania arkuszy papieru w miejscu widocznym dla całej grupy (np. sznurek i klamerki, plastelina, taśma klejąca itp.)

Cele i założenia

- Zdobywanie umiejętności łączenia skutków z przyczynami.
- Poznawanie zależności globalnych pomiędzy konsumpcyjnym stylem życia, problemami ludzi w krajach ubogich i problemami, jakie z nich wynikają dla nas samych.
- Krytyczne spojrzenie na nadmierną konsumpcję.
- Dostrzeżenie faktu, że solidarność globalna to nie tylko kwestia naszej dobrej woli czy etycznego wyboru, ale także dobrze pojęty długofalowy interes nas samych.
- Umiejętność dostrzegania osobistej odpowiedzialności wobec problemów światowych i poszukiwania osobistej na nie odpowiedzi.
- Budowanie większej otwartości na wspieranie projektów pomocy międzynarodowej.

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Wprowadzenie: 5 minut

Większość ludzi w Polsce sądzi, że to, co dzieje się w Afryce, Azji czy Ameryce Łacińskiej, jest zbyt daleko, aby mogło dotyczyć ich osobiście. Tymczasem w dobie globalizacji niekorzystne zjawiska społeczne w krajach ubogich w różny sposób odbijają się na życiu społeczeństw dobrobytu. Może to być np.:

- wzrost bezrobocia;
- obniżanie standardów pracy;
- handel narkotykami;
- zmiany klimatyczne;
- zatruta żywność z krajów tropikalnych;
- imigracja i uchodźstwo z krajów ubogich;
- światowy terroryzm i zagrożenie dla pokoju.

2. Praca w grupach: 25 minut

Poinformuj uczestników, jak będzie wyglądała praca w ramach tego warsztatu:

Podzielimy się na siedem (lub mniej - w zależności od liczby uczestników) zespołów, w których będziemy się zastanawiać nad wymienionymi zagadnieniami. Spróbujemy zrozumieć zależności między naszym stylem życia oraz działalnością gospodarczą i polityczną, a ubóstwem w krajach Trzeciego Świata oraz jego skutkami ubocznymi dla nas samych.

Najpierw zapoznamy się w zespołach z materiałami, które zaraz otrzymacie. Następnie spróbujemy zastanowić się, co trzeba zrobić w naszym najlepiej pojętym interesie, aby zapobiec opisanym w nich niekorzystnym procesom. Skupiamy się na sprawach, które bezpośrednio zależą od nas (możemy wziąć pod uwagę również naszych bliskich), a nie na tym, co np. powinni zrobić politycy czy inne osoby, nieobecne na naszym spotkaniu. Po zakończeniu pracy wybrani przez was przedstawiciele zaprezentują wszystkim obecnym główne punkty dyskusji oraz wnioski, do jakich doszedł ich zespół.

Wręcz każdemu zespołowi materiały do dyskusji oraz flamastry i duży arkusz papieru, na którym będą notować swoje wnioski.

3. Prezentacja przedstawicieli zespołów: 15 minut

Poproś przedstawicieli zespołów, aby przedstawili grupie, jaki problem rozważali oraz do jakich wniosków doszli. Arkusze papieru, na których je notowali, niech zawieszają na tablicy, zamocując na ścianie lub zawieszając sznurku, aby były widoczne dla wszystkich.

4. Podsumowanie: 15 minut

Porównajcie wspólnie efekty pracy poszczególnych zespołów, odpowiadając np. na następujące pytania:

Czy we wnioskach poszczególnych zespołów są elementy wspólne?

Czym się różnią?

Czy proponowane rozwiązania są realne?

Co to ma wspólnego z etyczną konsumpcją i Sprawiedliwym Handlem?

Wspólne wnioski zapiszcie na tablicy.

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie projektu

- tematy do omówienia przez poszczególne zespoły.

MATERIAŁY DO PRACY W GRUPACH

1. WZROST BEZROBOCIA NA PÓŁNOCY

Nasz „interes”

Przedsiębiorcy chcą być konkurencyjni na rynku i jak najwięcej zarabiać, dążą więc do obniżenia kosztów produkcji, lecz w Polsce nie mogą płacić pracownikom mniej, niż wynosi ustawowa płaca minimalna.

Konsumenci chcą jak najtańszych towarów, ale nie interesują ich warunki produkcji i pochodzenie nabywanych towarów, ani mechanizmy rynku światowego.

Aby uzyskać pożądany przez obie strony efekt:

- Do krajów ubogich przenoszona jest produkcja, a nawet całe fabryki, gdyż ubodzy - aby w ogóle przeżyć - podejmą każdą pracę, nawet za bardzo niskie wynagrodzenie i w najgorszych warunkach, co powoduje likwidację miejsc pracy w krajach Północy.
- Upada eksport do krajów ubogiego Południa, których nie stać na zakupy za granicą. W rezultacie na Północy - również w Polsce - zmniejsza się produkcja.
- W walce o każdy grosz kraje ubogie eksportują jak najwięcej towarów, ograniczając przy tym import. Ale masowy eksport podobnych produktów z różnych krajów powoduje gwałtowny spadek ich cen. W rezultacie import towarów rolnych i przemysłowych z krajów Południa staje się tańszy od naszej

produkcji, która w tej konkurencji przegrywa. Na skutek tego kraje bogate tracą dochody z przemysłu i rolnictwa, zmniejsza się produkcja i maleje ilość miejsc pracy.

- Towary, produkowane przez tzw. tanią siłę roboczą (co w praktyce oznacza wyzysk, głodowe wynagrodzenia, nagminne i szerokie łamanie praw pracowniczych, niebezpieczne warunki pracy, represje za działalność związkową, brak zabezpieczeń socjalnych – ubezpieczeń zdrowotnych, wypadkowych i emerytalnych, płatnych urlopów, niszczenie na wielką skalę środowiska naturalnego, co odbija się też na zdrowiu pracowników, a nawet wykorzystywanie niewolniczej siły roboczej, w tym pracy dziecięcej), w rezultacie takiego „obniżania kosztów produkcji” są bardzo tanie. Ceny detaliczne gotowych produktów bywają niższe, niż hurtowe ceny surowców dla polskich producentów. Tanie importowane towary (z których najbardziej „widoczne” są produkty z Chin), zalewając nasz rynek, powodują spadek sprzedaży droższych towarów, dostarczanych przez producentów polskich, którzy muszą ponosić wysokie koszty zatrudnienia, BHP, podatków, składek na ZUS itp.

Skutki uboczne

Wzrost bezrobocia na Północy poprzez likwidację wielu miejsc pracy, a nawet upadek przedsiębiorstw.

Kraje Unii Europejskiej utraciły już z takich powodów setki tysięcy miejsc pracy. Nas też to czeka.

Zastanówmy się:

- Jak na to wpływa zła sytuacja w krajach ubogiego Południa?
- Co możemy zrobić, aby to zmienić? Co to ma wspólnego z naszą konsumpcją?
- Czy pomoc to nasz interes?

2. OBNIŻANIE STANDARDÓW PRACY

Nasz „interes”

Przedsiębiorcy chcą być konkurencyjni na rynku i jak najwięcej zarabiać, więc dążą do obniżenia kosztów produkcji, oszczędzając na pogarszaniu warunków pracy pracowników

Konsumenci chcą jak najtańszych towarów, ale nie interesują ich warunki produkcji i pochodzenie nabywanych towarów, ani mechanizmy rynku światowego.

Aby uzyskać pożądaną przez obie strony efekt:

- Nasi producenci z powodu ostrej konkurencji tanich towarów z krajów ubogich czują się zmuszeni do „równania w dół” do standardów płac i warunków pracy w krajach ubogich. Inaczej stoją przed perspektywą utraty możliwości zbytu i bankructwa, gdyż ich towary okazują się zbyt drogie dla nieświadomych konsumentów, którzy wybierają towary tańsze bez względu na ich pochodzenie, o którym nic nie wiedzą.
- Powoduje to obniżanie wynagrodzeń, wymuszanie bezpłatnych nadgodzin oraz wiele innych „oszczędności”, związanych z warunkami i bezpieczeństwem pracy, których pracodawcy dokonują kosztem swych pracowników. Oszczędzają np. na remontach i konserwacji sprzętu, odzieży ochronnej, warunkach lokalowych, oświetleniu, ogrzewaniu itp.
- W coraz większym stopniu zatrudnia się pracowników nie na umowę o pracę, która gwarantuje pracownikom różne prawa, jak płaca minimalna, ośmiogodzinny czas pracy, wynagrodzenie za nadgodziny, dni wolne od pracy, płatne urlopy itp., lecz na tzw. umowy śmieciowe (umowy zlecenia, umowy o dzieło), które nie podlegają regulacjom wynikającym z prawa pracy i stawiają pracowników w znacznie gorszym położeniu w stosunku do pracodawcy.
- Nacisk biznesowych grup interesu na polityków wymusza pogarszanie przepisów, chroniących prawa pracowników.

Skutki uboczne

Coraz większa niepewność zatrudnienia, rotacja pracowników, gorsze warunki zatrudnienia i pracy, niższe zarobki, złe traktowania pracowników, wymuszania nadgodzin, więcej wypadków przy pracy itp.

Zastanówmy się:

- Jak na to wpływa zła sytuacja w krajach ubogiego Południa?
- Co możemy zrobić, aby to zmienić? Co to ma wspólnego z naszą konsumpcją?
- Czy pomoc to nasz interes?

3. HANDEL NARKOTYKAMI

Nasz „interes”

Nasi przedsiębiorcy chcą być konkurencyjni na rynku i jak najwięcej zarabiać.

Konsumenci chcą jak najtańszych towarów, ale nic nie wiedzą o warunkach produkcji i pochodzeniu nabywanych towarów, ani o mechanizmach rynku światowego

Aby uzyskać pożądaną przez obie strony efekt:

- Wielkie korporacje ponadnarodowe naciskają na obniżenie cen kupowanych w krajach ubogich surowców i płodów rolnych (jak kawa, kakao itp.) i ustanowienie korzystnych dla nich zasad handlu międzynarodowego, bez względu na los ubogich producentów. niesprawiedliwe warunki powodują, że ceny towarów sprzedawanych przez kraje ubogie nieustannie spadają, nawet poniżej kosztów produkcji.
- Rządy krajów bogatych nakładają wysokie cła na towary przetworzone, więc importuje się głównie surowce. Pozbawia to możliwości większego zarobku producentów w krajach Południa, gdzie rozwijanie przemysłu staje się nieopłacalne.

Skutki uboczne

Rolnicy w krajach ubogich nie mogą się utrzymać ze swych tradycyjnych upraw, szukając więc wyjścia i przedstawiają się na uprawy bardziej opłacalne, które umożliwią im przeżycie. Są nimi np. koka i mak opiumowy. Rośnie ich produkcja i stają się bardziej dostępne. Kokaina jest drugim najbardziej popularnym narkotykiem w Europie.

Coraz więcej ludzi w Ameryce i Europie zażywa narkotyki. Wiąże się z tym również wzrost przestępczości.

Dotyczy to także nas. Według Europejskiego Centrum Monitorowania Narkotyków i Narkomanii, jej dostępność i używanie w Polsce rośnie. Przy tym jest to drugi najbardziej szkodliwy narkotyk po heroinie.

Rządy państw Północy nie szcędzą środków na walkę z nielegalnym handlem. Koszty pokrywane są z naszych podatków.

Zastanówmy się:

- Jak na to wpływa zła sytuacja w krajach ubogiego Południa?
- Co możemy zrobić, aby to zmienić? Co to ma wspólnego z naszą konsumpcją?
- Czy pomoc to nasz interes?

4. NISZCZENIE PLANETY

Nasz „interes”

Przedsiębiorcy chcą jak najwięcej zarobić, pobudzając i zaspokajając coraz bardziej wymyślne oczekiwania konsumentów.

Konsumenci chcą pięknych mebli, drzwi i in. wyrobów z drewna egzotycznego, chcą mieć w domu egzotyczne zwierzęta, chcą coraz tańszej żywności w coraz większych ilościach (znaczna jej część trafia potem na śmietnik), chcą coraz więcej mięsa, rezygnując z pokarmów roślinnych.

Aby uzyskać pożądaną przez obie strony efekt:

- W krajach Południa doprowadzono do ogromnego zniszczenia środowiska naturalnego.
- Nadmierna eksploatacja i degradacja gleb, np. z powodu eksportowych upraw i hodowli przemysłowych (soja na paszę dla bydła europejskiego i amerykańskiego, hodowla bydła rzeźnego na hamburgery itp. na ziemiach po masowym wyrębie lasów tropikalnych) powoduje m.in. gwałtowne powiększanie się powierzchni terenów pustynnych.
- Masowy wyrąb i wypalanie lasów tropikalnych dla pozyskania cennych gatunków drewna i nowej przestrzeni dla hodowli i upraw powoduje gwałtowne kurczenie się powierzchni lasów tropikalnych; najszybciej wycinają lasy kraje najbiedniejsze i najbardziej zadłużone; za co najmniej 2/3 wyrębów odpowiadają kraje rozwinięte.
- Prowadzi się rabunkowe połowy ryb (również niewymiarowych, które nie osiągnęły wieku rozrodczego) na wodach krajów ubogich, co prowadzi do przetowienia i niszczy ich zasoby.
- Terytoria lądowe i morskie krajów ubogich są traktowane jako wysypisko toksycznych odpadów z krajów bogatych, co sprawia, że przestają one dostarczać żywności dla ich mieszkańców.

Skutki uboczne

Zmiany klimatyczne (w 1/6 do ocieplenia klimatu przyczynia się wycinanie lasów tropikalnych, masowy wzrost hodowli bydła powoduje ten sam skutek z powodu wzrostu emisji metanu w wyniku procesów trawiennych zwierząt).

Pogarszanie się warunków życia ludności krajów ubogich z powodu degradacji ich środowiska naturalnego.

Usuwanie drobnych rolników z ich ziemi, by tworzyć wielkie gospodarstwa przemysłowe, co powoduje nędzę bezrolnych chłopów i powiększa strefy głodu.

Błyskawicznie giną liczne gatunki roślin i zwierząt - zniknęło ich już ponad 20%! To powoduje nieodwracalne straty, np. ekstrakty i geny wielu wyniszczonych gatunków roślin tropikalnych można było wykorzystać do produkcji nowych leków.

Niszczenie tówisk i ich nadmierna eksploatacja powoduje zmniejszenie się zasobów żywności dla mieszkańców krajów ubogich, ale także utratę miejsc pracy dla rybaków z krajów rozwiniętych.

Cały świat cierpi z powodu niszczenia zasobów naturalnych, zwłaszcza lasów tropikalnych oraz mórz i oceanów. Skutki tych zmian dotyczą także nas.

Zastanówmy się:

- Jak na to wpływa zła sytuacja w krajach ubogiego Południa?
- Co możemy zrobić, aby to zmienić? Co to ma wspólnego z naszą konsumpcją?
- Czy pomoc to nasz interes?

5. ZATRUTA ŻYWNÓŚĆ Z KRAJÓW TROPIKALNYCH

Nasz „interes”

Biznesmeni chcą jak najwięcej zarobić, więc szukają sposobów, by obniżyć koszty ich produkcji oraz by oferowane przez nich owoce tropikalne były jak najbardziej dorodne i zachęcały swym wyglądem do zakupów.

Konsumenci chcą produktów jak najtańszych i o atrakcyjnym wyglądzie.

Aby uzyskać pożądaną przez obie strony efekt:

na plantacjach w krajach ubogich używa się ogromnej ilości pestycydów i nawozów sztucznych.

Skutki uboczne

Robotnicy rolni pracują w zatrutym środowisku, nawet w czasie opryskiwania plantacji (teoretycznie na niektórych plantacjach mogą w tym momencie przerwać pracę, ale ponieważ tracą za ten czas wynagrodzenie, najczęściej pracują dalej). Zwykle nie mają odzieży ochronnej, nie są też informowani o szkodliwości tych środków ani szkoleni, jak się przed nimi chronić. W sumie prowadzi to do ostrych zatruc, chorób, a nawet śmierci, zwłaszcza wśród dzieci zatrudnianych na plantacjach.

Ubóstwo robotników rolnych na Południu powoduje, że nie mają oni dostatecznego wykształcenia i możliwości, by walczyć z olbrzymią chemizacją upraw na dużych plantacjach, produkujących na eksport takie środki spożywcze, jak kawa, herbata, owoce południowe (zwłaszcza banany) i ich przetwory (np. sok pomarańczowy) itp.

Klasycznym przykładem mogą być banany. Są one bardzo podatne na choroby i szkodniki, stąd producenci stosują wielkie ilości pestycydów, m.in. DBCP (Nemagon), którego użycia zakazano w USA już w r. 1979. W krajach bogatych zużywa się średnio 2,7 kg pestycydów na hektar rocznie; na plantacjach bananów w Kostaryce - aż 44 kg. Opryskuje się je nawet 50 razy w roku, co kosztuje dwukrotnie więcej niż płace.

Dotyka to i nas - w rezultacie nieświadomie konsumujemy produkty silnie skażone chemicznie, co nie jest obojętne dla naszego zdrowia.

Zastanówmy się:

- Jak na to wpływa zła sytuacja w krajach ubogiego Południa?
- Co możemy zrobić, aby to zmienić? Co to ma wspólnego z naszą konsumpcją?
- Czy pomoc to nasz interes?

6. IMIGRANCI I UCHODŹCY

Nasz „interes”

Przedsiębiorcy chcą jak najwięcej zarobić, więc np. handlują bronią, obniżają i tak głodowe płace w krajach ubogich, niszczą środowisko naturalne itp.

Ludzie na Północy bronią swoich miejsc pracy, więc nie chcą, by zakłady zbrojeniowe były zamykane.

Politycy chcą wygrać wybory i nie są zainteresowani walką z ubóstwem w krajach ubogich, bo nie żądają tego obywatele ich krajów, a nawet są temu przeciwni, sądząc, że to nie nasz interes, a środki należy przeznaczać na rozwój swojego kraju.

Aby uzyskać pożądaną przez wszystkich efekt:

Poświęca się los milionów ludzi, którzy nie mogą żyć w pokoju i dobrobycie, którzy muszą opuszczać zniszczone tereny, na których już się nie da żyć itp.

Skutki uboczne

Trudne warunki życia w krajach ubogich oraz konflikty powodują wzrost migracji. W roku 2013 odnotowano rekordową liczbę uchodźców. Na świecie jest ponad 50 mln. W poszukiwaniu pracy i lepszych warunków życia coraz częściej trafiają do krajów Północy, także do Polski. Oznacza to zarówno przeznaczanie pieniędzy z naszych podatków na pomoc dla imigrantów czy tworzenie kosztownych systemów kontroli i zapobiegania nielegalnej migracji, jak i powstawanie wielu problemów związanych z nieprzystosowaniem imigrantów do życia w nowym środowisku społecznym, np. wzrost przestępczości (też na tle rasistowskim, skierowanym przeciw uchodźcom), rasizm, terroryzm itp.

W roku 2013 odnotowano też rekordową liczbę 33,3 mln uchodźców wewnętrznych, którzy z powodu konfliktów i przemocy musieli porzucić domy, choć nadal pozostają na terenie swych krajów, gdzie jednak nie są bezpieczni i nie mają warunków do godnego życia.

Zastanówmy się:

Jak na to wpływa zła sytuacja w krajach ubogiego Południa?

Co możemy zrobić, aby to zmienić? Co to ma wspólnego z naszą konsumpcją?

Czy pomoc to nasz interes?

7. ŚWIATOWY TERRORYZM I ZAGROŻENIE DLA POKOJU

Nasz „interes”

Przedsiębiorcy chcą jak najwięcej zarobić, więc np. handlują bronią, obniżają i tak głodowe płace w krajach ubogich itp.

Ludzie na Północy bronią swoich miejsc pracy, więc nie chcą, by zakłady zbrojeniowe były zamykane.

Politycy chcąc wygrać wybory nie są zainteresowani walką z ubóstwem w krajach ubogich, bo nie żądają tego od nich obywatele, a nawet są temu przeciwni, sądząc, że to nie nasz interes, a środki należy przeznaczać na rozwój swojego kraju;

Aby uzyskać pożądaną przez nich efekt:

Poświęca się los milionów ludzi, którzy nie mogą żyć w pokoju i dobrobycie.

Skutki uboczne

Nędza światowa jest źródłem terroryzmu i dużego zagrożenia dla pokoju. Według danych FAO liczba niedożywionych i głodujących na świecie wynosi ponad 800 mln. Tymczasem w naszym świecie widać ludzi bogatych, żyjących w coraz większym luksusie. To rodzi ogromne napięcia i upokorzenie wśród marginalizowanych nędzarzy, którzy przecież o tym wiedzą dzięki współczesnym środkom przekazywania informacji. To właśnie z ubogiej części ludzkości wywodzi się niewielka, statystycznie znikoma grupa, która jednak sieje terror na skalę światową. Świat ma dużo szczęścia, że - jak na razie - nędza rodzi terroryzm jedynie na niewielkim obszarze świata arabsko-muzułmańskiego. Wyobraźmy sobie jednak,

co może się jeszcze narodzić z nędzy afrykańskiej, latynoamerykańskiej i wielu krajów azjatyckich. Takie grupy jak Al Kaida mogą powstać i tam. Co wtedy?

Początkowo przyczyną piractwa u wybrzeży Somalii była nadmierna eksploatacja łowisk u jej wybrzeży przez zagraniczne kutry rybackie, co pozbawiło miejscową ludność źródła utrzymania. Przyczynił się do tego także poziom ubóstwa w Somalii, która jest jednym z najbiedniejszych krajów świata. Teraz jest to szeroko rozwinięty i bardzo opłacalny dla piratów proceder. Ich ofiarą padają statki krajów rozwiniętych (też polskie, a także zagraniczne z polską załogą), których właściciele muszą płacić ogromne okupy za uwolnienie załogi oraz odzyskanie statku i ładunku.

Powstają ogromne koszty ludzkie i finansowe walki z terroryzmem poprzez zwalczanie środkami policyjnymi i militarnymi siatek terrorystycznych i pirackich oraz aresztowanie i więzienie ludzi uwikłanych w przestępstwa i zbrodnie. Ofiar nie brakuje po obu stronach.

Następuje ograniczanie praw i swobód obywatelskich dla zabezpieczania się przed terroryzmem.

Wybuchające z powodu walki z terroryzmem wojny (w Afganistanie czy Iraku) prowadzą do eskalacji napięcia międzynarodowego. Koszty ponosimy też my – nasze podatki są przeznaczane na udział w misjach pokojowych, giną też polscy żołnierze.

Zastanówmy się:

- Jak na to wpływa zła sytuacja w krajach ubogiego Południa?
- Co możemy zrobić, aby to zmienić? Co to ma wspólnego z naszą konsumpcją?
- Czy pomoc to nasz interes?



Całe narody nie mogą korzystać z bogactw własnego kraju ani z owoców swej pracy.

Jan Paweł II

WARSZTAT 12

OPOWIEŚĆ O RZECZACH

Cele i założenia

- Poznanie cyklu życia produktu oraz jego wpływu na ludzi i środowisko.
- Analiza filmu „Opowieść o Rzeczach”, jako narzędzia przekazywania przesłania dotyczącego zrównoważonego rozwoju.
- Zachęcenie do refleksji nad swymi nawykami konsumpcyjnymi.

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Wprowadzenie: 5 minut

Pokaż uczestnikom rysunki, przedstawiające cykl życia produktu: wydobycie, produkcję, dystrybucję, konsumpcję, utylizację – jak w filmie „Opowieść o Rzeczach”. Powiedz, iż wprowadzają one do tematu spotkania.

Podziel uczestników na grupy 3- lub 4-osobowe i przekaz każdej grupie kopie rysunków. Na tym etapie nie ujawniaj jeszcze żadnych szczegółów, związanych z rysunkami ani tematem lekcji. Napisz na tablicy:

Co oznaczają te rysunki?

W jakiej kolejności należy je ułożyć?

Jak można zatytułować każdy rysunek?

Daj uczestnikom chwilę na zastanowienie. Potem poproś, by podzielili się swymi pomysłami z grupą. W żaden sposób nie oceniaj ich odpowiedzi.

2. Oglądamy film: 25 minut

Poinformuj uczestników, że będziecie oglądać film „Opowieść o Rzeczach”, który szczegółowo wyjaśni znaczenie obrazków. Poproś uczestników:

Zanotujcie jedno zagadnienie:

- o którym wiedzieliście już wcześniej;
- które jest dla was nowe;
- z którym się nie zgadzacie, albo co do którego macie wątpliwości;
- o którym chcielibyście dowiedzieć się więcej.

Podkreśl, że powinni zapisać coś o każdym z tych zagadnień, albo zapamiętać swoje refleksje i zanotować je po zakończeniu projekcji, aby mogli lepiej się skupić i dobrze się bawić w czasie oglądania.

3. Refleksja: 10 minut

Po skończeniu oglądania filmu spytaj uczestników o ich pierwsze wrażenia:

Co sądzicie o tym filmie?

Co przedstawiały obrazki z początku lekcji?

Czy myśleliście kiedyś takich sprawach?

Czas trwania

45 minut

Grupa docelowa

dorośli i młodzież 15+

Materiały i środki dydaktyczne

- Rysunki, przedstawiające cykl życia produktów: wydobycie, produkcję, dystrybucję, konsumpcję i utylizację (narysuj proste rysunki, ewentualnie wytnij zdjęcia albo rysunki z czasopism).

Film „Opowieść o Rzeczach” (Story of Staff; dubbing):

<http://ziemianarozdrozu.pl/artukul/81/story-of-stuff-opowie-sc-o-rzeczach>; [vimeo.com/19305807](https://www.youtube.com/watch?v=19305807)



- Papier i przybory do pisania dla każdego uczestnika.

Następnie poproś uczestników, by podzielili się z grupą notatkami z oglądania filmu. Przedyskutuj cztery zagadnienia z punktu 2 i spróbuj uzyskać przynajmniej po trzy różne odpowiedzi. Możesz zachęcić uczestników do krytycznego myślenia poprzez rozważanie, z czym się zgadzają, co jest dla nich nowe oraz co wydaje się wątpliwe. Zadaj np. pytania:

Czy zgadzacie się z tym, o czym mówi film? Proszę uzasadnić swoją opinię.

Czy możemy ogólnie powiedzieć, że wiemy, co jest prawdą, a co fałszem?

Kto o tym decyduje?

Jak można ocenić, czy coś jest wiarygodne, czy nie?

Na tablicy napisz pytania uczestników, dotyczące ostatniego zagadnienia: „Jedna rzecz, o której chcielibyście dowiedzieć się więcej”, aby móc później do nich wrócić. Te pytania mogą być zadaniem domowym albo możesz odpowiedzieć na nie podczas jednego z kolejnych warsztatów.

Przedyskutuj poniższe pytania z grupą albo poproś uczestników o odpowiedź.

Jakie jest ogólne przesłanie „Opowieści o Rzeczach”?

Dlaczego ten film powstał?

Jakich technik używa autor?

Czy myślisz, że film jest przekonujący? Dlaczego?

Czy uważasz, że film może wpłynąć na wasz sposób robienia zakupów? Jeśli tak, to w jaki sposób?

UWAGI DLA PROWADZĄCEGO

Podczas kolejnego spotkania możesz skupić się na niektórych pojęciach wspomnianych w filmie, np.:

- korporacja;
- wydobycie surowców nieodnawialnych;
- utylizacja;
- eksternalizacja kosztów;
- zrównoważony rozwój;
- produkty uboczne;
- gospodarka lokalna;
- zamknięty cykl produkcyjny.

Możesz przydzielić uczestnikom poszczególne pojęcia i poprosić ich o wyszukanie ich znaczenia w Internecie (podczas zajęć albo w domu), aby przedstawili wyniki na następnym spotkaniu.

INSPIRACJE DLA PROWADZĄCEGO

Od roku 2007, kiedy powstał filmik „Opowieść o Rzeczach”, powstają inne podobne filmiki, np. „Historia Elektroniki”, „Historia Kosmetyków”, „Historia o Wodzie Butelkowanej” czy „Historia Rozwiązań”. Informują one o problemach związanych z produkcją różnych wyrobów.



Oryginalne filmy w języku angielskim

www.storyofstuff.org

Wersje polskie (dubbing lub napisy)

www.youtube.com/watch?v=-YdzA9TdJ2Q,

www.recykling.org.pl/index.php?dzial=2&kat=9&art=55

www.youtube.com/watch?v=ZqZX7z-b0-U

www.youtube.com/watch?v=i2yA_dq0g04

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie projektu

- Rysunki, prezentujące cykl życia produktów: wydobycie, produkcję, dystrybucję, konsumpcję i utylizację.

WARSZTAT 13

TEATR FORUM

Teatr Forum polega na opracowaniu krótkiego przedstawienia, ukazującego jakiś problem. Jest ono prezentowane widzowi, która ma za zadanie zidentyfikować bohaterów, przeżywających jakieś trudności. Na końcu przedstawienia stawiamy widzowi pytanie, czy którakolwiek postać mogłaby zachować się inaczej, zmieniając tym samym zakończenie scenki. Jest ona odgrywana po raz drugi. Tym razem jednak osoby z widowni mają możliwość zatrzymania przedstawienia i zmiany zachowania bohaterów, aby zaprezentować swój własny pomysł. Jest to narzędzie, które może być zaadaptowane dla celów odpowiedzialnej konsumpcji, rozumianej jako przeciwieństwo obecnego społeczeństwa konsumpcyjnego.

Faza przygotowawcza - zadania dla prowadzących

Do realizacji tego warsztatu potrzebnych jest trzech prowadzących. Powinni być świadomi problemów albo konfliktów istniejących w grupie, które mogłyby wymagać odpowiedniego dostosowania scenariusza. Prowadzący określają sytuację, która będzie przedstawiona. Aby widzowie dzielili się swoimi opiniami oraz włączyli się do akcji, ważne jest zachęcenie ich do tego przed spektaklem.

Przygotujcie scenariusz, który będzie odzwierciedlał sytuację, związaną z etyczną konsumpcją i/albo Sprawiedliwym Handlem. Możecie również zacząć spotkanie od przedstawienia kogoś, kto jest gotowy do podzielenia się swoimi doświadczeniami z grupą. Scenka, która zostanie zaprezentowana, powinna ukazywać kogoś, kto przeżywa konflikt wewnętrzny lub doświadcza trudności czy cierpienia z powodów od siebie niezależnych.

Przykład: W stresującej sytuacji wychodzisz z domu, zamiast zjeść kolację, przygotowaną przez mamę czy żonę. Jesteś wprawdzie zwolennikiem zdrowej żywności oraz Sprawiedliwego Handlu, zaś korporacyjne jadłodzielnice nie cieszą się twoją sympatią, jednak jest już późno, jesteś bardzo głodny i nie masz wielu możliwości wyboru. Decydujesz się więc pójść do restauracji typu fast food. Ta decyzja prowadzi do konfliktu wewnętrznego oraz konfliktu z innymi osobami, a jej przyczyny mogą być poddane analizie.

Do przygotowania scenariusza można też wykorzystać teksty pomocnicze z Warsztatu 1: Świadek z Zambii i Świadek z Burundi (str. 23)

PRZEBIEG SPOTKANIA

1. Przetłamywanie lodów – żywe obrazy

Dobrym sposobem jest rozpoczęcie tego ćwiczenia od przetłamywania pierwszych lodów, aby uczestnicy poczuli się swobodnie. Jedną z możliwości (spośród wielu dostępnych w Internecie) jest użycie metody zwanej teatrem obrazu. Poproś uczestników, aby wstali i zaczęli się poruszać. Wybrana osoba (albo prowadzący) w pewnym momencie klaszcze

Cele i założenia

- Analiza sytuacji niesprawiedliwości społecznej poprzez techniki teatralne.
- Wzmacnianie wyobraźni i kreatywności.
- Tworzenie przestrzeni dla ekspresji i rozrywki dzięki grze symbolicznej.
- Poszukiwanie wspólnych rozwiązań dla problemów społecznych.
- Zachęcanie do okazywania szacunku wobec różnych punktów widzenia podczas rozwiązywania konfliktów.

Czas trwania

Optymalny czas wynosi 2 godziny

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15+
W grupie powinno być 20-30 osób

Miejsce

Przestrzeń wystarczająco duża, aby wszyscy uczestnicy mogli się w niej swobodnie poruszać

i wypowiada na głos pojęcie, które ma być ukazane bez słów, np. dom. Wszyscy uczestnicy odgrywają „dom”, używając własnego ciała. Prowadzący omawia z uczestnikami podobieństwa i różnice w ich sposobach przedstawienia pojęć. Następnie zaczyna kolejną rundę z nowym pojęciem (np. kobieta, bieda, konsumpcja, sprawiedliwość, równość itd.).

2. Przedstawienie

Scenka obraca się wokół konfliktu, a osoba, znajdująca się w centrum akcji, musi znaleźć rozwiązanie. Widzowie są pytani, jakie mogą być rozwiązania tego konfliktu, a zadanie Forum polega właśnie na poszukiwaniu możliwych rozwiązań znanych sytuacji. W drugiej części spotkania scenka jest odgrywana ponownie z rozwiązaniem, które wymyśliła i przedyskutowała publiczność.

Grupa powinna zagrać scenkę raz (uwaga: scenka nie musi być długa, może trwać około minuty). Następnie grupa musi przedyskutować możliwe rozwiązania dla niesprawiedliwości, ukazanej w scenie. Scenka powinna być zagrana ponownie, ale tym razem widzowie są zachęcani do zatrzymania przedstawienia i zaproponowania jakiejś zmiany. Aktorzy powinni włączyć tę zmianę do scenki, albo widzowie mogą im przerwać, sami wejść na scenę i zagrać zaproponowane rozwiązanie.

3. Podsumowanie

Po zakończeniu przedstawienia aktorzy i publiczność mogą wspólnie omówić przebieg ćwiczenia. Możesz im pomóc przez zadawanie pytań, np.:

Jakie są wasze odczucia?

Dlaczego drugie rozwiązanie wydaje się lepsze od pierwszego, które zostało zmienione?

Co was zaskoczyło w trakcie poszukiwania nowego rozwiązania konfliktu?

Czego was nauczyło to ćwiczenie?

Co chcielibyście przekazać innym?

Uwagi dla prowadzących

Prowadzący może potrzebować wcześniejszego przeszkolenia, gdyż jest to technika dość skomplikowana. Ważne jest, aby członkowie grupy czuli się swobodnie w swoim towarzystwie. Ćwiczenie jest bardziej skuteczne, jeśli uczestnicy pracowali ze sobą już wcześniej. Więcej informacji można znaleźć w Interencie:



Teatr Forum

www.zb.eco.pl/bzb/2/eyfa.htm

<http://issuu.com/teatrforum/docs/teatrforumprzewodnik>

http://dobrawola.eu/?page_id=45

Rozdział 4. KAMPANIE I PROJEKTY

W tym rozdziale pokażemy, jak można nagłaśniać problemy związane z konsumpcją i marnotrawstwem oraz jak rozwiązywać te problemy w życiu codziennym, kształtując odpowiedzialny styl życia i konsumpcji. Są tu ukazane metody rozpowszechniania informacji oraz instrukcje, jak krok po kroku przeprowadzić własną kampanię. Długość kampanii zależy od jej organizatorów.

KAMPANIA 1

TORBY WIELOKROTNEGO UŻYTKU WŁASNEGO WYROBU



Cele i założenia

- Przekazanie uczestnikom informacji na temat odpowiedzialnej konsumpcji na przykładzie odpadów plastikowych.
- Poprawa umiejętności komunikacyjnych uczestników poprzez informowanie innych o marnotrawstwie, nadmiernej konsumpcji i możliwości ponownego wykorzystania przedmiotów, które wydają się już niepotrzebne.

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15+

PRZEBIEG KAMPANII

Kampania dzieli się na kilka etapów. W każdym z nich będą potrzebne różne materiały i środki dydaktyczne, a także różna ilość prowadzących (szczegóły w opisie każdego etapu).

1. Filmy wprowadzające: 30 minut

Materiały i środki dydaktyczne: sala, komputer z dostępem do Internetu, rzutnik multimedialny, sprzęt nagłaśniający.

Uczestnicy zapoznają się z filmami, ukazującymi skutki niekontrolowanego użytkowania przedmiotów z plastiku, zwłaszcza toreb jednorazowych:

Odkryto to zbyt późno - Wielka Pacyficzna Plama Śmieci

<https://www.youtube.com/watch?v=eau931jHs80>

Charles Moore o oceanach plastiku (napisy polskie)

<https://www.youtube.com/watch?v=XYMysk2x9mB8>



Po projekcji zainicjuj dyskusję, w której uczestnicy odpowiedzą np. na następujące pytania:

Jakie są wasze odczucia po obejrzeniu tych filmów?

Co was zaskoczyło?

Czy wiedzieliście, jakie są skutki używania jednorazowych toreb plastikowych?

Czy wiedzą o tym wasze rodziny?

Jak w waszym domu użytkowane są wyroby z plastiku, w tym torby?

Czy możecie zmienić swoje przyzwyczajenia?

Jak sądzicie, czy ludzie wiedzą o tym problemie?

Czy gdyby wiedzieli, zastanowiliby się nad skutkami i zmienili swoje postępowanie?

Jak im w tym pomóc?

2. Wycieczka na wysypisko śmieci: 4 godziny

Prowadzący: 1-2 osoby, zależnie od wielkości grupy;

Materiały i środki dydaktyczne: arkusze z pytaniami do wypełnienia długopisy.

Prowadzący przygotowuje arkusze z pytaniami do wypełnienia, na które odpowiadać będą uczestnicy, np.:

Jakie odczucia wzbudziła w was wizyta na wysypisku?

Jakich rodzajów odpadów zaobserwowaliście najczęściej?

Czy widzieliście rzeczy, które są użyteczne, a mimo to trafiły na wysypisko?

Czy chcielibyście coś zmienić w swoim stylu życia po tej wycieczce i dlaczego?

Prowadzący może opracować inny zestaw pytań, w zależności od grupy oraz odwiedzanego wysypiska.

Po zakończeniu wycieczki uczestnicy dzielą się swoimi odpowiedziami, jakie umieścili na arkuszach i wspólnie je omawiają pod kierunkiem prowadzących.

3. Co zrobić, aby produkować mniej plastiku? Burza mózgów: 30 minut

Materiały i środki dydaktyczne: tablica, przybory do pisania.

Uczestnicy podają hasłowo swoje propozycje. Prowadzący lub wybrany uczestnik grupy notuje wszystkie na tablicy bez żadnej selekcji. Następnie uczestnicy wspólnie omawiają zapisane propozycje, eliminując te, które uznają za nieodpowiednie czy mało realne, natomiast podkreślając te, które przy najmniejszym wysiłku mogą przynieść największe rezultaty. Ważne jest, aby te pomysły dotyczyły ich osobiście i były możliwe do zrealizowania przez nich samych i ich rodziny w obrębie ich gospodarstwa domowego, klasy itp.

Jeżeli to możliwe, opracujcie wspólny plan działania na rzecz zmniejszenia ilości odpadów plastikowych.

4. Jak zrobić torbę ze starych starych ubrań (np. spodni)? Warsztat: 4 godziny

Prowadzący: ich ilość należy dostosować do wielkości grupy.

Materiały pomocnicze: kawałki tkanin albo stare ubrania, maszyny do szycia, igły, guziki, komputer z dostępem do Internetu i rzutnik.

Uczestnicy zapoznają się z materiałami ukazującymi sposób wykonania toreb. Mogą to być filmy z Internetu:

Torba ze starej koszulki lub dżinsów

<https://www.youtube.com/watch?v=TytjGz5QMwM>

<http://manualni.pl/torba-z-koszulki>

<http://miimii-diy.blogspot.com/2013/11/jak-uszyc-torebke-ze-starych-jeansow.html>



Po obejrzeniu materiałów instruktażowych uczestnicy pod kierunkiem prowadzących przystępują do pracy. Należy zwrócić szczególną uwagę na bezpieczeństwo uczestników, gdyż prawdopodobnie więk-

szość z nich nigdy nie miała do czynienia z maszynami ani przyborami do szycia.

5. Zadanie domowe: przygotowanie arkuszy informacyjnych

Uczestnicy przygotowują arkusze z faktami o torebkach plastikowych, które odpowiadają na następujące pytania:

Ile plastikowych torebek jest zużywanych i wyrzucanych każdego dnia/tygodnia/roku?

Co się z nimi dzieje?

Jak długo rozkłada się plastik?

Co możemy zrobić?

W jaki sposób?

Przed rozpoczęciem kampanii informacyjnej uczestnicy mogą wspólnie wybrać najlepszą pracę i na jej podstawie przygotować ulotkę informacyjną, która zostanie powielona przed kolejnym etapem kampanii.

6. Kampania informacyjna

Prowadzący

2 osoby

Materiały pomocnicze

Arkusze informacyjne, własnoręcznie uszyte torby na zakupy, ulotki przygotowane przez uczestników grupy.

Gdzie? Przed supermarketem.

Jak? Uczestnicy zamieniają plastikowe torby klientów na darmowe torby z tkanin i informują ich o szkodliwym wpływie plastiku na środowisko, rozdają też ulotki (w każdej torbie można umieścić ulotkę jeszcze przed akcją, osobom, które nie dostaną torby, można je wręczać oddzielnie).

Uwagi dla organizatorów

Podczas tej kampanii będziecie potrzebować wiele toreb do rozdania! Jeśli nie wszystkie powyższe etapy możecie zrealizować, można wybrać tylko jedno ćwiczenie. Zalecamy jednak wszystkie, aby głębiej zaangażować uczestników. Szycie toreb na zakupy ze starych dzinsów czy koszulek jest bardzo proste. Zazwyczaj uczestnicy mocno się angażują w szycie, więc to ćwiczenie może zająć dużo czasu. Dobrym pomysłem jest przyszyć na torbach małego logo albo nazwy kampanii, żeby ludzie mogli uzyskać dostęp do większej ilości informacji.

KAMPANIA 2

DZIEŃ BEZ ZAKUPÓW

Cele i założenia

- Dzień bez Zakupów jest międzynarodowym wydarzeniem, organizowanym co roku w listopadzie. Jest to dzień sprzeciwu wobec konsumpcyjnego stylu życia, obchodzony przez działaczy społecznych i świadomych, odpowiedzialnych konsumentów.
- Jego celem jest zwrócenie uwagi na postępujący konsumpcjonizm i przywiązywanie nadmiernej wagi do dóbr materialnych oraz szersze spojrzenie na współczesny system wartości. Nie chodzi o zmianę postępowania na jeden tylko dzień. Obchody mają być impulsem do długofalowego

kształtowania odpowiedzialnego stylu życia i konsumpcji oraz zaangażowania w systematyczne ograniczanie ilości zużywanych rzeczy i wytwarzanych odpadów.

Przedmiotem naszej kampanii będzie prowadzenie przez jeden dzień sklepu, w którym... niczego nie sprzedajemy. Zamiast tego będziemy rozdawać jabłka oraz kartki z wypowiedziami różnych ludzi, mówiące o konsumpcjonizmie i – szerzej – o naszej postawie wobec wartości, w tym materialnych.

Termin

W USA Dzień bez Zakupów odbywa się w piątek po Święcie Dziękczynienia, obchodzony tam w czwartek czwartek listopada. W innych krajach Dzień bez Zakupów odbywa się w ostatnią sobotę listopada.

Czas trwania

4 godziny na przygotowanie, ok. 8 godzin akcji (zależnie od czasu pracy sklepu, w którym się odbędzie).

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15+, szeroka publiczność (potencjalnie setki osób).

Prowadzący

Przynajmniej jedna osoba (we dwie-trzy osoby jest zabawniej).

Miejsce

Sklep ekologiczny, sklep Sprawiedliwego Handlu czy jakikolwiek inny sklep.

Materiały pomocnicze

Materiały, ramy czasowe, miejsce itd. zależą od planowanych działań. Aby zorganizować Dzień bez Zakupów w sklepie, potrzebne będą następujące materiały:

- 5 kg jabłek lokalnych;
- 1 ładny koszyk;
- 50 cytatów myślicieli z różnych krajów, wydrukowane i pocięte na małe kawałki papieru;
- białe prześcieradła do przykrycia półek z towarami w ilości zależnej od ich wielkości;
- 1 kłębek sznurka;
- 50 klamerek albo szpilek;
- aparat fotograficzny.

PRZEBIEG KAMPANII

1. Przygotowania do Dnia bez Zakupów – 2-4 tygodnie przed obchodami

- Sprawdź datę tegorocznego Dnia bez Zakupów.
- Znajdź właścicieli sklepów, którzy mogą zrezygnować tego dnia z zysku.
- Przygotuj interesującą i chwytliwą informację dla mediów i wyślij tydzień przed Dniem bez Zakupów.
- Zamieść informację o planowanych działaniach na twojej stronie internetowej.
- Przygotuj wszystkie niezbędne materiały i harmonogramy.
- Wyślij przypomnienie do dzienników i telewizji, jeden dzień przed wydarzeniem.
- Zamieść informację na Facebooku.
- Wydrukuj kilka egzemplarzy informacji dla mediów.

2. Dzień wydarzenia

Czas trwania

Cały dzień, w zależności od godzin otwarcia twojego sklepu.

Rano przygotuj sklep - zakryj wszystkie półki białymi prześcieradłami, aby produkty nie były widoczne. Kartki z cytatami przypnij spinaczami lub szpilkami do prześcieradeł. Potóż na ladzie ładny kosz i napętnij go jabłkami (nie zapomnij ich umyć). Otwórz sklep i czekaj na przybycie klientów i dziennikarzy.

Każdemu gościowi opowiedz o idei Dnia bez Zakupów. Zapytaj, kiedy ostatni raz odwiedzili przyjaciół, spędzili czas z rodziną, kiedy byli w teatrze czy w filharmonii, w lesie itp., a kiedy byli w centrum handlowym. Dzień bez Zakupów ma zwrócić uwagę na wartości niematerialne - duchowe, kulturalne, społeczne. Dlatego pytaj odwiedzających, co ich zdaniem jest bardziej wartościowe, niż zakupy. Wyjaśnij, co ma większą wartość, niż chodzenie po sklepach. Pytaj klientów o ich najmiłsze wspomnienie: czy jest ono związane z zakupami i rzeczami? Zaproponuj klientom wybór jednego cytatu i pozwól im zabrać go ze sobą. Poczęstuj ich również jabłkiem. Nie pozwól im jednak niczego kupić!

Bądź pewien, że znasz dobrze historię i ideę Dnia bez Zakupów, abyś mógł dzielić się tymi informacjami. Wyttumacz ideę Dnia bez Zakupów dziennikarzom, daj im oświadczenie prasowe, cytaty i jabłko. **Nie zapomnij zrobić zdjęć.** Wieczorem umieść je na Facebooku i stronie internetowej.

Możliwe problemy

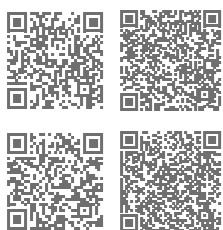
Może się zdarzyć, że nikt nie przyjdzie, media się nie zainteresują, niektórzy klienci mogą być zdenerwowani, jeśli mają daleko do sklepu i nie będą mogli nic kupić.

Mocne strony

Niski koszt, pozytywne zainteresowanie mediów, prostota planu.

Słabe strony

Potrzebny jest właściciel sklepu, który jest zainteresowany nie tylko sprzedażą. Nie jest to ćwiczenie dla dużej grupy osób. Sklep musi być dobrze znany, aby klienci i dziennikarze przyszli.



Więcej informacji

https://pl.wikipedia.org/wiki/Buy_Nothing_Day

<http://www.polskieradio.pl/42/259/Artykul/990825,Dzis-miedzynarodowy-Dzien-bez-Zakupow-Chyba-bez-Polski>

<http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/dzien-bez-kupowania>

Film: <http://www.tvntl.pl/index.php/programy-mainmenu-30/kurier-mainmenu-39/10367-dzie-bez-zakupow>

KAMPANIA 3

ŚNIADANIE LUB PIKNIK SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Cele i założenia

- Zapoznanie ludzi z ideą Sprawiedliwego Handlu i Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu.
- Zwiększenie poparcia dla Sprawiedliwego Handlu w społeczności lokalnej.
- Śniadanie/piknik może być jedną z form obchodów Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu. Powinno zgromadzić ludzi wspierających Sprawiedliwy Handel.
- Powinno się odbyć jednocześnie w tak wielu miejscach w całym kraju, jak to tylko możliwe.

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15+, młodzieńcy pod opieką dorosłych.

Czas trwania

Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu jest obchodzony na całym świecie co roku w drugą sobotę maja. W Czechach, gdzie taka kampania była realizowana, śniadanie zaczyna się zazwyczaj o godzinie 10, ale można zmienić godzinę w zależności od zwyczajów lokalnych.

Prowadzący

Koordinator krajowy/regionalny z zespołem (2-3 osoby); koordynatorzy lokalni; wolontariusze.

Środki pomocnicze

Profil na Facebooku; strona internetowa; narzędzia komunikacji.

PRZEBIEG KAMPANII

Należy zacząć od ustalenia, jakie organizacje podejmą się koordynowania akcji w wymiarze krajowym i regionalnym.

A. Koordynator krajowy/regionalny i jego zespół

- Stara się nadać wydarzeniom lokalnym jednolity charakter.
- W miarę możliwości przygotowuje film promocyjny.
- Kontaktuje się z koordynatorami lokalnymi i wspiera ich.
- Współpracuje z mediami.
- Zajmuje się stroną internetową i profilem na Facebooku.
- Wysyła koordynatorom lokalnym materiały informacyjne.
- Przygotowuje dla koordynatorów lokalnych propozycje gier i zabaw dla dzieci, przybliżających ideę Sprawiedliwego Handlu.

1. Przygotowanie i planowanie

Ważne jest, aby planowanie zacząć z dużym wyprzedzeniem. Zaleca się rozpocząć przygotowania około sześć miesięcy przed wydarzeniem, a więc w październiku lub listopadzie.

Członkom grupy koordynującej można przypisać różne zadania (np. jedna osoba kontaktuje się z organizatorami, druga - zajmuje się stroną internetową i Facebookiem, trzecia - współpracuje z mediami itp.).

Dobrze jest stworzyć stronę internetową, która będzie głównym źródłem informacji. Facebook jest przydatny jako narzędzie promocji. Im więcej „lajków” ma profil, tym więcej osób wie o imprezie i do niej dotęczy.

2. Promocja wydarzenia

Okolo trzy miesiące przed imprezą należy zachęcić osoby i organizacje do przyłączenia się do zabawy (w ten sposób powstanie sieć zainteresowanych osób). Im więcej osób się przyłączy, tym bardziej rozreklamowane będzie to wydarzenie. Trzymaj się zasady, że w każdym mieście czy wiosce może odbyć się tylko jedno Śniadanie Sprawiedliwego Handlu.

Stwórz film promocyjny, który zachęci również innych do przyłączenia się do imprezy. Film powinien być krótki, chwytliwy i zabawny.



Przykład: „Sprawiedliwy Handel zawsze i wszędzie”

<http://www.youtube.com/watch?v=QibqLnRnlis&feature=youtu.be>

3. Kontakt z organizatorami lokalnymi

Kiedy kontaktujesz się z organizatorami lokalnymi, pamiętaj aby sprawdzić:

- kto jest w danej miejscowości osobą kontaktową (poproś o e-mail i numer telefonu);
- gdzie dokładnie odbędzie się śniadanie - powinno to być miejsce publiczne, łatwo dostępne (np. park, ogród publiczny) i przyjemne - takie, w którym sam chętnie zorganizowałbyś piknik ze swoimi przyjaciółmi;
- kiedy dokładnie zacznie się wydarzenie (druga sobota maja, najlepiej o tej samej godzinie, np. o 10 rano - zazwyczaj o tej godzinie jest już nieco cieplej).

Kiedy zdobędziesz wszystkie informacje, stwórz wydarzenia na Facebooku, jedno dla każdego miejsca i udostępniij grupom lokalnym możliwość wprowadzania własnych informacji.

Jeśli jest taka możliwość, wyślij organizatorom paczkę z informacjami i materiałami promocyjnymi (np. ulotki o Sprawiedliwym Handlu, plakietki, naklejki itd.), które będą rozdawane podczas imprezy. Możesz również zaprojektować i wydrukować plakaty, które wyślesz każdemu organizatorowi. Organizatorzy będą tylko musieli dodać do plakatu czas i miejsce swojej imprezy.

Upewnij się, że organizatorzy poinformowali uczestników o konieczności przyniesienia własnego prowiantu, składającego się z produktów Sprawiedliwego Handlu (np. gotowe przekąski, napoje czy własnoręcznie przygotowane potrawy, ciasta itp.). Nie ma to być publiczna degustacja produktów, dostarczonych przez organizatorów, ale wspólne świętowanie Dnia Sprawiedliwego Handlu, w którym każdy ma swój udział.

Na Facebooku i stronie internetowej zamieść kilka przepisów, wykorzystujących dostępne produkty Sprawiedliwego Handlu, np. przepis na ciasto czy sałatkę. Poinformuj, gdzie takie produkty można kupić.

Wyślij organizatorom instrukcje, co powinni przekazać mediom (mniej więcej tydzień przed imprezą). Organizatorzy mogą wykorzystać te informacje do opracowania własnych materiałów dla mediów, które zostaną przekazane dziennikarzom lokalnym.

Poinformuj organizatorów, jakich informacji będziesz od nich oczekiwał po zakończeniu imprezy (np. ilość uczestników, zdjęcia itd.).

Przygotuj oświadczenie prasowe, które wyślesz do mediów krajowych na dwa dni przed imprezą.

4. Po imprezie

Zbierz wszystkie dane (ilość miast/wiosek, gdzie odbyły się imprezy, liczbę uczestników z każdego miejsca).

Wybierz najbardziej interesujące informacje i zdjęcia do oświadczenia prasowego, opracuj podsumowanie akcji i wyślij wszystko do mediów krajowych tego samego dnia.

Wyślij do organizatorów lokalnych podziękowanie za wysiłek, jaki włożyli w przygotowania, i zaproponuj wzięcie udziału w kolejnych działaniach (np. udział w seminariach albo warsztatach o Sprawiedliwym Handlu).

B. Koordynator lokalny

Jest odpowiedzialny za Śniadanie Sprawiedliwego Handlu w danym mieście lub wiosce.

Wybiera miejsce, gdzie odbędzie się śniadanie.

Zapewnia reklamę oraz kontaktuje się z mediami.

Jest odpowiedzialny za program towarzyszący śniadaniu, jak również za rozrywkę dla dzieci, dodatkowe przygotowania na miejscu imprezy oraz oznakowanie miejsca (wskazówki dotyczące dojazdu czy dojścia).

Koordynator lokalny jest również aktywnym uczestnikiem imprezy. Powinien zaprosić znajomych i przygotować własny prowiant. Powinien być również swego rodzaju wzorem do naśladowania oraz głównym łącznikiem z koordynatorem krajowym.

1. Przygotowanie i planowanie

Wybierz miejsce na imprezę, w którym wszyscy uczestnicy będą czuć się swobodnie. Może to być park, brzeg rzeki czy jeziora, sad, ogród, skwer, boisko itp. Ważne jest, aby to było uczęszczane miejsce publiczne, dobrze znane mieszkańcom. Dzięki temu również przechodnie będą mogli dołączyć się do śniadania. Najlepsze jest miejsce charakterystyczne dla danego miasta – można zrobić przed nim zdjęcie grupowe.

Pamiętaj, że pogoda w maju może być zmienna, trzeba więc znaleźć miejsce rezerwowe na wypadek deszczu. Wszyscy uczestnicy powinni z góry wiedzieć, gdzie ono jest (można ich poinformować przez Internet, Facebook albo plakaty).

Celem śniadania Sprawiedliwego Handlu jest wspólne świętowanie Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu. Jest więc istotne, żeby wszystkie śniadania odbyły się w tym samym czasie – w drugą sobotę maja.

W miarę możliwości zdobądź do pomocy kilka osób czy organizacji lokalnych. W ten sposób sam się mniej napracujesz, a akcja nabierze większego rozmachu.

2. Reklama

Wyślij zaproszenia do wszystkich znajomych i umieść je na Facebooku. Znajdź też inne sposoby reklamowania wydarzenia, np. biuletyny informacyjne, listy mailingowe zaprzyjaźnionych organizacji itp. Inne organizacje mogą ci pomóc poprzez zamieszczenie na swoich stronach internetowych logo wydarzenia z odsyłaczem do twoich informacji (koordynator może przestać logo za pośrednictwem poczty elektronicznej). Jednak najlepszym sposobem na reklamę jest Facebook.

Wykorzystaj plakaty, przystane przez koordynatora krajowego, albo użyj swoich własnych i powieś je w pobliżu miejsca, gdzie odbędzie się śniadanie. Plakaty mogą być też rozmieszczone we wszystkich miejscach, które są uczęszczane przez potencjalnych uczestników śniadania (kawiarnie, miejsca związane z kulturą, kluby, uczelnie itd.). Plakaty zazwyczaj wiszą najwyżej kilka dni, więc nie śpiesz się z ich rozwieszeniem.

W dniu imprezy przygotuj wskazówki, jak dotrzeć do miejsca, gdzie odbędzie się śniadanie. Umieść je na chodnikach, aby były widoczne dla przechodniów. Zawieś balony, plakaty, logo oraz zdjęcia, które dostarczył ci koordynator. Ważne jest rozreklamowanie miejsca. Aby to zrobić, będziesz potrzebował np. papieru, sznurka, pisaków, farb w sprayu, nożyczek, taśmy itp.

Jeśli masz współpracowników, rozdziel powyższe zadania pomiędzy nich. Wspólnie zastanówcie się, co jeszcze można zrobić, aby jak najlepiej rozreklamować planowane wydarzenie.

3. Przygotuj się na wielki dzień

Przygotuj kilka zabaw dla dzieci – ich rodzice na pewno to docenią. Użyj gier planszowych, kolorowanek oraz innych zabaw, zaproponowanych przez koordynatora krajowego. Jeśli to możliwe, zorganizuj kąpiel dla dzieci, gdzie wyznaczone osoby zajmą się nimi, aby ich rodzice mogli odpocząć. Zapewnij kredki, ołówki i karki papieru albo karton.

Poproś wszystkich uczestników o przyniesienie jedzenia i napojów. Uczestnicy powinni przynieść produkty Sprawiedliwego Handlu, ale mile widziane są też produkty ekologiczne albo lokalne. Na przykład: łatwo jest upiec ciasto, używając kakao i cukru ze Sprawiedliwego Handlu, albo przygotować pastę do smarowania z przyprawami ze Sprawiedliwego Handlu. Produkty Sprawiedliwego Handlu, jak herbata, kakao czy kawa, można przynieść w termosach lub dzbankach. Jeśli to konieczne, naczynia te mogą zostać udostępnione przez niektóre organizacje pozarządowe albo stołówki szkolne.

Nie zapomnij przynieść koca dla siebie oraz kilku dodatkowych dla tych, którzy zapomną przynieść swoich. Potrzebne mogą być również naczynia, kubki, łyżki, noże, obrusy itd. Śniadanie może być serwowane na ziemi albo na stole. Jeśli organizator chce użyć stołów, musi uzyskać pozwolenie od władz lokalnych. Jako stoły mogą jednak posłużyć puste kartony przykryte obrusami. Lepiej unikać jednorazowych naczyń plastikowych, ponieważ nie są one przyjazne dla środowiska.

Śniadanie Sprawiedliwego Handlu w Czechach



W Czechach śniadania Sprawiedliwego Handlu organizowane są od roku 2011 przez organizację NaZemi (www.nazemi.cz). W roku 2014 Śniadania Sprawiedliwego Handlu odbyły się w 115 miejscach. Uczestniczyło w nich łącznie 4420 osób. Informacje o tych wydarzeniach można znaleźć w języku angielskim na stronie: <http://ferovasnidane.cz/english>.

KAMPANIA 4

SZKOŁA PRZYJAZNA DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Cele i założenia

- Przybliżenie społeczności szkoły problemów globalnych i przygotowanie uczniów do funkcjonowania w zglobalizowanym świecie.
- Poznawanie współzależności między naszym stylem życia a problemami krajów ubogich oraz problemów wynikających z zasad funkcjonowania konwencjonalnego handlu międzynarodowego.
- Kształtowanie postaw odpowiedzialności i solidarności globalnej.
- Głębsze poznanie idei i funkcjonowania Sprawiedliwego Handlu.
- Promowanie, używanie i udostępnianie produktów Sprawiedliwego Handlu na terenie szkoły.
- Inicjowanie działań na rzecz Sprawiedliwego Handlu w środowisku szkolnym i lokalnym.
- Uzyskanie honorowego tytułu Szkoły przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu.

Grupa docelowa

Dorośli (zwłaszcza nauczyciele) i młodzież (zwłaszcza 15+). Kampania może być realizowana w każdym rodzaju szkoły i na każdym poziomie nauczania, do których należy dostosować wykorzystywane metody.

Czas trwania

Przeciętnie jeden rok szkolny

OPIS KAMPANII

1. Tytuł Szkoły przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu może uzyskać dowolna szkoła podstawowa, gimnazjalna lub ponadgimnazjalna. Analogiczną kampanię można poprowadzić na uczelniach wyższych, dostosowując ją do ich specyfiki. Na świecie istnieje wielka ilość szkół i uczelni, które uzyskały ten tytuł.
2. Aby uzyskać tytuł Szkoły przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu, należy spełnić następujące kryteria:
 - I. W szkole funkcjonuje grupa koordynująca, której celem jest promocja idei Sprawiedliwego Handlu i prowadzenie programu „Szkoła przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu”.
 - II. Władze szkoły podpisują deklarację dotyczącą zaangażowania szkoły w promocję idei Sprawiedliwego Handlu.
 - III. Uczniowie i nauczyciele poznają ideę Sprawiedliwego Handlu.
 - IV. Szkoła promuje ideę Sprawiedliwego Handlu na swoim terenie oraz w społeczności lokalnej.
 - V. Szkoła sprzyja wprowadzaniu produktów Sprawiedliwego Handlu na swoim terenie oraz w społeczności lokalnej.



Szczegółowy opis kryteriów i sposobów ich realizacji

<http://www.sprawiedliwyhandel.pl/web/guest/szkola-przyjazna-dla-sh>

3. W Polsce kampania prowadzona jest przez Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu we współpracy z Koalicją Sprawiedliwego Handlu.
4. Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu udziela szerokiego wsparcia merytorycznego szkołom, które przystępują do kampanii. Może przeszkolić nauczycieli, wypożyczyć przewoźne wystawy, dostarczyć materiały edukacyjne i promocyjne oraz produkty Sprawiedliwego Handlu.
5. Program Szkół przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu jest w Polsce całkowiec nowatorski. Funkcjonuje on jednak na zachodzie Europy, w Ameryce Północnej, Australii i Nowej Zelandii. Szczególnie rozwinięty jest w Wielkiej Brytanii.

PRZEBIEG KAMPANII

1. Zapoznajemy całą społeczność szkolną z ideą Sprawiedliwego Handlu – może to być dobrym impulsem dla rozpoczęcia kampanii. Może to przebiegać w następujących krokach:
 - szkolenie Rady Pedagogicznej w zakresie edukacji globalnej i Sprawiedliwego Handlu (szkolenie może poprowadzić Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu);
 - przeszkoleni nauczyciele prowadzą zajęcia w klasach;
 - przeszkoleni uczniowie we współpracy z nauczycielami przekazują zdobytą wiedzę rodzicom, np. w czasie spotkań rodziców w szkole.
 - Tym działaniom może towarzyszyć degustacja i/lub stoisko z produktami Sprawiedliwego Handlu.

Etap ten może odbyć się później, ale łatwiej jest przejść dwa kolejne etapy, gdy wszyscy członkowie społeczności szkolnej znają już ideę Sprawiedliwego Handlu i mają większą motywację do działania.

2. Związujemy grupę koordynującą, reprezentującą społeczność szkolną. W jej skład powinni wejść uczniowie (np. przedstawiciele Samorządu Szkolnego co najmniej 50% składu grupy), nauczyciele i rodzice (np. przedstawiciele Rady Rodziców). Zadaniem grupy jest inicjowanie i koordynowanie działań w ramach kampanii, ich dokumentowanie, ocena stopnia wypełnienia kryteriów oraz współpraca z ogólnopolskim Koordynatorem kampanii „Społeczności przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu”.
3. Podejmujemy uchwałę o przystąpieniu szkoły do kampanii, podpisaną przez przedstawiciela Rady Pedagogicznej (dyrektora szkoły czy nauczyciela wybranego na szkolnego koordynatora kampanii), Samorządu Uczniowskiego i Rady Rodziców.
4. Przesyłamy podpisaną deklarację przystąpienia do kampanii na adres Koordynatora kampanii (przykładową deklarację można znaleźć na stronie



http://www.sprawiedliwyhandel.pl/c/document_library/get_file?uuid=ba3c1db-8-0174-4ebc-b8a6-fcc965d0d898&groupId=10758.

5. Opracowujemy i zatwierdzamy plan działania w dziedzinie Sprawiedliwego Handlu, ustalamy, kto będzie odpowiedzialny za poszczególne zadania i kiedy zostaną wykonane.
6. Kontynuujemy działania edukacyjne na temat Sprawiedliwego Handlu w różnej formie (np. warsztaty, konkursy i projekty edukacyjne, debaty uczniowskie, wystawy prac plastycznych itp. – patrz niżej).
7. Dążymy do wprowadzenia na teren szkoły produktów Sprawiedliwego Handlu oraz do zorganizowania ich promocji i sprzedaży. Mogą to być pitki ze Sprawiedliwego Handlu, używane na sali gimnastycznej i boisku, a także produkty spożywcze, sprzedawane w sklepiku szkolnym, podawane w stołówce, konsumowane w pokoju nauczycielskim, podawane gościom w gabinecie dyrektora, proponowane rodzicom w czasie wywiadówek czy spotkań rodziców w formie poczęstunku lub na stoisku sprzedażowym.
8. Szkoła promuje ideę i produkty Sprawiedliwego Handlu także w swoim otoczeniu, np. uczniowie i nauczyciele sprawdzają, czy w okolicznych sklepach są dostępne produkty Sprawiedliwego Handlu, zachęcają je do wprowadzenia produktów do sprzedaży, rozpowszechniają informacje (organizując np. akcje ulotowe), nawiązują współpracę z lokalnymi mediami, organizują imprezy międzyszkolne itp.
9. Dwa razy w roku w szkole organizujemy imprezę, której celem jest promocja idei i produktów Sprawiedliwego Handlu na terenie szkoły oraz w społeczności lokalnej. Szczególną okazją jest Tydzień Edukacji Globalnej (trzeci tydzień listopada) oraz Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu (druga sobota maja).
10. W momencie wypełnienia wszystkich kryteriów przesyłamy dokumentację do Koordynatora kampanii na adres szkoly@fairtrade.org.pl, prosząc o przyznanie tytułu Szkoły przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu.
11. Świątujemy sukces swojej ciężkiej pracy - organizujemy uroczystość, piszemy do prasy lokalnej, zapraszamy radio i telewizję oraz wywieszamy zdobyty dyplom w widocznym miejscu, umilając uroczystość poczęstunkiem złożonym z przysmaków ze Sprawiedliwego Handlu.
12. Pamiętajmy o powtórzeniu całego cyklu pracy co roku i odnowieniu co dwa lata dyplomu, aby pokazać, że nadal wspieramy Sprawiedliwy Handel.

Przykłady działań w ramach kampanii

- Raz na kwartał we wszystkich klasach odbywają się lekcje, prowadzone na podstawie materiałów z naszego Poradnika lub samodzielnie opracowane przez nauczycieli;
- w szkole prowadzone są projekty edukacyjne (przykładem może być projekt „Czy wiesz co jesz”, opisany na str. 84)
- organizowany jest ogólnoszkolny konkurs (inspiracją może być materiał na str. 87)
- szkołę odwiedzają prelegenci Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu lub Koalicji Sprawiedliwego Handlu;
- szkoła organizuje ekspozycję wystawy na temat Sprawiedliwego Handlu, którą wykorzystuje też do poprowadzenia zajęć;
- szkolny dyskusyjny klub filmowy organizuje projekcje filmów o Sprawiedliwym Handlu;
- w szkole powstaje koto zainteresowań Sprawiedliwym Handlem;
- uczniowie prowadzą szkolny klub Sprawiedliwego Handlu, który organizuje np. regularne spotkania, poczęstunki dla rodziców w czasie wywiadówek czy spotkań rodziców, sprzedaje uczniom i nauczycielom przekąski i słodczyce ze Sprawiedliwego Handlu itp.;
- uczniowie prowadzą szkolny serwis informacyjny Sprawiedliwego Handlu na stronie internetowej szkoły i/lub na profilu Facebook, wydają biuletyn, rozprawdany wśród uczniów, nauczycieli i rodziców, który może relacjonować przebieg kampanii oraz publikować ogólne materiały informacyjne (inspiracją może być też warsztat „Sprawiedliwy Handel oczyma dziennikarzy-amatorów na str. 46);
- na sali gimnastycznej i na boisku używane są piłki ze Sprawiedliwego Handlu;
- szkołą dąży do tego, by produkty spożywcze Sprawiedliwego Handlu były dostępne np. w pokoju nauczycielskim, w sekretariacie i gabinecie dyrektorskim, w stołówce czy bufecie, w sklepiku szkolnym, były też podawane w ramach poczęstunku gościom szkoły.
- uczniowie zakładają i prowadzą szkolną spółdzielnię Sprawiedliwego Handlu, która zajmuje się dystrybucją produktów na terenie szkoły i wśród rodziców;
- uczniowie roznoszą ulotki o Sprawiedliwym Handlu w okolicy szkoły i swego miejsca zamieszkania;
- uczniowie odwiedzają lokalne sklepy spożywcze i pytają o dostępność produktów Sprawiedliwego Handlu, w przypadku ich braku zachęcają personel do ich wprowadzenia do asortymentu;
- uczniowie prowadzą badania poziomu świadomości społecznej w dziedzinie Sprawiedliwego Handlu (inspiracją może być opis warsztatu nr 5, spotkanie 2 i 3 na str. 35);
- inspiracją do działań w ramach kampanii są różne obchody, jak np. Tydzień Edukacji Globalnej (trzeci tydzień listopada), Światowy Dzień Sprawiedliwości Społecznej (20 lutego), Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu (druga sobota maja) i inne tego rodzaju obchody, ogłaszane np. przez ONZ;
- w szkole organizowany jest Dzień Sprawiedliwego Handlu, wypełniony odpowiednio dobranymi zajęciami edukacyjnymi, zawodami sportowymi, konkursami, debatami, projekcjami filmów itp.;
- w ramach festynu szkolnego promowana jest idea i produkty Sprawiedliwego Handlu;
- szkoła organizuje na swoim terenie piknik Sprawiedliwego Handlu, na który zaprasza też okolicznych mieszkańców (inspiracją może być opis kampanii „Śniadanie lub piknik Sprawiedliwego Handlu” na str. 76);
- we współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Sprawiedliwego Handlu organizowane są spotkania z przedstawicielami producentów z krajów Południa;
- szkoła nawiązuje kontakt z organizacją producentów w krajach Południa;
- szkoły uczestniczące w kampanii organizują międzyszkolne konkursy wiedzy na temat Sprawiedliwego Handlu czy konkursy na najlepszą szkołę Sprawiedliwego Handlu;
- szkoły z różnych krajów, uczestniczące w kampanii, nawiązują partnerską współpracę.
- Można wykorzystać niektóre z powyższych propozycji lub opracować własne metody działania. Pomysłów może być mnóstwo, a każda szkoła może mieć własne. Wszystko zależy od inwencji i zaangażowania zarówno nauczycieli, jak uczniów i ich rodziców.

Korzyści z udziału w kampanii

Dla szkoły

- podniesienie atrakcyjności oferty edukacyjnej szkoły;
- promocja szkoły oraz uzyskanie rozgłosu dzięki zainteresowaniu mediów lokalnych;
- budowanie pozytywnego wizerunku szkoły w społeczności lokalnej i głębszego w niej zakorzenienia;
- uzyskanie certyfikatu potwierdzającego zdobycie tytułu Szkoły przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu oraz dyplomów dla nauczycieli i uczniów, aktywnie zaangażowanych w kampanię;

- pierwszeństwo w spotkaniach z gośćmi z krajów ubogiego Południa, odwiedzającymi organizatorów kampanii;
- szansa na nawiązanie bezpośrednich kontaktów ze szkołami i organizacjami producentów w krajach ubogiego Południa, a także ze szkołami i organizacjami zaangażowanymi w działania na rzecz Sprawiedliwego Handlu w kraju i za granicą;
- nowe możliwości organizowania wolontariatu na terenie szkoły i angażowania uczniów w taką działalność we współpracy z różnymi organizacjami lokalnymi.

Dla nauczycieli

- zdobycie nowej wiedzy i umiejętności w dziedzinie edukacji globalnej i Sprawiedliwego Handlu;
- możliwość pozyskania nowych, atrakcyjnych materiałów edukacyjnych;
- możliwość uzyskania zaświadczenia, przydatnego do awansu zawodowego;
- pozyskanie nowych możliwości oddziaływania wychowawczego na uczniów;
- kształtowanie czynnych postaw zaangażowania społecznego, odpowiedzialności i solidarności globalnej;
- nowe możliwości angażowania uczniów w życie szkoły i wolontariat oraz nawiązania bliższych relacji z rodzicami uczniów;
- zachęta do podejmowania wielu inicjatyw oraz realizacji ciekawych programów i projektów edukacyjnych.

Dla uczniów

- wzbogacenie i uatrakcyjnienie przekazywanych w szkole treści, poszerzenie wiedzy i zainteresowań;
- okazja do poznania w atrakcyjny sposób odległych krajów i kultur oraz realiów życia ludzi, z których pracy korzystamy na co dzień;
- możliwość większego zaangażowania osobistego w proces edukacji dzięki metodom aktywizującym, wykorzystywanym w ramach edukacji globalnej, a także podjęcia pracy w formie wolontariatu;
- możliwość osobistego zaangażowania w działania na rzecz likwidacji nędzy i głodu oraz poprawy warunków życia ludzi w krajach ubogich dzięki bardziej sprawiedliwym relacjom handlowym;
- lepsze przygotowanie do życia w czasach globalizacji, które niosą ze sobą nowe problemy i wyzwania, z jakimi uczniowie i studenci będą się borykać w życiu dorosłym.

Inspiracje dla prowadzących



Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu

www.sprawiedliwyhandel.pl/web/guest/szkola-przyjazna-dla-sh

Poznań: pierwsza w Polsce Szkoła Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu

<http://ekai.pl/diecezje/poznanska/x78336/poznan-pierwsza-w-polsce-szkola-przyjazna-dla-sprawiedliwego-handlu>

Szkoła, Sprawiedliwy Handel

www.youtube.com/watch?v=jZXSa0aT78k

II LO przystąpiło do programu „Szkoła przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu”

www.lazarz.pl/?id=2&nr=6179

Spółdzielnie uczniowskie

www.krs.org.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=41&Itemid=297

Spółdzielnia uczniowska

https://www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0CCsQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.eduforum.pl%2Fmodules%2FPublikacje%2Ffiles%2F%5B050209%5D_Katarzyna_B_rkowska_-_Sp_dzielnia_Uczniowska.doc&ei=o6n0U_yBE8rc4QTYuIDIBA&usg=AFQjC-NEeBmA7AUm3ytfca8DYy3Zn139ZcQ

Fairtrade Schools (ang.)

<http://schools.fairtrade.org.uk>

What is a Fairtrade School? (ang.)

www.globalfootprints.org/WhatisaFairtradeSchool



EDUKACYJNY PROJEKT BADAWCZY

CZY WIESZ, CO JESZ?

Cele i założenia

- Wprowadzenie uczestników w problematykę edukacji globalnej i edukacji Sprawiedliwego Handlu.
- Propagowanie podstawowych zasad obywatelstwa globalnego, jakimi są:
 - » postrzeganie świata jako złożonej całości i naszej w nim roli;
 - » poszanowanie dla różnorodności etnicznej, kulturowej itp.;
 - » zdolność podejmowania działań na rzecz świata bardziej sprawiedliwego i zrównoważonego;
 - » odpowiedzialność za własne postawy i działania.
- Pomoc uczestnikom w zrozumieniu:
 - » zależności globalnych między producentami i konsumentami;
 - » wpływu konwencjonalnego handlu światowego na środowisko naturalne w skali globalnej;
 - » wpływu konwencjonalnego handlu światowego na możliwości rozwoju krajów ubogich;
 - » negatywnego wpływu nędzy w krajach Południa na nasze życie oraz sytuację gospodarczą;
 - » zależności między stylem życia i konsumpcji w krajach rozwiniętych, a możliwościami/brakiem możliwości rozwoju w krajach ubogich.
- Przybliżenie uczestnikom zagadnień konsumpcji etycznej i Sprawiedliwego Handlu, zmiana postaw konsumentów.
- Przygotowanie uczestników do roli ambasadorów konsumpcji etycznej i Sprawiedliwego Handlu.

Czas trwania

Od kilku tygodni do kilku miesięcy, w zależności od możliwości grupy. W tym czasie cała grupa uczestniczy we wspólnych spotkaniach trwających ok. 1 godz, a pomiędzy spotkaniami realizuje wyznaczone zadania.

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15+ w zorganizowanych grupach, spotykających się regularnie, np. uczniowie, studenci, koła naukowe, drużyny harcerskie, członkowie klubów ekologicznych, uczestnicy kółek zainteresowań w domach kultury, słuchacze Uniwersytetów Trzeciego Wieku itp.

Prowadzący

Projekt jest realizowany pod kierunkiem koordynatora projektu. Grupa zostaje podzielona na zespoły badawcze, z których każda wybiera swojego lidera, kierującego pracą zespołu.

Tematyka projektu

1. Projekt dotyczy popularnych produktów spożywczych, pochodzących z krajów ubogiego Południa:
 - kawa,
 - herbata,
 - kakao (czekolada),
 - banany,
 - pomarańcze (sok pomarańczowy).

Od ilości zespołów badawczych zależy ilość omawianych produktów. Koordynator projektu może wybrać niektóre z nich, może też powierzyć różne zagadnienia dotyczące tego samego produktu dwóm zespołom. W przypadku bardzo licznej grupy może też wybrać dodatkowe produkty (ryż, orzechy nerkowca, orzechy brazylijskie itp.), które dostarcza zarówno handel konwencjonalny, jak i Sprawiedliwy Handel.

2. Uczestnicy badają różne zagadnienia dotyczące poszczególnych produktów.
 - podstawowe informacje o danej roślinie uprawnej (systematyka, anatomia, biologia, pochodzenie itp.);
 - proces obróbki podstawowej i przetwórstwa;
 - współczesne metody uprawy danej rośliny oraz związana z nimi praca i problemy rolników;

- historia rozwoju upraw, handlu i spożycia oraz związanych z nimi aspektów kulturalnych, np. rytuały picia herbaty, kawa w sztuce (malarstwo, Kantata o Kawie J. S. Bacha) itp. itd.;
 - problemy ekologiczne związane z uprawami i - w następstwie – zagrożenia dla zdrowia producentów i konsumentów oraz dla kondycji całej planety;
 - problemy ekonomiczne i polityczne (geografia upraw, znaczenie dla gospodarki krajów-producentów, koszty produkcji i ceny sprzedaży, kryzys ekonomiczny, obroty w handlu światowym, rola korporacji, polityka handlowa UE, rola WTO, niesprawiedliwe zasady handlu międzynarodowego itp.);
 - problemy związane z naruszaniem praw pracowników rolnych czy drobnych rolników oraz z handlem międzynarodowym, prześladowania działaczy związkowych, praca niewolnicza, eksploatacja dzieci, dyskryminacja kobiet, rdzennej ludności i mniejszości etnicznych itp.;
 - firmy na naszym rynku: ich styl działania, marki, udział w rynku światowym i/lub krajowym itp.;
 - zachowania konsumentów w naszym regionie (badanie struktury zakupów i spożycia, preferencji, kryteriów wyboru, poziomu świadomości problemów etycznych, społecznych, gospodarczych, ekologicznych, zdrowotnych, znajomość Sprawiedliwego Handlu itp.);
 - wzajemne zależności między konsumentami a producentami, w tym negatywne efekty dla obu stron;
 - możliwości i propozycje zmiany relacji między konsumentami a producentami na obustronnie korzystne (np. uprawy ekologiczne, Sprawiedliwy Handel, kodeksy etyczne w firmach).
3. Koordynator może dokonać wyboru spośród powyższych propozycji, ale tak, aby uczestnicy zrozumieli współzależność między naszym stylem życia i konsumpcji, a możliwościami (brakiem możliwości) rozwoju w krajach ubogich. Ilość i szerokość zagadnień należy dostosować do możliwości uczestników oraz liczebności zespołów. Mogą to być np.:

Źródła informacji

- Internet, w tym strona www.sprawiedliwyhandel.pl, gdzie są materiały przygotowanych przez Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, przydatne dla uczestników i nauczycieli w realizacji projektu (niektóre materiały drukowane są też dostępne w siedzibie Stowarzyszenia).
- Media, filmy, publikacje książkowe.
- Wywiady, ankiety, informacje zebrane „z natury”, np. o markach produktów dostępnych na rynku itp.
- Konsultacje u ekspertów.

Kryteria oceny poszczególnych etapów pracy i rodzajów aktywności uczestników

- Ilość i wartość zebranych materiałów, sposób ich oceny, selekcji i opracowania;
- stopień zrozumienia globalnych zależności między producentami i konsumentami;
- wnioski z zebranego materiału dla kształtowania postaw życiowych, np. stylu konsumpcji;
- styl pracy w grupie (zaangażowanie wszystkich członków, wymiana informacji, sposoby podejmowania decyzji, rozwiązywanie konfliktów, samoocena postępów pracy);
- oryginalność i atrakcyjność prezentacji; sposób wykorzystania czasu przeznaczanego na prezentację;
- zaangażowanie członków zespołu w prezentację;
- przyciągnięcie zainteresowania innych uczestników projektu;
- oddziaływanie na środowisko, w którym funkcjonuje grupa.

Kontynuacja projektu

W przypadku dużego zainteresowania grupy projekt może być kontynuowany. W kolejnych edycjach badania mogą dotyczyć innego rodzaju produktów:

- a) surowców i nieprzetworzonych płodów rolnych, jak bawełna, drewno egzotyczne, złoto, kwiaty cięte i rośliny ozdobne, dostarczane na rynki krajów rozwiniętych z krajów Południa;
- b) wyrobów rzemieślniczych, przemysłowych i usług, jak pićki, odzież, telefony komórkowe, usługi turystyczne.

Harmonogram realizacji projektu

Szczegółowy podział na etapy, podział zadań i przebieg czasowy określa koordynator projektu. Pomocą może być poniższa propozycja:

Etap	Zadanie	Czas i miejsce	Realizatorzy	Odpowiedzialni		
1	Zapoznanie uczestników z zasadami realizacji projektu badawczego. Prezentacja założeń projektu "Czy wiesz, co jesz?"	Pierwsze spotkanie	Koordynator projektu	Koordynator projektu		
	Utworzenie zespołów badawczych, wybór liderów, wyznaczenie tematów dla zespołów, rozdanie liderom instrukcji realizacji projektu, podział zadań wśród członków zespołów.					
2	Zbieranie materiałów (informacji, zdjęć itp.) na temat produktów spożywczych, pochodzących z krajów Południa, których dotyczy projekt. Każdy zespół skupia się na jednym produkcie, starając się możliwie szeroko poznać zagadnienie. Praca odbywa się w ramach spotkań grupy i prac domowych. Zespoły spotykają się raz w tygodniu w celu kontroli tempa przebiegu pracy, wymiany informacji, podejmowania wspólnych decyzji co do sposobu i kierunków dalszych działań.	Pierwszy miesiąc realizacji projektu: szkoła, biblioteka, dom i in., wybrane przez uczestników	Zespoły uczestników	Liderzy zespołów badawczych pod kierunkiem koordynatora projektu		
	W trakcie zbierania informacji uczestnicy korzystają z konsultacji ekspertów, wskazanych przez koordynatora projektu lub znalezionych samodzielnie.		Eksperci na życzenie uczestników	Koordynator projektu		
	Podsumowanie i ocena etapu zbierania informacji.		Koordinacja, uczestnicy	Liderzy grup		
3	Przygotowanie zebranych informacji do prezentacji na forum grupy. Forma prezentacji dowolna, np. album, wystawa, konkurs plastyczny, konkurs literacki, happening, drama, stworzenie prezentacji multimedialnej czy strony internetowej, akcja informacyjna, przygotowanie folderu dla konsumentów, debata oksfordzka, projekt założenia grupy zainteresowania, np. kółka świadomych konsumentów itp.	Drugi miesiąc realizacji projektu	Zespoły uczestników	Liderzy grup		
	Prezentacje, ich ocena (zgodnie z arkuszem oceny) i wybór najciekawszych osiągnięć do przedstawienia na forum gupy.				Koordinacja, uczestnicy	Koordynator projektu, liderzy grup
	Ewaluacja projektu w miejscu jego prezentacji w formie wpisów do księgi pamiątkowej wyłożonej podczas prezentacji projektu				Liderzy grup, uczestnicy, zaproszona publiczność	Koordynator projektu
4	W miarę możliwości publiczne (na zewnątrz grupy, z udziałem mediów i zaproszonych gości) przedstawienie najciekawszych osiągnięć w ramach obchodów Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu, Tygodnia Edukacji Globalnej lub przy innej równie ważnej i odpowiedniej okazji. Jedną z możliwych metod prezentacji jest Teatr Forum (patrz str. 69).	Odpowiednio do daty obchodzonego wydarzenia	Zespoły uczestników, liderzy grup	Koordynator projektu		
	Ewaluacja projektu	Tydzień po publicznej prezentacji projektu	Koordinacja projektu, zaproszeni eksperci	Koordynator projektu		

KONKURS EDUKACYJNY

SPRAWIEDLIWY HANDEL: EGZOTYCZNIE, EKOLOGICZNIE I ETYCZNIE

Cele i założenia

- Zachęcenie uczestników do zdobywania i pogłębiania wiedzy o Sprawiedliwym Handlu.
- Sprawdzenie poziomu wiedzy uczestników po przerobieniu materiału z przewodnika.
- Atrakcyjne przekazywanie wiedzy publiczności, obserwującej zmagania konkursowe.

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15+. Ilość uczestników zależy od przyjętej metody prowadzenia konkursu.

Czas trwania

Ustala prowadzący w zależności od ilości uczestników oraz przyjętej metody eliminacji.

Materiały i środki dydaktyczne

Ich dobór zależy od przyjętych metod prowadzenia konkursu. Mogą to być np.:

- próbki produktów omawianych w ramach konkursu do prezentacji (ew. zdjęcia z Internetu);
- plansze lub slajdy ze znakami certyfikacyjnymi, które są przedmiotem pytań konkursowych;
- powielone pytania konkursowe;
- karty do głosowania lub papier do pisania.

PRZEBIEG KONKURSU

Konkurs wykorzystujący zaproponowane poniżej pytanie może być przeprowadzony na różne sposoby. Nasze propozycje możesz dostosować do swoich potrzeb, możesz też opracować jeszcze inną technikę prowadzenia eliminacji oraz dodatkowe własne pytania, odpowiednie do poziomu grupy, z którą pracujesz. Możesz też zamiast czterech odpowiedzi na każde pytanie wykorzystać tylko trzy, a także wybrać tylko niektóre pytania spośród tutaj zaprezentowanych.

Aby konkurs spełnił swój cel – podniesienie poziomu wiedzy o Sprawiedliwym Handlu – poinformuj uczestników, skąd mogą czerpać informacje niezbędne do owocnego udziału w eliminacjach. Sam również powinieneś się dobrze przygotować, aby po uzyskaniu odpowiedzi móc szerzej wyjaśnić każde zagadnienie. Pomocą mogą być też komentarze, umieszczone pod każdym pytaniem. Jeżeli eliminacje są prowadzone z udziałem publiczności, takie wyjaśnienia będą chętnie przez nią słuchane i zapamiętywane.

1. Etapy konkursu

Konkurs można podzielić na 4 etapy, w których uczestnicy odpowiadają na pytania dotyczące:

- ogólnie Sprawiedliwego Handlu;
 - egzotycznych produktów spożywczych Sprawiedliwego Handlu;
 - działań Sprawiedliwego Handlu na rzecz ochrony środowiska;
 - aspektów etycznych Sprawiedliwego Handlu.
- Możesz też dobrać pytania z wszystkich czterech grup tematycznych w inny sposób.

2. Metody odpowiadania na pytania

- uczestnicy losują pytania – każdy odpowiada na inne;
- wszyscy uczestnicy odpowiadają równocześnie na te same pytania – na znak prowadzącego podnoszą karty do głosowania A, B, C lub D; pytania może wybierać prowadzący, mogą być losowane lub numer pytania może być proponowany przez uczestników konkursu w określonym przez prowadzącego porządku;

- c. uczestnicy odpowiadają na piśmie; wybór pytań dokonywany jest j.w. lub też uczestnicy dostają kwestionariusze do wypełnienia jak na teście; po upływie limitu czasu prowadzący zbiera kartki i sprawdza poprawność odpowiedzi.

Prowadzący lub jego asystenci notują wyniki poszczególnych uczestników.

3. Metody eliminacji i wyłonienia zwycięzców

W zależności od ilości uczestników oraz czasu, jakim dysponujemy, możemy przyjąć różne metody wyłonienia zwycięzców:

- każdy uczestnik, który udzieli błędnej odpowiedzi, jest eliminowany - aż do wyłonienia zwycięzcy;
- konkurs dzielimy na kilka etapów; w poszczególnych etapach każdy uczestnik odpowiada na kilka pytań, do kolejnego etapu przechodzą najlepsi wg ustalonych kryteriów; do ostatniego etapu i walki o zwycięstwo zostają dopuszczone trzy osoby, które uzyskały najlepszy wynik; ta metoda daje większą możliwość oceny faktycznej wiedzy uczestników, niż poprzednia;
- uczestnicy są podzieleni na grupy, eliminacje odbywają się podobnie jak np. na mistrzostwach piłkarskich - zwycięzcy z poszczególnych grup przechodzą do kolejnego etapu, aż do wyłonienia zwycięzcy.

Zasady eliminacji powinny być jasno określone i znane uczestnikom przed rozpoczęciem konkursu. Przy dużej ilości uczestników mogą oni walczyć o zwycięstwo w zespołach.

4. Nagrody

Im ciekawsze i bardziej atrakcyjne nagrody czekają na zwycięzców, tym większe zainteresowanie wzbudzi konkurs wśród uczestników oraz emocje - wśród publiczności. Nagrodami powinny być przede wszystkim produkty Sprawiedliwego Handlu (wyroby rzemieślnicze, pićki, koszulki, produkty spożywcze). Poinformuj uczestników przez rozpoczęciem eliminacji, jakich nagród mogą się spodziewać.

PYTANIA KONKURSOWE

A. SPRAWIEDLIWY HANDEL W DZIAŁANIU

- **Sprawiedliwy Handel jest to...**
 - a) światowy system handlowy, którego reguły ustala Światowa Organizacja Handlu (WTO);
 - b) partnerstwo w handlu, opierające się na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym; +**
 - c) system partnerskiej współpracy handlowej Unii Europejskiej i krajów AKP (Afryka, Karaiby, region Pacyfiku), który regulują konwencje z Lome (Togo) i Kotonu (Benin);
 - d) dobrowolne porozumienie wielkich korporacji międzynarodowych, wdrażających w swej działalności handlowej z krajami ubogiego Południa zasady społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).

Komentarz prowadzącego: „Sprawiedliwy Handel jest to partnerstwo w handlu, opierające się na dialogu, przejrzystości i szacunku, w którym dąży się do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju poprzez oferowanie lepszych warunków handlowych dla marginalizowanych producentów i pracowników, szczególnie na Południu. Organizacje Sprawiedliwego Handlu (wspierane przez konsumentów) aktywnie angażują się we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości i kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego.”

Jest to powszechnie uznawana definicja międzynarodowa Sprawiedliwego Handlu, cytowana m.in. w dokumentach Unii Europejskiej. Została ustalona w roku 2001 przez FINE, platformę współpracy największych europejskich sieci, skupiających organizacje Sprawiedliwego Handlu. Definicja ta ukazuje wartości, na jakich opiera się Sprawiedliwy Handel. Te wartości odróżniają go od handlu konwencjonalnego, w którym naczelną wartością jest maksymalny zysk.

- **Sprawiedliwy Handel na świecie działa od:**

- a) 15 lat,
- b) 30 lat,
- c) 45 lat,
- d) ponad 60 lat. +**

Komentarz prowadzącego: Współczesny ruch Sprawiedliwego Handlu wywodzi swą działalność ze Stanów Zjednoczonych, gdzie chrześcijańska organizacja *Ten Thousand Villages* (dawniej *Self Help Crafts*) w roku 1946 zaczęła kupować wyroby rzemieślnicze z Portoryko, zaś SERRV - inna organizacja chrześcijańska - rozpoczęła w roku 1949 handel z ubogimi społecznościami na Południu. Pierwszy formalny sklep Sprawiedliwego Handlu został otwarty w roku 1958 w USA.

Pierwsze działania Sprawiedliwego Handlu w Europie zaczęły się pod koniec lat 1950., kiedy to Oxfam UK zaczął sprzedawać w swoich sklepach charytatywnych wyroby rzemieślnicze, wykonane przez uchodźców chińskich. W roku 1964 Oxfam utworzył pierwszą organizację Sprawiedliwego Handlu. Podobną inicjatywę podjęto w Holandii, gdzie w roku 1967 powstała organizacja importerska Fair Trade Original.

- **Za początki współczesnego Sprawiedliwego Handlu uznaje się:**

- a) działalność europejskich kompanii handlowych na Dalekim Wschodzie;
- b) wsparcie udzielane przez misjonarzy chrześcijańskich uchodźcom w Azji południowo-wschodniej po rewolucji w Chinach;
- c) współpraca organizacji chrześcijańskich z USA z wytwórcami z Portoryko; +**
- d) działalność ruchu spółdzielczego w XIX w. Irlandii i Wlk Brytanii.

Komentarz prowadzącego: patrz wyżej.

- **Certyfikacja produktów Sprawiedliwego Handlu nie obejmuje:**

- a) czekolady;
- b) telefonów komórkowych; +**
- c) drewna egzotycznego;
- d) złota.

Komentarz prowadzącego: Aktualnie istnieje kilka systemów certyfikacji produktów Sprawiedliwego Handlu, z których najbardziej znany jest *Fairtrade*. Obok niego działa też *Flower Label Program*, *Fair Flowers Fair Plants*, *FairWild*, *STEP*, *Naturland Fair*, *Fair For Life*, *Ecocert Fair Trade*, *Bio Equitable*, *Forest Garden Products* czy *Fair Trade Tourism*. Obejmują one szeroką gamę produktów spożywczych, pićki portowe, kwiaty cięte i rośliny ozdobne, bawetnę, dywany orientalne, drewno egzotyczne, złoto, usługi turystyczne. Nie obejmują jednak wyrobów przemysłowych, w tym telefonów komórkowych, choć powstała już inicjatywa wprowadzenia na rynek aparatów, spełniających kryteria Sprawiedliwego Handlu (zob. www.fairphone.com).



- **Działalność Sprawiedliwego Handlu w Polsce rozpoczęła się w roku:**

- a) 2011;
- b) 2003; +**
- c) 1998;
- d) 1989.

Komentarz prowadzącego: W roku 2003 zostało zarejestrowane Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, Organizacja Pożytku Publicznego, a zarazem pierwsza i jak dotąd jedyna certyfikowana organizacja Sprawiedliwego Handlu w Polsce. Ten moment można uznać za początek działalności Sprawiedliwego Handlu w Polsce, choć już w roku 1998 Ruch Solidarności z Ubogimi Trzeciego Świata MAITRI (znany m.in. z programu Adopcja Serca na rzecz sierot w Afryce) w swojej gazecie *My a Trzeci Świat* rozpoczął propagowanie idei Sprawiedliwego Handlu (zob. <http://www.maitri.pl/gazetka/spis/wplywy/handel.htm>), nie podejmując jednak praktycznych kroków w kierunku jej realizacji.



- **Komunikat popierający Sprawiedliwy Handel przyjął:**

- a) Sejm i Senat RP;
- b) Komisja Europejska; +**
- c) Zgromadzenie Ogólne ONZ;
- d) Kongres USA.

Komentarz prowadzącego: Dnia 5.05.2009 Komisja Europejska wydała Komunikat do Rady, Parlamentu Europejskiego i Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, zatytułowany: „Wkład w zrównowa-

zony rozwój: rola sprawiedliwego handlu i związanych z handlem pozarządowych systemów zapewniania zgodności ze zrównoważonym rozwojem”. W odpowiedzi na ten dokument Komitet Europejski Rady Ministrów na posiedzeniu w dniu 12 czerwca 2009 r. wydał Stanowisko Rządu RP do Komunikatu Komisji Europejskiej COM(2009) 215 z dnia 5 maja 2009 r.

• **Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu ma na celu m.in. podnoszenie świadomości konsumentów w zakresie idei, działalności i produktów Sprawiedliwego Handlu. Jest obchodzony corocznie:**

- a) na przełomie lutego i marca;
- b) w każdą drugą sobotę maja; +**
- c) 10 maja;
- d) w trzecim tygodniu listopada w ramach Tygodnia Edukacji Globalnej.

Komentarz prowadzącego: Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu jest to globalne święto Sprawiedliwego Handlu, obchodzone co roku w drugą sobotę maja przez organizacje Sprawiedliwego Handlu w ponad 70 krajach. Jest centralnym punktem dla wielu akcji, które odbywają się przez cały maj. Jego ideą jest promocja sprawiedliwości w handlu międzynarodowym, a także idei, działalności i produktów Sprawiedliwego Handlu. W Polsce obchodzony jest od roku 2007. Pierwsze obchody zorganizowało Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, wprowadzając równocześnie po raz pierwszy produkty Sprawiedliwego Handlu na rynek polski.

• **Szkola przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu to szkoła, która:**

- a) przygotowuje do zawodu handlowca, nie tylko ucząc, jak uzyskać optymalne efekty ekonomiczne, ale kładąc również nacisk na etyczne aspekty działalności handlowej i sprawiedliwe traktowanie dostawców, zwłaszcza z krajów ubogich;
- b) uzyskała honorowy tytuł po spełnieniu określonych kryteriów; +**
- c) organizuje wolontariat uczniów we współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Sprawiedliwego Handlu;
- d) wykluczyła ze sklepu szkolnego i stołówki niezdrowe produkty konwencjonalne i wprowadziła na ich miejsce ekologiczne produkty ze Sprawiedliwego Handlu.

Komentarz prowadzącego: Honorowy tytuł Szkoły przyjaznej dla Sprawiedliwego Handlu można uzyskać po spełnieniu kryteriów, opisanych w kampanii „Szkoła Przyjazna Dla Sprawiedliwego Handlu” (str. 80).

• **Spośród polskich miast honorowy tytuł Miasta przyjaznego dla Sprawiedliwego Handlu uzyskało jako pierwsze miasto:**

- a) Gdańsk;
- b) Łódź;
- c) Poznań; +**
- d) Warszawa.

Komentarz prowadzącego: Choć miasto Gdańsk jako pierwsze w Polsce zainteresowało się kampanią Miasta przyjaznego dla Sprawiedliwego Handlu, miasto Poznań uzyskał ten honorowy tytuł jako pierwszy. Uroczystość przekazania dyplomu odbyła się 11 listopada 2012 r.

• **Ruch miast przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu został zapoczątkowany w:**

- a) USA;
- b) Wielkiej Brytanii; +**
- c) Japonii;
- d) Brazylii.

Komentarz prowadzącego: Pierwszym miastem, które w roku 2001 ogłosiło się miastem przyjaznym dla Sprawiedliwego Handlu, było miasto Garnstang w Wielkiej Brytanii. Tam została opracowana koncepcja wspierania Sprawiedliwego Handlu przez miasta i uzyskania tytułu po spełnieniu określonych kryteriów.

• **Do uzyskania honorowego tytułu Miasta przyjaznego Sprawiedliwego Handlu nie należy kryterium:**

- a) uchwalenie przez Radę Miasta rezolucji popierającej Sprawiedliwy Handel;
- b) uzyskanie współpracy mediów lokalnych i społeczności lokalnej na rzecz Sprawiedliwego Handlu;
- c) udokumentowanie przez radnych przed przewodniczącym Rady Miasta nabywania produktów Sprawiedliwego Handlu na co dzień; +**
- d) zapewnienie przez lokalny handel i gastronomię dostępności produktów Sprawiedliwego Handlu dla konsumentów w czasie codziennych zakupów.

Komentarz prowadzącego: Do kryteriów Miasta przyjaznego Sprawiedliwego Handlu należą:

- utworzenie lokalnej grupy koordynującej realizację kampanii Miasto przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu;

- przyjęcie przez samorząd uchwały wspierającej Sprawiedliwy Handel i wzywającej do używania produktów Sprawiedliwego Handlu w trakcie lokalnych imprez i spotkań;
- zapewnienie dostępności co najmniej dwóch produktów Sprawiedliwego Handlu w lokalnych sklepach oraz punktach gastronomicznych, których ilość zależy od ilości mieszkańców danej miejscowości;
- używanie produktów Sprawiedliwego Handlu w przedsiębiorstwach oraz instytucjach społecznych na danym terenie;
- pozyskanie poparcia mediów oraz lokalnej społeczności dla kampanii Miasto przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu.

Radni nie mają obowiązku kupowania produktów Sprawiedliwego Handlu, ani tym bardziej rozliczania się z tego, choć można spodziewać się przynajmniej po tych, którzy głosowali za przyjęciem uchwały wspierającej Sprawiedliwy Handel, że są przekonani o jej słuszności i wspierają go również w swym życiu osobistym.

• **Tytuł Miasta przyjaznego dla Sprawiedliwego Handlu po przyznaniu trzeba będzie:**

- a) odnowić po zmianie na stanowisku Prezydenta Miasta, który imieniu miasta otrzymał dyplom, zaświadcza o spełnieniu kryteriów związanych z tym tytułem;
- b) odnowić po kolejnych wyborach i zmianie składu Rady Miasta, która przyjęła rezolucję wspierającą Sprawiedliwy Handel;
- c) odnowić po dwóch latach od uzyskania tytułu; +**
- d) jest przyznawany jednorazowo i nie trzeba go odnawiać.

Komentarz prowadzącego: Aby miasto mogło odnowić tytuł Miasta przyjaznego dla Sprawiedliwego Handlu, musi po dwóch latach od jego uzyskania wykazać, iż na jego terenie nadal spełniane są kryteria niezbędne do jego uzyskania (patrz wyżej). Obowiązek udokumentowania tego spoczywa na lokalnej grupie koordynującej, gromadzącej przedstawicieli różnych środowisk społeczności lokalnej.

• **Aby uzyskać lub odnowić tytuł Miasta przyjaznego dla Sprawiedliwego Handlu, potrzebne jest poparcie i zaangażowanie w tę sprawę:**

- a) detalicznego handlu spożywczego;
- b) Rady Miasta;
- c) współpracujących ze sobą instytucji edukacyjnych, handlu, mediów, władz miasta, organizacji pozarządowych i społeczności lokalnej. +**
- d) lokalnych mediów i biznesu;

Komentarz prowadzącego: Tytuł Miasta przyjaznego dla Sprawiedliwego Handlu nie jest przyznawany Urzędowi Miasta, ale społeczności lokalnej, którą ten urząd reprezentuje i w imieniu której otrzymuje dyplom. Dlatego konieczne jest poparcie przeróżnych podmiotów, funkcjonujących w ramach danej społeczności, a także mieszkańców miasta – konsumentów produktów Sprawiedliwego Handlu.

B. SPRAWIEDLIWY HANDEL – EGZOTYCZNIE

Sprawiedliwy Handel oferuje konsumentom wiele egzotycznych produktów spożywczych. Prowadzący może w ramach swojego komentarza zaprezentować uczestnikom próbki omawianych produktów, zaproponować je do degustacji, albo przynajmniej pokazać ich zdjęcia (można je uzyskać od Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu). Opisy i zdjęcia wszystkich produktów, o których mówią pytania konkursowe, można znaleźć w sklepie internetowym Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu.

• **Pierwszy na świecie napój typu cola, pochodzący ze Sprawiedliwego Handlu, to:**

- a) Pepsi Cola;
- b) Afri Cola;
- c) Costa Rica Cola; +**
- d) Ubuntu Cola.

Komentarz prowadzącego: Costa Rica Cola to produkt prawdziwie międzynarodowy. Jest pierwszym na świecie napojem typu cola, pochodzącym ze Sprawiedliwego Handlu. Produkowany przez El Puente – najstarszą organizację Sprawiedliwego Handlu w Niemczech – we współpracy z Premium Cola, niemieckim alternatywnym producentem napojów. Cukier trzcinowy pochodzi z Kostaryki, gdzie jest produkowany przez spółdzielnię drobnych rolników Coopecanera. Jej wyjątkowy smak jest zastęgą francuskiej spółdzielni Kan-AR-B z Bretanii, zaangażowanej w lokalny rozwój regionalny jako przeciwwagę dla negatywnych

skutków globalizacji. Ubuntu Cola również pochodzi ze Sprawiedliwego Handlu – jest to pierwszy taki produkt w Wielkiej Brytanii.

• **Pierwsza na świecie czekolada pochodząca ze Sprawiedliwego Handlu i rozprowadzana przez Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu to:**

- a) Milka;
- b) Mascao; +**
- c) Divine;
- d) Lindt.

Komentarz prowadzącego: MASCAO jest pierwszą czekoladą Sprawiedliwego Handlu na świecie. Produkowana jest w Szwajcarii według tradycyjnej receptury, bez sztucznych dodatków (substancji smakowych, zapachowych, konserwantów itp.). Tworzy ją wykwintna mieszanka najdelikatniejszego kakao ze spółdzielni rolniczych z Boliwii i Dominikany, z aromatycznym cukrem trzcinowym ze spółdzielni z Paragwaju. Czekolada MASCAO jest czystym produktem naturalnym. Nie zawiera składników modyfikowanych genetycznie, substytutów masła kakaowego (utwardzanych tłuszczów roślinnych), powszechnie dodawanych dziś do czekolad. Surowce pochodzą z kontrolowanych upraw ekologicznych. Aby w pełni rozwinąć delikatny smak czekolady, wszystkie składniki są przez wiele godzin konszowane - uszlachetniane w tradycyjnych mieszalnicach. Dzięki temu zbędne są emulgatory (np. lecytyna sojowa). Surowce importuje szwajcarska organizacja Sprawiedliwego Handlu claro. Gwarantuje ona rolnikom stałe, godziwe ceny, dopłaty za uprawy ekologiczne, premie na społeczne projekty rozwojowe, długoletnie umowy handlowe i przedpłaty za produkty.

• **Który z egzotycznych produktów spożywczych ze Sprawiedliwego Handlu, osiąga największą sprzedaż w Polsce?**

- a) kawa,
- b) herbata,
- c) kakao,
- d) quinoa/komosa ryżowa. +**

Komentarz prowadzącego: Komosa ryżowa (quinoa) to prastara roślina uprawna Andów. Była podstawą żywienia w państwie Inków. Ziarno jest lekkostrawne, niezwykle bogate w pełnowartościowe białko (zawiera wszystkie aminokwasy niezbędne dla człowieka, co w pokarmach roślinnych jest wyjątkowe), sole mineralne (wapń, fosfor, magnez, żelazo), witaminy i kwasy tłuszczowe omega-3, jest więc idealnym składnikiem zrównoważonego odżywiania. Nie zawiera glutenu, ma też niski indeks glikemiczny, co jest ważne dla cukrzyków i dla osób, które obawiają się tycia. Niezwykle wysoka wartość odżywcza sprawiła, że quinoa znalazła zastosowanie w programach kosmicznych NASA.

• **Co sprawia, że quinoa, czyli komosa ryżowa, jest tak atrakcyjnym artykułem spożywczym, że ONZ ogłosiła rok 2013 Międzynarodowym Rokiem Komosy Ryżowej, a NASA włączyła ją do swoich programów kosmicznych?**

- a) niezwykle smak i aromat oraz składniki odżywcze, które poprawiają samopoczucie i nastrój;
- b) wysoka wartość odżywcza, która sprawia, że może w pełni zastąpić mięso i nabiał; +**
- c) łatwość przechowywania i przygotowania do spożycia;
- d) nadzwyczajna łatwość uprawy, wysokie plony przy minimalnych wymaganiach glebowych i klimatycznych, odporność na szkodniki i choroby.

Komentarz prowadzącego: patrz wyżej.

• **Kawa Oromia, której dystrybutorem w Polsce jest Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu, pochodzi z:**

- a) Kolumbii;
- b) Nowej Gwinei;
- c) Etiopii; +**
- d) Brazylii.

Komentarz prowadzącego: Kawa Oromia (rozprowadzana w Polsce przez Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu), pochodzi z regionu Oromia w środkowej i południowej części Etiopii, ojczyzny kawy. Jest to 100% arabika o niezrównanym smaku i aromacie. Uzyskała 3 dyplomy od publiczności i jury na Festiwalach Kawy w Gdyni w latach 2010 i 2011 (w innych nie uczestniczyła). W roku 2012 uzyskała też nagrodę niemieckiej organizacji konsumenckiej Öko-Test. Dostarcza ją Oromia Coffee Farmers Cooperative Union –

spółdzielnia rolna, skupiająca ponad 250 tys. drobnych rolników. O tej kawie i ludziach, którzy ją uprawiają, oraz o ich zmaganiach na rynku globalnym nakręcono w roku 2006 film dokumentalny „Czarne Złoto”. Obnaża on kulisy wartego wiele miliardów dolarów przemysłu kawowego i ukazuje walkę Tadesse Meskala, przedstawiciela rolników etiopskich, o godziwą zapłatę za ich zbiory.

• **Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu sprzedaje przeróżne wyroby z mango carabao z Filipin. W asortymencie nie ma jednak:**

- a) dżemu z mango;
- b) owoców suszonych;
- c) owoców świeżych; +**
- d) żelków z mango.

Komentarz prowadzącego: Można kupić dżem, chutney, żelki, trzy rodzaje mango suszonego, syrop z mango, przecier z mango, napoje z dodatkiem soku z mango, płaty z mango w zalewie, mango w czekoladzie, kulki z mango i kokosa, batony czekoladowe z nadzieniem z mango i kokosa, batony owocowo-orzechowe zawierające mango, a także herbatę z mieszanek suszonych owoców zawierających mango oraz herbatę czarną z naturalnym aromatem mango. Owoce mango do produkcji tych smakowitych wyrobów dostarcza Fundacja PREDA z Filipin, jedna z najstarszych organizacji Sprawiedliwego Handlu na świecie. Za swoją działalność otrzymała wiele nagród międzynarodowych, była też czterokrotnie nominowana do Pokojowej Nagrody Nobla. Skupując owoce mango, wspiera dostarczających je rolników, którzy na „wolnym” rynku zmagają się z wyzyskiem i marginalizacją. Natomiast dochód, jaki Fundacja uzyskuje z przetwórstwa i eksportu owoców, przeznaczany jest m.in. na programy zwalczania handlu i niewolnictwa dziećmi, sprzedawanych głównie do domów publicznych (więcej: http://www.maitri.pl/gazetka/my_94/html/preda.htm).

• **Trawa cytrynowa używana jest jako przyprawa, ale także do sporządzania naparów o ciekawych właściwościach. Ma on:**

- a) smak cytrynowy i aromat ziołowy;
- b) aromat cytrynowy i smak ziołowy; +**
- c) aromat cytrynowy i smak słodki;
- d) aromat cytrynowy i smak kwaskowy.

Komentarz prowadzącego: Napar z trawy cytrynowej ma przyjemny, świeży, cytrynowy aromat, ale bez kwaśności cytryny. Ma pozytywny wpływ na zdrowie. Zwiększa zdolność koncentracji i rozjaśnia umysł. Działa antyseptycznie. Używany jest podczas niestrawności, bólów głowy i jako dobrze tolerowany przez dzieci domowy lek na obniżenie gorączki, przeziębienie, kolki i bóle żołądka. Odświeża, odstresowuje, działa lekko uspokajająco (dobry przed snem). Jest idealnym dodatkiem do hibiskusa, herbat czarnych, zielonych i ziołowych, yerba mate, napojów, stodyczy, ciast i deserów. W Azji jest szeroko używana jako przyprawa.

• **Rooibos to niezwykle zdrowa herbata z czerwono krzewu, który rośnie tylko w jednym kraju na świecie. Jest to:**

- a) Nepal;
- b) Argentyna;
- c) Japonia;
- d) RPA. +**

Komentarz prowadzącego: Herbata rooibos, zwana niekiedy herbatą życia, produkowana jest z czerwono krzewu. Występuje on tylko na południu RPA w regionie Kapland. Jest to wiecznie zielony krzew. Jego liście są podobne do igieł sosnowych, a pokrój ogólny oraz żółte kwiaty przypominają naszego żarnowca. Liście i today, z których sporządza się napar, mogą być zbierane z krzewów rosnących dziko lub uprawianych na plantacjach. Ludność tubylcza zamieszkująca góry Cedar w RPA już dawno odkryła walory zdrowotne czerwono krzewu i używa go tradycyjnie od pokoleń. Napar z rooibosa jest tam uważany za napój narodowy, gdzie - w odróżnieniu od reszty świata - pije się go najczęściej z mlekiem i cukrem. Aromatyczny, smaczny napar jest bogaty w substancje mineralne, witaminy i wiele innych substancji, pozytywnie wpływających na organizm. Wyróżnia się łagodnością i brakiem typowej dla herbat gorzkości, gdyż nie zawiera garbników (nie drażni żołądka). Nie zawiera też kofeiny (teiny), dlatego nie ma właściwości pobudzających. Może być pity bez ograniczeń, także przez małe dzieci oraz przed snem. Zalecany jest kobietom w ciąży, ponieważ obfituje w żelazo i zapobiega mdłościom. Można go pić zarówno na gorąco, jak i na zimno. Dobrze gasi pragnienie. Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu rozprowadza herbatki rooibosa w ok. 20 różnych smakach. Wszystkie mają certyfikat produkcji ekologicznej, nie zawierają sztucznych smaków i aromatów.

• **Jaki produkt egzotyczny wprowadziło na nasz rynek krajowy Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu jako pierwsze?**

- a) miód manuka z Nowej Zelandii;
- b) orzechy brazylijskie z dżungli amazońskiej;
- c) dżem z mango z Filipin;
- d) dziki ryż bajong z północnej części wyspy Borneo (Malezja). +

Komentarz prowadzącego: Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu rozprowadza wiele unikalnych produktów, których nie można kupić nigdzie indziej. Wśród nich jest ryż bajong. Ma on intensywny, bogaty smak i aromat, zaskakujący dla osób, które znają tylko ryż tuskany. Jest to stara, tradycyjna odmiana ryżu (w odróżnieniu od spotykanego w handlu tzw. dzikiego ryżu, który jednak nie jest ryżem, ale ziarnem zizanii wodnej). Ryż bajong do niedawna uprawiany był przez rolników z wyspy Borneo tylko na własny użytek. Dopiero od r. 2009 mają oni wsparcie, by rozwijać produkcję i sprzedawać plony. Odmiana chroniona jest patentem międzynarodowym przez Departament Rolnictwa stanu Sarawak. Rolników wspierają też organizacje Sprawiedliwego Handlu, dzięki którym ryż ten bez długiego łańcucha pośredników trafia do konsumentów.

• **Herbata Darjeeling jest uważana za jedną z najlepszych herbat świata, tak znakomitą, że na rynku światowym 75% herbat sprzedawanych pod tą nazwą jest fałszowana. Jej nazwa pochodzi od:**

- a) nazwiska podróżnika, który pierwszy dotarł do regionu jej uprawy;
- b) nazwy firmy brytyjskiej, która jako pierwsza wprowadziła ją na rynek;
- c) nazwy okręgu w Indiach północnych, gdzie jest uprawiana; +
- d) nazwiska słynnego botanika szkockiego, który z Chin sprowadził krzewy herbaciane do Indii.

Komentarz prowadzącego: Darjeeling to nazwa herbat, które pochodzą z himalajskiego dystryktu Dardżiling (ang. *Darjeeling*) i jego okolic w północno-wschodnich Indiach. Herbaty te są uważane za najlepsze herbaty indyjskie i jedne z najlepszych herbat świata. Uprawę herbaty w tym regionie zainicjowała Brytyjska Kompania Wschodnioindyjska. Na jej zlecenie szkocki botanik, Robert Fortune, sprowadził potajemnie z Chin nasiona, sadzonki i specjalistów od uprawy i przetwarzania herbaty. W miejscowości Kurseong działa pierwsza na świecie fabryka herbaty, założona w roku 1859, należąca do *Makaibari Tea Estate*. Tamtejsza plantacja herbaty funkcjonuje zgodnie z zasadami Sprawiedliwego Handlu, spełnia też kryteria produkcji ekologicznej i biodynamicznej. Właścicielem jest Rajah Banerjee, ale wiele decyzji dotyczących funkcjonowania plantacji i życia pracowników podejmuje zarząd (*Joint Body*). Działają w nim też pracownicy plantacji i wspólnie decydują np. o sposobie wykorzystania premii Sprawiedliwego Handlu. Zakupiono za nią zwierzęta gospodarcze dla pracowników, instalacje do produkcji biogazu, doprowadzono energię elektryczną dla kilku wsi itp.

C. SPRAWIEDLIWY HANDEL – EKOLOGICZNIE

• **Sprawiedliwy Handel troszczy się o środowisko naturalne. Nie jest jednak prawdą, że kryteria Sprawiedliwego Handlu zakazują:**

- a) emisji nadmiernej ilości dwutlenku węgla do atmosfery; +
- b) wycinki dziewiczych lasów tropikalnych;
- c) używania nawozów sztucznych i określonych pestycydów, zgodnie z zaleceniami Światowej Organizacji Zdrowia;
- d) uprawy roślin modyfikowanych genetycznie.

Komentarz prowadzącego: Kryteria Sprawiedliwego Handlu nie zabraniają nadmiernej emisji dwutlenku węgla, ale przyczyniają się do jej ograniczenia przez zakaz wycinki lasów tropikalnych, propagowanie upraw mieszanych w cieniu lasów oraz projekty zalesiania, prowadzone przez organizacje Sprawiedliwego Handlu.

• **Jaki procent produktów spożywczych Sprawiedliwego Handlu ma certyfikat produkcji ekologicznej?**

- a) 10;
- b) 35;
- c) 60;
- d) 75. +

Komentarz prowadzącego: Coraz większy udział rolnictwa ekologicznego w produkcji Sprawiedliwego Handlu wynika z troski o zdrowie rolników, stan środowiska naturalnego i zdrowie konsumentów. Przynosi to konkretne korzyści rolnikom, którzy za produkty z certyfikatem ekologicznym uzyskują wyższą cenę.

• **Certyfikat produkcji ekologicznej gwarantuje konsumentowi, że oznakowany produkt nie zawiera szkodliwych substancji. Jednak – w odróżnieniu od certyfikatu Sprawiedliwego Handlu – nie obejmuje:**

- a) zakazu uprawy roślin modyfikowanych genetycznie;
- b) zobowiązania wypłacania robotnikom rolnym godziwych wynagrodzeń, a także zapewnienia im godnych, bezpiecznych i zdrowych warunków pracy; +
- c) zakazu używania szkodliwych chemicznych środków ochrony roślin w trakcie uprawy;
- d) zakazu używania nawozów sztucznych.

Komentarz prowadzącego: Konsumenty często myślą, że produkcja certyfikowanych produktów ekologicznych przebiega z poszanowaniem zarówno środowiska naturalnego, zdrowia konsumentów, jak i praw pracowniczych. Certyfikacja ekologiczna skupia się jednak na tym, aby certyfikowany produkt spełniał odpowiednie kryteria jakościowe – nie był skażony szkodliwymi substancjami, jak nawozy sztuczne czy chemiczne środki ochrony roślin, nie zawierał modyfikacji genetycznych oraz aby utrzymana była równowaga biologiczna w obrębie gospodarstwa ekologicznego i dobrostan zwierząt gospodarczych. Tylko certyfikacja Sprawiedliwego Handlu jest gwarancją, iż przestrzegane są również prawa człowieka i prawa pracownicze.

• **Wypełnienie kryteriów produkcji ekologicznej przez dany produkt Sprawiedliwego Handlu można rozpoznać po:**

- a) słowie BIO w nazwie produktu lub na opakowaniu;
- b) znaku „Euro liścia” Unii Europejskiej; +
- c) po znaku certyfikacyjnym Fairtrade;
- d) po informacji w opisie produktu, że należy on do kategorii zdrowej żywności.

Komentarz prowadzącego: Ani słowo BIO, ani „zdrowa żywność” nie jest gwarancją wypełnienia kryteriów produkcji ekologicznej, a nawet może być nadużywane przez producentów i handlowców dla wprowadzenia konsumenta w błąd. Gwarancją nie jest też certyfikat *Fairtrade*, choć niektóre jego kryteria zakazują np. używania szkodliwych agrochemikaliów czy organizmów modyfikowanych genetycznie, co jest częściowo zbieżne z kryteriami produkcji ekologicznej. Jedyną gwarancją w tym względzie jest znak „Euroliścia”, który może być umieszczany wyłącznie na produktach, które pomyślnie przeszły proces certyfikacji ekologicznej.

• **Pierwsza na świecie herbata z upraw ekologicznych wprowadziła na rynek spółdzielnia rolników, działająca w ramach Sprawiedliwego Handlu. Była ona sprzedawana jako:**

- a) herbata Dilmah z Chin;
- b) herbata Teekanne z Indii;
- c) herbata GEPA ze Sri Lanki; +
- d) herbata Lipton z Tanzanii.

Komentarz prowadzącego: We wczesnych latach 50-tych firma *Stassen* ze Sri Lanki wraz z niemiecką organizacją Sprawiedliwego Handlu *gepa* (największy europejski importer Sprawiedliwego Handlu) rozpoczął pionierski projekt wprowadzenia na rynek herbaty z upraw ekologicznych, spełniającej również kryteria Sprawiedliwego Handlu. Na rynek wprowadziły ją jako pierwsze niemieckie sklepy Sprawiedliwego Handlu (*Weltladen*). Film o tej herbacie można obejrzeć na stronie projektu.

• **Specjalną premię dla rolników za jakość zgodną z normami produkcji ekologicznej przewiduje:**

- a) system certyfikacji ekologicznej zgodnej z normami Unii Europejskiej
- b) certyfikat Rainforest Alliance;
- c) certyfikat Fairtrade; +
- d) certyfikat UTZ.

Komentarz prowadzącego: System *Fairtrade* oferuje rolnikom wyższe gwarantowane ceny minimalne za produkty z certyfikatem ekologicznym. Inne systemy certyfikacji tego nie przewidują, także systemy certyfikacji Sprawiedliwego Handlu, oferujące równocześnie certyfikację ekologiczną (w tych systemach podstawą przystąpienia do certyfikacji jest certyfikacja ekologiczna).

• **Który system certyfikacji produktów Sprawiedliwego Handlu nie obejmuje kryteriów produkcji ekologicznej?**

- a) Naturland Fair;
- b) Fair for life;
- c) Fairtrade; +
- d) Bio Equitable.

Komentarz prowadzącego: Punktem wyjścia dla certyfikacji *Fairtrade* były kryteria społeczne Sprawie-

dliwego Handlu. Obejmuje on też niektóre kryteria ekologiczne, ale nie są one równoznaczne z certyfikacją ekologiczną, choć prowadzone są prace, aby w przyszłości w ramach tego systemu można było uzyskać również certyfikat produkcji ekologicznej. Obecnie jednak, aby uzyskać ten certyfikat, producenci muszą poddać się certyfikacji prowadzonej przez inną jednostkę certyfikującą.

Natomiast punktem wyjścia dla pozostałych systemów była certyfikacja ekologiczna, do których później dołączono kryteria społeczne Sprawiedliwego Handlu. W ich ramach można uzyskać oba certyfikaty w trakcie jednej kompleksowej procedury inspekcyjnej, co zmniejsza jej koszty dla producentów.

- **Certyfikat produkcji ekologicznej dla produktu Sprawiedliwego Handlu zapewnia producentom z uboższego Południa:**

- uzyskanie dotacji do ekologicznych środków ochrony roślin;
- dodatkową premię za jakość ekologiczną; +**
- ulgi celne w Unii Europejskiej;
- możliwość bezpłatnego udziału w europejskich targach żywności ekologicznej.

Komentarz prowadzącego: System Fairtrade oferuje rolnikom dodatkową premię za uprawy ekologiczne. Taką premię rolnicy otrzymują tylko w ramach Sprawiedliwego Handlu. Za dodatkowe pieniądze producenci mogą zakupić ekologiczne, naturalne środki ochrony roślin, mogą też pokryć koszty udziału w targach żywności ekologicznej. Niestety, Unia Europejska nie przewiduje żadnych specjalnych ulg celnych dla produktów ekologicznych ze Sprawiedliwego Handlu.

- **Czy produkcja ekologiczna automatycznie gwarantuje sprawiedliwe traktowanie pracowników?**

- nie, ponieważ kryteria produkcji ekologicznej dotyczą wyłącznie metod produkcji i jakości produktów oraz dobrostanu zwierząt hodowlanych; +**
- tak, ponieważ kryteria produkcji ekologicznej promują zrównoważony rozwój, a to dotyczy zarówno ochrony środowiska, jak i rozwoju społeczności lokalnych;
- nie, ponieważ kryteria produkcji ekologicznej nie obejmują kryteriów społecznych;
- tak, ponieważ konsumenci produktów ekologicznych są świadomi i odpowiedzialni, i nie chcą kupować produktów, które powstały w nieetycznych warunkach.

Komentarz prowadzącego: Kryteria produkcji ekologicznej dotyczą wyłącznie metod produkcji i jakości produktów oraz dobrostanu zwierząt hodowlanych, natomiast nie obejmują takich zagadnień, jak gwarantowane ceny minimalne, godziwe wynagrodzenia dla pracowników, warunków zatrudnienia, bezpieczeństwa i higieny pracy itp. Takie kryteria wiążą się wyłącznie z certyfikatami Sprawiedliwego Handlu.

D. SPRAWIEDLIWY HANDEL – ETYCZNIE

- **Co jest najbardziej charakterystyczne dla Sprawiedliwego Handlu?**

- gwarantuje on konsumentom najniższą cenę na rynku;
- zapewnia drobnym producentom (rolnikom, rzemieślnikom), zwłaszcza w krajach uboższego Południa (Afryka, Ameryka Łacińska, Azja) lepsze warunki handlowe i wsparcie w rozwoju; +**
- nie stosuje nieuczciwej reklamy, wprowadzającej konsumenta w błąd co do jakości produktu;
- w trosce o zdrowie konsumenta i środowisko naturalne dostarcza na rynek produkty naturalne, bez szkodliwej chemii i modyfikacji genetycznych.

Komentarz prowadzącego: Sprawiedliwy Handel działa na rzecz „zrównoważonego rozwoju poprzez oferowanie lepszych warunków handlowych dla marginalizowanych producentów i pracowników, szczególnie na Południu.” Gwarantuje producentom godziwe ceny, wyższe od rynkowych, nie może więc zapewnić najniższych cen konsumentom, którzy wspierają Sprawiedliwy Handel, płacąc nieco drożej niż za przeciętne produkty konwencjonalne. Ale produkty Sprawiedliwego Handlu mają wyższą jakość, a większość z nich ma certyfikaty produkcji ekologicznej. Jednak w tej klasie jakości ich ceny są umiarkowane.

Pojęcie Sprawiedliwego Handlu należy odróżnić od handlu etycznego, uczciwego, produkcji ekologicznej itp., choć te ogólne pojęcia mogą też w jakiś sposób określać jego praktyki. Sprawiedliwy Handel wprawdzie dostarcza na rynek produkty bez szkodliwej chemii i modyfikacji genetycznych, co należy do kryteriów Sprawiedliwego Handlu, ale nie jest jego celem. W definicji Sprawiedliwego Handlu jest mowa o przejrzystości, a więc też nie wprowadza on konsumentów w błąd co do jakości dostarczanych produktów. Uczciwa reklama jest jednak ogólnie wymagana przez prawo także od przedsiębiorstw działających na rynku kon-

wencjonalnym (choć bywa ono łamane) i nie jest charakterystyczna dla Sprawiedliwego Handlu.

- **Certyfikaty Sprawiedliwego Handlu wyróżniają się od innych certyfikatów konsumenckich. Informują, iż dany produkt spełnia m.in. kryteria etyczne:**

- nie zawiera szkodliwych substancji, jest odpowiedni także dla dzieci, charakteryzuje się wysoką jakością;
- przy produkcji nie były zatrudniane dzieci i niewolnicy, a wytwórcy otrzymali godziwe wynagrodzenie; +**
- marketing i reklama tych produktów nie wykorzystuje nieetycznych technik manipulacyjnych;
- stosunek kosztów produkcji do ceny detalicznej jest korzystny z punktu widzenia konsumenta.

Komentarz prowadzącego: Jednym z celów Sprawiedliwego Handlu jest poprawa warunków pracy producentów i pracowników najemnych. Wymaga przestrzegania podstawowych konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP) oraz Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, które zakazują handlu ludźmi oraz korzystania z pracy dziecięcej i przymusowej. Niestety, w handlu konwencjonalnym są one na wielką skalę łamane – według MOP na świecie pracuje ok. 170 mln dzieci, z tego 85 mln wykonuje prace niebezpieczne. Niewolnicza praca dzieci powszechna jest przy produkcji kakao, kawy, herbaty, dywanów orientalnych, biżuterii, w kopalniach itp. Z kolei według *Anti-Slavery International* ponad 27 milionów ludzi dorosłych na świecie jest niewolnikami, a co najmniej 200 milionów ludzi „odpracowuje” długi, co może trwać wiele pokoleń i też jest formą niewolnictwa (tytu niewolników nie było nigdy w historii, choć oficjalnie niewolnictwo jest zakazane we wszystkich krajach). Najpoważniejszą przyczyną jest skrajne ubóstwo. Zmusza ono ludzi np. do zaciągania lichwiarskich pożyczek, których nigdy nie będą mogli spłacić. Inną drogą do niewoli są porwania (także dzieci) czy nakłanianie do wyjazdów do pracy, po czym zmuszanie do pracy bez wynagrodzenia. Handlarze żywym towarem, żerując na sytuacji ubogich, obiecują też rodzicom, że zabiorą ich dzieci do lekkiej pracy, za którą zapewnią im naukę i niewielkie wynagrodzenie. Oferują rodzicom drobną zaliczkę na poczet przyszłych zarobków dziecka, po czym dziecko znika – zostaje sprzedane do odległych regionów czy za granicę. Z drugiej strony nieustanna presja globalna na obniżkę cen sprawia, że pracodawcy w krajach ubogich tracą zdolność zatrudniania pracowników i aby utrzymać się na rynku, kupują niewolników, którym za pracę nie płacą.

Sprawiedliwy Handel nie tylko zabrania zatrudniania dzieci i niewolników, ale też stwarza warunki, by tym zjawiskom się przeciwstawić. Producenci otrzymują ceny, które kalkulowane są na podstawie kosztów produkcji, do których zalicza się godziwe wynagrodzenie dla pracowników. Dzięki temu dzieci nie muszą pracować i chodzić do szkoły. Organizacje Sprawiedliwego Handlu zapewniają też producentom przedpłaty za zamówiony towar, dzięki czemu mogą oni inwestować w produkcję i nie muszą zadłużać się u lichwiarzy.

- **Problem wyzysku pracowników najemnych i robotników rolnych, zwalczany przez Sprawiedliwy Handel, został poruszony najwcześniej:**

- w księgach Starego i Nowego Testamentu (powstały w czasie od ok. X w p.n.e do I w n.e.); +
- w „Przemówieniu w sprawie wolnego handlu” Karola Marksa (1848);
- w książce „Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów” Adama Smitha, zwanego ojcem współczesnej ekonomii (1776);
- w pierwszej encyklice społecznej *Rerum novarum* papieża Leona XIII (1891).

Komentarz prowadzącego: Niestety, problem wyzysku pracowników najemnych i robotników rolnych jest stary jak świat, dlatego piętnowany jest już na kartach ksiąg Starego i Nowego Testamentu. Później podejmowany był wielokrotnie na przestrzeni wieków w pismach ekonomistów, polityków, myślicieli, w nauce Kościoła katolickiego i innych wspólnot religijnych. Problemy te stały się impulsem do powstania światowego ruchu Sprawiedliwego Handlu.

- **Następujący cytat mówi o wyzysku ludności krajów ubogich w ramach handlu międzynarodowego:**

Cale narody nie mogą korzystać z bogactw własnego kraju ani z owoców swej pracy.

Pochodzi on z:

- Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy (1944);
- przemówienia Jana Pawła II „Ludzki kapitał i wartości moralne” do uczestników V Zgromadzenia Ogólnego Papieskiej Akademii Nauk Społecznych (6.03.1999, n. 7); +**
- dokumentu końcowego spotkania ministerialnego Światowej Organizacji Handlu (WTO) w Doha (2001);
- przemówienia Sekretarza Generalnego ONZ Kofi Annana na XI sesji Konferencji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju UNCTAD XI (2004).

Komentarz prowadzącego: Słowa te wypowiedział papież Jan Paweł II, który przez cały swój pontyfikat wzywał wszystkich ludzi do solidarności z osobami i społecznościami pokrzywdzonymi przez międzynarodowy system polityczny, ekonomiczny oraz handel międzynarodowy. Wskazywał, że system ten nie dzia-

ta automatycznie, kształtowany przez „sily rynkowe” niezależnie od ludzkiej woli, ale budują go konkretne osoby, które podejmują decyzje, za które są moralnie odpowiedzialne. Należą do nich nie tylko politycy, ale wszyscy, którzy uczestniczą w tych strukturach i czerpią z nich korzyści, nie starając się równocześnie o ich ulepszenie z pożytkiem dla ludzkości, a zwłaszcza jej najbardziej pokrzywdzonych członków. „Tylko działania inspirowane globalną solidarnością mogą zapobiegać zagrożeniom, jakie niesie światowy system gospodarczy, pozbawiony reguł chroniących słabsze podmioty”. Zasadom solidarności powinno podlegać prawo rynkowe, a zwłaszcza handel światowy, aby żadne państwo i naród nie pozostał na marginesie, pozbawiony dóbr koniecznych dla pełnego rozwoju. Sprawiedliwy Handel buduje system handlowy, oparty na solidarności z ludźmi z krajów ubogich i stara się zapewnić producentom godziwe wynagrodzenie.

• **Kupując rozprowadzane przez Sprawiedliwy Handel produkty z mango carabao z Filipin, dostarczane przez fundację PREDA, czterokrotnie nominowaną do Pokojowej Nagrody Nobla, pomagamy jej zdobywać środki na:**

- a) budowę ośrodka sportu i rekreacji dla najbiedniejszych dzieci ze slumsów i dla dzieci ulicy;
- b) zwalczanie handlu dziećmi, sprzedawanymi do domów publicznych; +**
- c) zakup żywności i leków do ośrodków leczenia i dożywania dla dzieci w ubogich wioskach filipińskich;
- d) pomoc w odbudowie domów rodzinom poszkodowanym w czasie klęsk żywiołowych.

Komentarz prowadzącego: Fundacja PREDA podejmuje szerokie działania zarówno w dziedzinie Sprawiedliwego Handlu, jak i zwalczania międzynarodowego handlu dziećmi, zwłaszcza sprzedawanymi do domów publicznych. Rolnicy filipińscy otrzymują od Fundacji uczciwą cenę za swoje owoce, zaś dochód Fundacji z przetwórstwa i sprzedaży mango za granicę wspiera jej działalność na rzecz pokrzywdzonych dzieci, trafiających do rąk handlarzy żywym towarem i zmuszanych do prostytucji. Obie te formy działalności ściśle się ze sobą wiążą. Rolnicy, którzy nie są w stanie utrzymać się ze sprzedaży swych plonów, migrują do wielkich miast, gdzie żyją na ulicach, a ich dzieci stają się łatwym łupem handlarzy niewolników. Natomiast mając źródło godziwego dochodu ze sprzedaży mango, mogą spokojnie i bezpiecznie żyć w swoich domach na wsi. Fundacja PREDA uzyskała za tę działalność wiele nagród międzynarodowych.

• **Cena minimalna Sprawiedliwego Handlu oznacza:**

- a) możliwie najniższą cenę dla konsumentów;
- b) możliwie najniższą cenę, płaconą rolnikom;
- c) gwarantowaną cenę dla rolników, poniżej której nie wolno im płacić za dostarczane produkty; +**
- d) cenę, poniżej której nie wolno sprzedawać produktów konsumentom, aby nie prowadzić nieuczciwej konkurencji pomiędzy organizacjami Sprawiedliwego Handlu.

Komentarz prowadzącego: Gwarantowana cena minimalna Sprawiedliwego Handlu to najniższa cena, jaką może otrzymać producent za swoje wyroby w ramach Sprawiedliwego Handlu, niezależnie od aktualnych cen rynkowych, które mogą nawet znacznie spaść poniżej tego poziomu. Producent może jednak dostać od organizacji handlowych Sprawiedliwego Handlu więcej niż cenę minimalną i często tak się dzieje. Cena minimalna powinna pokryć koszty produkcji (w tym godziwe wynagrodzenia dla pracowników) oraz zapewnić określony zysk producentom. Jej dolna granica jest niezależna od wahań cen na rynkach światowych, natomiast w przypadku ich wzrostu powyżej ceny minimalnej Sprawiedliwego Handlu również ta cena jest podnoszona do tego samego poziomu. Niezależnie od tego producentom wypłacana jest premia Sprawiedliwego Handlu, a więc otrzymują zawsze więcej, niż mogliby uzyskać na tak zwanym wolnym rynku.

• **W międzynarodowej definicji Sprawiedliwego Handlu znajdujemy podstawowe wartości, którymi się kieruje. Należą do nich:**

- a) zapewnienie możliwie największych dochodów drobnym producentom w krajach ubogich;
- b) zapewnienie możliwie najwyższej jakości ekologicznych produktów spożywczych, dostarczanych konsumentom po umiarkowanej cenie;
- c) partnerstwo, dialog, przejrzystość i szacunek; +**
- d) dążenie do wyeliminowania z rynku przedsiębiorstw, które łamią prawa człowieka i prawa pracownicze, wyzyskując pracowników czy korzystając z pracy dzieci i niewolników.

Komentarz prowadzącego: Międzynarodowa definicja Sprawiedliwego Handlu mówi, że „Sprawiedliwy Handel jest to partnerstwo w handlu, opierające się na dialogu, przejrzystości i szacunku”. Są to wartości najbardziej istotne i stanowią podstawę stosunków pomiędzy producentami w krajach ubogich, organizacjami handlowymi Sprawiedliwego Handlu oraz konsumentami. Zgodnie z tymi wartościami ludzie uczestniczący w Sprawiedliwym Handlu nie są tylko narzędziem w procesie osiągania zysków. Wartości te są punktem wyjścia do poszanowania godności ubogich producentów, poprawy warunków materialnych ich życia i pracy,

a także uczciwego traktowania konsumentów, którym Sprawiedliwy Handel zapewnia produkty zdrowe i naturalne.

• **Zgodnie z międzynarodową definicją Sprawiedliwego Handlu przyczynia się on do zrównoważonego rozwoju poprzez:**

- a) wspieranie rządów krajów ubogich w negocjacjach na forum Światowej Organizacji Handlu (WTO);
- b) wsparcie prawne dla rządów krajów ubogich w uzyskiwaniu wysokich odszkodowań od korporacji międzynarodowych za niszczenie środowiska naturalnego, co odstraszy je od takich działań w przyszłości;
- c) oferowanie lepszych warunków handlowych dla marginalizowanych producentów i pracowników w krajach ubogich Południa; +**
- d) działania na rzecz ulepszenia systemu prawnego w krajach ubogich, by bardziej odpowiadał on zasadom zrównoważonego rozwoju.

Komentarz prowadzącego: Według definicji Sprawiedliwego Handlu przyczynia się on do zrównoważonego rozwoju „poprzez oferowanie lepszych warunków handlowych dla marginalizowanych producentów i pracowników, szczególnie na Południu.” Zrównoważony rozwój „zaspokaja podstawowe potrzeby wszystkich ludzi oraz zachowuje, chroni i przywraca zdrowie i integralność ekosystemu Ziemi, bez zagrożenia możliwości zaspokojenia potrzeb przyszłych pokoleń i bez przekraczania długookresowych granic pojemności ekosystemu Ziemi”. Sprawiedliwy Handel wspiera zrównoważony rozwój też poprzez wypłacanie premii na projekty rozwojowe dla całych społeczności lokalnych, eliminację praktyk zagrażające środowisku naturalnemu, a także promocję produkcję ekologiczną (m.in. przez wyższe ceny produktów certyfikowanych).

• **Zgodnie z międzynarodową definicją Sprawiedliwego Handlu „Organizacje Sprawiedliwego Handlu (...) aktywnie angażują się we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości i kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego”. Są w tym wspierane są przez:**

- a) Unię Europejską w ramach konkursów grantowych na projekty związane z tymi działaniami;
- b) konsumentów, którzy nabywają produkty Sprawiedliwego Handlu i angażują się w wolontariat; +**
- c) Kościoły i związki wyznaniowe, dla których jest to jeden ze sposobów realizacji ich misji poprzez pomoc ubogim;
- d) wielkie korporacje, które w ten sposób chcą poprawić swój wizerunek w oczach społeczeństwa.

Komentarz prowadzącego: Konsumentom w różny sposób wspierają międzynarodowy ruch Sprawiedliwego Handlu. Dokonując etycznych, odpowiedzialnych wyborów w czasie swych codziennych zakupów, zapewniają lepsze wynagrodzenia producentom oraz dostarczają funduszy na działalność edukacyjną i lobbingsową ruchu. Rozpowszechniając informacje o Sprawiedliwym Handlu i jego produktach przyczyniają się do podnoszenia świadomości osób ze swego najbliższego otoczenia. Włączając się aktywnie do działania jako wolontariusze, pomagają w codziennej pracy organizacji Sprawiedliwego Handlu, a także w organizowaniu kampanii, które mają na celu szersze oddziaływanie na politykę handlową krajów rozwiniętych.

• **Zgodnie z międzynarodową definicją Sprawiedliwego Handlu dąży on do:**

- a) zdobycia wiodącej pozycji w handlu kawą na rynkach światowych;
- b) większej równości w handlu międzynarodowym; +**
- c) zapewnienia konsumentom możliwie szerokiej gamy produktów, dostarczanych przez drobnych producentów z krajów ubogiego Południa;
- d) uzyskania możliwie najwyższych zysków, by móc finansować projekty rozwojowe w krajach ubogich.

Komentarz prowadzącego: Sprawiedliwy Handel dąży do „większej równości w handlu międzynarodowym”, m.in. poprzez „kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego.” niesprawiedliwe podwójne standardy, jakie obowiązują w handlu międzynarodowym kraje rozwinięte i kraje ubogie, są najpoważniejszą przyczyną ubóstwa i głodu światowego. Popierając większą równość, Sprawiedliwy Handel przyczynia się do poprawy warunków życia i pracy marginalizowanych producentów z krajów Południa.

• **Gwarantowane ceny minimalne dla producentów w ramach systemu certyfikacji Fairtrade są ustalane:**

- a) na podstawie cen na giełdach światowych, od których nie mogą być wyższe;
- b) ustala je organizacja certyfikująca niezależnie od cen giełdowych, na podstawie faktycznych kosztów produkcji, do których zaliczają się też godziwe płace dla pracowników; +**
- c) poprzez negocjacje zbiorowe pomiędzy przedstawicielami rolników a przedstawicielami organizacji handlowych Sprawiedliwego Handlu;

d) poprzez wspólne ustalenia, dokonywane corocznie przez przedstawicieli organizacji rolników Sprawiedliwego Handlu, które komunikują następnie swoje ustalenia organizacjom handlowym i certyfikującym Sprawiedliwego Handlu.

Komentarz prowadzącego: Gwarantowane ceny minimalne są ustalane przez organizacje certyfikujące na podstawie faktycznych przeciętnych kosztów produkcji w danym regionie (różnią się więc np. na różnych kontynentach). Do tych kosztów zaliczają się m.in. godziwe płace dla pracowników, zapewnienie im bezpiecznych warunków pracy i ubezpieczeń społecznych, nakłady na ochronę środowiska itp. Ceny te – w odróżnieniu od cen na „wolnym” rynku – są stałe w dłuższym okresie czasu i niezależne od cen na giełdach światowych, ale nie mogą być od nich niższe (najczęściej są wyższe, czasem nawet kilkakrotnie). Jeżeli jednak cena światowa wzrośnie powyżej gwarantowanej ceny minimalnej, jest ona podnoszona do tego samego poziomu. Oprócz tego producenci otrzymują dodatkową premię na projekty rozwojowe dla całych społeczności lokalnych w wysokości ok. 10% wartości sprzedanego towaru.

Dla organizacji handlowych Sprawiedliwego Handlu gwarantowana cena minimalna jest punktem wyjścia do ustalania cen umownych. Nie mogą być od niej niższe, ale zdarza się, że w danym przypadku koszty produkcji mogą być wyższe od przeciętnych i wówczas organizacja w partnerskim dialogu z producentami ustala również wyższą cenę za dostarczane produkty.

• **Najwięcej piłek sportowych z udziałem niewolniczej pracy dzieci szyje się w:**

- a) USA;
- b) Hondurasie;
- c) Chinach;
- d) Pakistanie.+

Komentarz prowadzącego: Światowym centrum produkcji piłek sportowych jest ubogi region Sialkot na północy Pakistanu, gdzie powstaje aż 75% światowej produkcji piłek nożnych. Są szyte ręcznie, a przy ich produkcji zatrudnionych jest ok. 40 tys. osób. Niemal połowę z nich stanowią dzieci, które nierzadko pracują w warunkach niewolniczych (kolejnymi dużymi krajami producentkami są Indie, Chiny i Indonezja). W regionie Sialkot obok produkcji konwencjonalnej powstają również piłki certyfikowane przez Sprawiedliwy Handel. Pracownicy włączeni do Sprawiedliwego Handlu otrzymują godziwe wynagrodzenia i mają zapewnione właściwe warunki pracy. Nie wykorzystuje się też pracy dzieci.

Materiały pomocnicze, dostępne na stronie na stronie projektu

- Pytania konkursowe bez komentarzy i wskazania poprawnej odpowiedzi w formie kwestionariusza do wypełnienia przez uczestnika (w formie edytowalnej – można go dostosować do potrzeb).
- Film o ekologicznej herbacie ze Sri Lanki, rozprowadzanej przez Sprawiedliwy Handel.

Rozdział 5 EKONOMIA DZIELENIA SIĘ

Dzielenie zasobów a zrównoważona społeczność

Autor: Adela Militaru, PATRIR, Rumunia

Alternatywne metody wymiany, takie jak wspólna (czy współdzielona) konsumpcja (ang. *collaborative consumption*) oraz ekonomia dzielenia się (ang. *sharing economy*), bazują na wymianie usług i dóbr pomiędzy członkami społeczności z pominięciem rynku oraz na wspólnym ich użytkowaniu. Dlatego też ten rodzaj wymiany nie opiera się na zasadzie konkurencji, ale na różnych metodach współpracy, takich jak handel wymienny, podarunki, pożyczki, własność wspólnotowa itd. Głównym celem tych alternatywnych modeli nie jest pozyskiwanie dóbr na własność, ale osiągnięcie dostępu do nich w momencie, gdy są rzeczywiście potrzebne. Jest to skuteczna droga do ograniczenia zużycia surowców i zmniejszenia szkodliwego oddziaływania na środowisko naturalne, a także do poszerzenia możliwości korzystania z dóbr, które inaczej mogłyby się okazać dla wielu współużytkowników niedostępne.

W wielu krajach europejskich powstają inicjatywy i programy, umożliwiające wspólne zakupy, współwłasność czy dzierżawę. Korzystajmy śmiało z tych możliwości!

Ten rozdział prezentuje kilka inicjatyw, związanych ze wspólną konsumpcją. Ilustrują one zasady ekonomii dzielenia się i kultury darów (*gift economy*).

Inspiracje dla prowadzącego



Wspólna konsumpcja

https://pl.wikipedia.org/wiki/Wspólna_konsumpcja

Kultura darów

https://pl.wikipedia.org/wiki/Kultura_darów



Ekonomia współdzielona

<http://sensownybiznes.pl/ekonomia-wspoldzielona>

Collaborative Consumption – dowiedz się więcej

<http://euroidea.wordpress.com/2013/03/05/collaborative-consumption-dowiedz-sie-wiecej-czytaj-materialy-informacyjne>



Konsumpcja wspólna – trend, który zmieni Świat

<http://ostrzy.pl/2013/08/13/konsumpcja-wspolna-trend-ktory-zmieni-swiat>

Dzielmy się!

<http://www.blablacar.pl/blog/dzielmy-sie>



Kolaboratywna konsumpcja. Nowy model biznesowy?

http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86196.asp?soid=B99FA4D5106242D08CE07FC8D-77DFC5E

Dobro wspólne jako nowy paradygmat

<http://www.rytmziemi.pl/podziekowania/2-uncategorised/44-dobro-wspolne-jako-nowy-paradygmat>



„Bogatym nie jest ten kto posiada, lecz ten, kto daje”

http://dzielnicarodzica.pl/42365/43/artykuly/ekorodzina/ekologia_na_co_dzien/_Bogatym_nie_jest_ten_kto_posiada_lecz_ten_kto_daje_;jsessionid=C7koiB2Uhl1KM-MzEcY0Vvjo?cid=94098

Akcja 1

1001 sposobów na nową książkę bez pieniędzy!

Cele i założenia

- Promowanie odpowiedzialnej konsumpcji wewnątrz społeczności poprzez ponowne używanie rzeczy, które są już bezużyteczne dla jednych, ale wciąż użyteczne dla innych.
- Zachęcanie do ograniczenia zużycia nowych rzeczy, kiedy wciąż są dostępne używane.

Grupa docelowa

Dorośli i młodzież 15+

Prowadzący

1 koordynator i 4-10 wolontariuszy

Czas trwania

1 tydzień

Niezbędne zasoby

Pomieszczenie, materiały promocyjne, jak plakaty, ulotki, informacje w Internecie itp.

PRZEBIEG AKCJI

Przez 5 dni organizatorzy zbierają książki. Darczyńcy są zachęceni do określenia ich „ceny” na małej kartce, włożonej do książki. Nie chodzi o nic materialnego, ale o dobry uczynek, jaki ma wykonać nowy właściciel.

Podczas weekendu każdy może przyjść na miejsce akcji (bez względu na to, czy podarował jakieś książki), wybrać sobie interesującą go pozycję i „zapłacić” za nią dobrym uczynkiem. Nabywca powinien najpierw upewnić się, czy może przyjąć wyznaczoną „cenę”. Akcja opiera się na zaufaniu i dobrej woli uczestników.

Inspiracje dla prowadzącego



Jak mieć książki za darmo <http://bookznami.pl/jak-miec-ksiazki-za-darmo>

Jak zdobyć książkę za darmo? Zabrać ją z „dzikiej” biblioteki

<http://radiogdansk.pl/index.php/styl-zycia/item/7374-jak-zdobyc-ksiazke-za-darmo-zabrac-ja-z-dzikiej-biblioteki.html>

<http://www.bookcrossing.pl>

Akcja 2

GIEŁDA DARMOWYCH RZECZY UŻYWANYCH

Cele i założenia

- Zapewnienie uczestnikom dostępu do rzeczy wielokrotnego użytku oraz swobodny obrót nimi wśród członków danej społeczności.
- Podniesienie świadomości na temat dostępności ważnych zasobów w obrębie społeczności.
- Promowanie świadomej konsumpcji poprzez kupowanie mniejszej ilości nowych towarów.
- Zwiększenie poczucia wspólnoty dzięki przekazywaniu rzeczy, które mogą przynieść pożytek innym.

Grupa docelowa

Członkowie społeczności lokalnych. W ćwiczeniu mogą wziąć udział wszystkie osoby, posiadające rzeczy, których już nie używają, gotowe oddać je innym członkom społeczności.

Prowadzący

1 koordynator i kilkoro wolontariuszy.

Czas trwania

Spotkania są organizowane regularnie, za każdym razem trwają jeden dzień.

Niezbędne zasoby

Pomieszczenie, materiały promocyjne, jak plakaty, ulotki, informacje w Internecie itp., bilety dla uczestników.

Wskazówki dla organizatorów

- Przyjmujemy do wymiany wszystkie dobra ruchome, których uczestnicy akcji chcą oddać (np. ubrania, przedmioty domowego użytku, meble itd.). Powinny być użyteczne, czyste i w dobrym stanie.
- Najlepszym miejscem do zorganizowania wymiany jest spora powierzchnia, łatwo dostępna dla członków danej społeczności, która zabezpieczy uczestników i zgromadzone rzeczy przed niekorzystnymi zmianami pogody (np. sala w osiedlowym domu kultury, przy parafii, sala gimnastyczna w szkole itp.).
- Do zgromadzenia rzeczy przeznaczonych do wymiany potrzebny jest na początku akcji przynajmniej jeden organizator. Musi się on zadbać o takie rozmieszczenie przedmiotów, by były dostępne uczestników.
- Konieczne jest rozpropagowanie akcji wśród członków społeczności lokalnej na różne dostępne sposoby, np. rozwieszenie plakatów na klatkach schodowych na całym osiedlu.

PRZEBIEG AKCJI

Wstęp na giełdę mają osoby, które przy wejściu przekazają coś do wspólnej puli. Za każdą oddaną rzecz otrzymują jeden bilet.

Wszystkie przekazane rzeczy powinny zostać zebrane i wystawione w taki sposób, aby uczestnicy mogli swobodnie wybierać rzeczy, na które chcieliby się wymienić.

Za każdy bilet można otrzymać jedną rzecz. Nie jest tu istotna wartość wymienianych rzeczy, gdyż to, co dla kogoś jest bezużyteczne (a więc bez wartości), dla kogoś innego może być wręcz niezbędne i przedstawiać znaczną wartość. Najważniejsza jest gotowość wymiany dóbr.

Ocena

Organizator może przechowywać informacje na temat kategorii i ilości rzeczy, wymienionych przez uczestników giełdy, w celu jej dalszego propagowania.

Zalecane są również inne działania, jak np. stworzenie forum internetowego, aby uczestnicy mogli ocenić rzeczy, jakie pozyskali na giełdzie, oraz wyrazić wdzięczność darczyńcom.

Inspiracje dla prowadzącego**Wymień się! Jak tanio zmienić zawartość szafy?**

http://dzielnicarodzica.pl/42080/43/artykuly/ekorodzina/ekologia_na_co_dzien/Wymien_sie_

Wymiennik – społecznościowy system wymiany

<http://wymiennik.org/idea>

**1010 Ways To Buy Without Money (ang.)**

<http://www.1010waystobuywithoutmoney.org>

Akcja 3

GIEŁDA DARMOWYCH NASION I SADZONEK

Nasza giełda to przestrzeń, gdzie bezpłatnie oferowane są nadwyżki przeróżnych nasion i sadzonek, np. kwiatów, roślin ozdobnych czy warzyw. Jest ona całkowicie wolna, niekomercyjna i organizowana przez samych uczestników. Na tej giełdzie nie ma miejsca dla transakcji pieniężnych, a uczestnicy nie są zobowiązani ani do wymiany, ani do jakiegokolwiek odwzajemniania się.

Cele i założenia

- Zachowanie tradycyjnych gatunków i odmian warzyw, owoców i roślin ozdobnych.
- Promowanie i pielęgnowanie kultury darów.

Grupa docelowa

Każda osoba lub organizacja zainteresowana ogrodnictwem. Wielkość grupy zależy od ilości dostępnych nasion oraz miejsca, gdzie odbywa się kiermasz.

Czas trwania

Zależy od możliwości organizatorów, a także od tego, co oferują i czego potrzebują uczestnicy.

Niezbędne zasoby

Stoły do prezentacji nasion i sadzonek, materiały do pakowania, etykiety dla każdego gatunku.

Wybór miejsca zależy od jego dostępności. Mogą to być np. sale do wynajęcia, ośrodki kultury, sale parafialne, skwery publiczne itd. Należy zwrócić szczególną uwagę na rozpropagowanie akcji, aby informacje były dostępne dla ludzi z różnych środowisk, którzy mogą być zainteresowani nasionami i sadzonkami. W tym wydarzeniu mogą wziąć udział nie tylko tradycyjni rolnicy. Warto poinformować o darmowej giełdzie również amatorów, działkowców, uniwersytety rolnicze, stowarzyszenia rolne oraz organizacje, które wierzą w ideę dzielenia się.

PRZEBIEG AKCJI

Rolą organizatora jest zapewnienie warunków technicznych akcji (wybór miejsca, podstawowy sprzęt, czuwanie nad porządkiem) oraz rozpropagowanie akcji

Przekazywanie nasion i sadzonek organizowane jest przez samych uczestników, którzy w miarę możliwości przywożą też własny sprzęt, jak składane stoliki (mogą je zastąpić puste kartony), krzesła, opisy, pomagają też sprzątnąć miejsce akcji po jej zakończeniu. Nie ma tu żadnych pieniędzy ani handlu wymiennego. Darmowa giełda może być określona jako chwilowo niezależne miejsce, gdzie panuje kultura darów. Jest to alternatywa w stosunku do dominującego modelu wymiany towarowo-pięniężnej czy barterowej.

Uczestnicy mogą dostarczać nasiona lokalne z własnych upraw lub oddać nadmiar nasion zakupionych. Konieczne jest dostarczenie dokładnych i użytecznych informacji na temat gatunku czy odmiany nasion, ich pochodzenia oraz szczegółów dotyczących uprawy

Inspiracje dla prowadzącego**Ruszyła wielka wymiana nasion!**

http://www.naogrodowej.pl/artykul,Ruszyta_wielka_wymiana_nasion_,584?PHP-SESSION=lcuie6o0luefmdbl4mspckjfb0.html

Klub Pożądanego Nasionka - wielka wymiana

<http://katarzynabellingham.blogspot.com/2012/11/klub-pozadanego-nasionka-wielka-wymiana.html>







CERTYFIKACJA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Wiarygodność Sprawiedliwego Handlu zapewniają niezależne systemy certyfikacji. Mogą one dotyczyć:

1. organizacji;
2. produktów, certyfikowanych pod kątem kryteriów:
 - a. etycznych i społecznych (prawa człowieka, prawa pracownicze, prawa dziecka, konwencje MOP, kryteria Sprawiedliwego Handlu itp.);
 - b. ekologicznych;
3. usług.

Najważniejsze organizacje certyfikacyjne Sprawiedliwego Handlu - WFTO i Fairtrade International - opracowały i podpisały wspólny dokument programowy - Kartę Zasad Sprawiedliwego Handlu (Charter of Fair Trade Principles). Określa ona zasady, jakimi kierują się organizacje Sprawiedliwego Handlu.

CERTYFIKACJA ORGANIZACJI Organizacja certyfikująca ocenia zaangażowanie przedsiębiorstw w Sprawiedliwy Handel oraz realizację kryteriów członkostwa w praktyce	
	Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu (World Fair Trade Organisation – WFTO) to organizacja międzynarodowa, działająca w 70 krajach i zrzeszająca ok. 350 organizacji, działających w ruchu Sprawiedliwego Handlu. Są one zobowiązane do przestrzegania 10 Zasad Sprawiedliwego Handlu (10 Principles of Fair Trade), które są podstawą certyfikacji organizacji. Są wśród nich organizacje drobnych producentów na Południu oraz organizacje handlowe, działające na Północy. Organizacje członkowskie mogą umieszczać logo WFTO w swych materiałach informacyjnych i marketingowych. Od niedawna logo to zaczyna się pojawiać również na produktach. Więcej informacji: www.wfto.com
	Federacja Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade Federation - FTF) jest koalicją przedsiębiorstw, zarejestrowanych w USA lub Kanadzie, które działają na całym świecie, przestrzegając standardów Sprawiedliwego Handlu. FTF prowadzi proces akredytacji przedsiębiorstw na podstawie określonych przez siebie kryteriów. Wymaga od przedsiębiorstw prowadzenie handlu przez co najmniej rok przed wystąpieniem o przyznanie certyfikatu. Akredytowane przedsiębiorstwa mogą umieszczać logo FTF zarówno w swych materiałach informacyjnych i marketingowych, jak i na produktach. Więcej informacji: www.fairtradefederation.org
CERTYFIKACJA I ZNAKOWANIE PRODUKTÓW Niezależne organizacje certyfikujące kontrolują uprawy i przetwórstwo, ewentualnie operacje handlowe i porównują wyniki ze standardami Sprawiedliwego Handlu	
a) Certyfikacja Sprawiedliwego Handlu Systemy certyfikacji, które dotyczą wyłącznie oznakowanych produktów, ale nie dotyczą organizacji czy firm, które je dostarczają.	
	Fairtrade International Znak certyfikacyjny Fairtrade (pisane łącznie) jest gwarancją, że oznakowany produkt spełnia kryteria społeczne i środowiskowe, ustalone przez organizację certyfikującą Fairtrade International. Może (choć nie musi) być umieszczony na produktach dostarczanych przez certyfikowane organizacje Sprawiedliwego Handlu. Obok szerokiej gamy rolnych produktów spożywczych dotyczy też piłek sportowych, włókien bawełnianych, kwiatów ciętych i roślin ozdobnych, krawetek, złota i drewna. Nie obejmuje certyfikacji ekologicznej. Więcej informacji: www.fairtrade.net

	Fair Trade certified System certyfikacji analogiczny do systemu Fairtrade, prowadzony przez Fair Trade USA, do niedawna organizację członkowską Fairtrade Int. Więcej informacji: www.fairtradeusa.org
	Flower Label Program Znak certyfikacyjny dla kwiatów ciętych, importowanych z krajów Południa - Flower Label Program – FLP. System jest powiązany z systemem Fairtrade, choć ma nieco inne kryteria. Więcej informacji: www.fairflowers.de
	Fair Flowers Fair Plants Znak Fair Flowers Fair Plants można znaleźć przymocowany do kwiatów i roślin, które pochodzą od hodowców, spełniających najwyższe wymagania dotyczące środowiska i pracowników (warunki zatrudnienia, bezpieczeństwo i higiena pracy itp.). Międzynarodowy standard Fair Flowers Fair Plants składa się z dwóch części: certyfikacji ekologicznej i certyfikacji społecznej. Organizacje międzynarodowe plantatorów i przedsiębiorców, związki zawodowe, organizacje ekologiczne i obrony praw człowieka odegrały ważną rolę w tworzeniu Fair Flowers Fair Plants. Są one nadal aktywnie zaangażowane w realizację i rozwój programu. Podobne oznakowanie Fair Trees Fair Plants jest przeznaczone dla materiału szkółkarskiego. Więcej informacji: www.fairflowersfairplants.com
	FairWild Międzynarodowy system certyfikacji FairWild powstał z inspiracji niemiecko-szwajcarskiej. Dotyczy produktów naturalnych, zbieranych z dzikich stanowisk, jak rośliny lecznicze, zioła przyprawowe, jagody, owoce, orzechy, grzyby itp. Szczególny nacisk kładzie na ochronę dzikich roślin i rozwój społeczności, które je zbierają. Więcej informacji: www.fairwild.org
	STEP jest międzynarodową organizacją pozarządową, która powstała w Szwajcarii. Specjalizuje się w certyfikacji przedsiębiorstw, sprzedających ręcznie tkane dywany. Certyfikat został stworzony w celu poprawy warunków pracy i życia tkaczy oraz dla zapobiegania eksploatacji pracy dzieci. Promuje również metody produkcji przyjazne dla środowiska. STEP działa na szczeblu lokalnym we wszystkich najważniejszych krajach produkcji dywanów, jak Afganistan, Indie, Iran, Kirgistan, Maroko, Nepal, Pakistan i Turcja. Znak STEP należy do Fundacji Havelaar Max, działającej w ramach systemu Fairtrade. Więcej informacji: www.label-step.org
b) Certyfikacja ekologiczna i Sprawiedliwego Handlu Systemy certyfikacji, które obejmują równocześnie kryteria produkcji ekologicznej i kryteria Sprawiedliwego Handlu.	
	Naturland Fair Certyfikacja ekologiczna opiera się na bardziej rygorystycznych normach, niż standardy Unii Europejskiej. Dotyczą one produkcji zwierzęcej, roślinnej i przetwórstwa. Poza tym certyfikowani rolnicy i przetwórcy muszą spełniać normy społeczne, opierające się na kryteriach Sprawiedliwego Handlu, zawartych w Kartce Zasad Sprawiedliwego Handlu, sformułowanej przez WFTO i Fairtrade Int. Są one kontrolowane łącznie z kryteriami ekologicznymi. Więcej informacji: www.naturland.de

	<p>IMO / Fair For Life: Institute for Marketecology (IMO) nie stosuje standardów certyfikacji dla poszczególnych produktów. Obejmuje ona takie kryteria, jak godziwe warunki pracy i odpowiedzialność społeczną, a także sprawiedliwe stosunki handlowe, w tym godziwe ceny i premie rozwojowe Sprawiedliwego Handlu. Może to mieć zastosowanie do produktów, jak organizacji. Fair for Life przyznaje certyfikaty Sprawiedliwego Handlu i znakuje produktów w każdym kraju i w każdym łańcuchu produkcyjnym. Certyfikacja obejmuje zarówno produkty spożywcze, jak i niespożywcze – również takie, których nie obejmują inne systemy certyfikacji (kosmetyki, wyroby tekstylne, rzemieślnicze, owoce morza, zabawki itp.). Fair for Life ma najbardziej rygorystyczną politykę certyfikacji, przede wszystkim ze względu na wysoki próg minimalnej zawartości składników certyfikowanych w produktach złożonych, który pozwala na umieszczenie znaku certyfikacji na przedniej stronie opakowania. Jest to również pierwsza organizacja certyfikująca, która wymaga ujawnienia na przedniej stronie opakowania zawartości składników certyfikowanych, jeśli jest ich mniej niż 70 %.</p> <p>Więcej informacji: www.fairforlife.net</p>
	<p>Ecocert Fair Trade Dotyczy produktów rolnych - zarówno spożywczych, jak i stosowanych w kosmetykach czy wyrobach włókienniczych, takich jak: ekologiczna żywność; ekologiczne i naturalne kosmetyki, tkaniny, detergenty, perfumy i odświeżacze powietrza oraz akcesoria rzemieślnicze. Wymagane są długoterminowe umowy pomiędzy producentem i organizacją handlową oraz doroczny audyt kluczowych podmiotów w łańcuchu dostaw. Partnerskie stosunki z producentami zakładają wsparcie dla gospodarki obszarów wiejskich, tradycyjnych lokalnych metod uprawy, technologii przetwórstwa itp. oraz większej samowystarczalności producentów. Konieczne jest zapewnienie godziwych warunków pracy i gwarantowanych cen minimalnych, a także ochrony środowiska naturalnego, bioróżnorodności oraz rozwijanie rolnictwa ekologicznego, wreszcie podnoszenie świadomości konsumentów na temat praktyk Sprawiedliwego Handlu.</p> <p>Więcej informacji: www.ecocert.com/en/fair-trade-certification-program</p>
	<p>Bio Equitable Organizacja Bio Partenaire początkowo certyfikowała rolnictwo ekologiczne we Francji. Później stopniowo różnicowała swoją działalność w Europie i poza nią, tworząc własny system Sprawiedliwego Handlu, znany jako EFT "Sprawiedliwy Handel Ecocert - w duchu solidarności i odpowiedzialności". Certyfikacja, obok wielu produktów spożywczych (w tym wyrobów z baobabu), obejmuje aloes, masło shea, olejek arganowy, bawełnę, różę.</p> <p>Więcej informacji: www.biopartenaire.com</p>
	<p>Forest Garden Products System certyfikacji produktów, który powstał na Sri Lance. Dotyczy produktów zbieranych wyłącznie w certyfikowanych lasach i uprawianych w certyfikowanych gospodarstwach rolnych, które przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju rolnictwa, ochrony różnorodności biologicznej i stabilności środowiska. Produkty muszą odpowiadać normom produkcji ekologicznej, a ich wytwarzanie i sprzedaż powinna przyczynić się do poprawy warunków życia rolników w krajach tropikalnych i pomóc odwrócić trendy niszczenia siedlisk w tropikalnych lasach deszczowych. International Analog Forestry Network z siedzibą w Kostaryce ustala standardy i monitoruje ich przestrzeganie.</p> <p>Więcej informacji: http://forestproductscertification.com, www.analogforestrynetwork.org</p>
Certyfikacja usług	
	<p>Fair Trade Tourism (FTT) System certyfikacji „sprawiedliwych” usług turystycznych, opracowany w RPA. Kryteria obejmują godziwe wynagrodzenia i warunki pracy, sprawiedliwe zakupy i podział korzyści oraz poszanowanie praw człowieka, kultury i środowiska. System reprezentuje lokalnie Tourism Child Protection Code of Conduct, którego celem jest zwalczanie eksploatacji seksualnej dzieci w ramach podróżowania i turystyki. Jest to jak dotąd jedyny system certyfikacji, który powstał w krajach Południa. Związany jest z systemem Fairtrade.</p> <p>Więcej informacji: www.fairtradetourism.org.za</p>

DODATKOWE INFORMACJE I ŹRÓDŁA

Na stronie www.sprawiedliwyhandel.pl na stronie projektu „Sprawiedliwy Handel i konsumpcja etyczna w edukacji europejskiej” znajduje się zbiór materiałów pomocniczych dla użytkowników naszego poradnika:



- materiały dodatkowe do poszczególnych zajęć (do wydruku);
- dodatkowe informacje, ułatwiające korzystanie z poradnika;
- katalog adresów stron internetowych w języku polskim i angielskim.

Spis Treści

Wstęp	4
1. Partnerzy projektu	6
2. Wprowadzenie	8
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
3. Warsztaty	16
Warsztat 1: Co jest nam potrzebne do życia	17
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Warsztat 2: Handel wolny czy sprawiedliwy?	24
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Warsztat 3: Karta zasad Sprawiedliwego Handlu	28
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Warsztat 4: Jak działa Sprawiedliwy Handel	31
Waterford One World Centre, Irlandia	
Warsztat 5: Znajomość procesu	35
Asamblea de Cooperación por la Paz, Hiszpania	
Warsztat 6: Konsumentki a Sprawiedliwy Handel	38
Waterford One World Centre, Irlandia	
Warsztat 7: Jak sprawiedliwie podzielić banana?	42
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Warsztat 8: Dziennikarze-amatorzy w akcji	46
Anna Janczewska, Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Warsztat 9: Zapraszamy na ucztę	48
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Warsztat 10: Mity o nędzy i głodzie	53
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Warsztat 11: Czy to nasz interes?	60
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Warsztat 12: Opowieść o rzeczach (Story of Staff)	67
NaZemi, Republika Czeska	
Warsztat 13: Teatr Forum	69
Asamblea de Cooperación por la Paz, Hiszpania	
4. Kampanie i projekty	72
Kampania 1: Torby wielokrotnego użytku własnego wyrobu	72
Szkoła podstawowa w miejscowości Spišský Štvrtok, Słowacja (CEEE Živica, Słowacja)	
Kampania 2: Dzień bez zakupów	74
CEEE Živica, Słowacja, inspiracja: www.adbusters.org	
Kampania 3: Śniadanie lub piknik Sprawiedliwego Handlu	76
NaZemi, Republika Czeska	
Kampania 4: Szkoła przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu	80
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Projekt edukacyjny 1: Czy wiesz, co jesz?	84
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
Projekt edukacyjny 2: Konkurs Sprawiedliwy Handel: „egzotycznie, ekologicznie i etycznie”	87
Wojciech Zięba, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	
5. Ekonomia dzielenia się	102
Adela Militar, PATRIR, Rumunia,	
Akcja 1: 1001 sposobów na nową książkę bez pieniędzy	103
Akcja 2: Giełda darmowych rzeczy używanych	103
Akcja 3: Giełda darmowych nasion i sadzonek	105
6. Materiały dodatkowe	106
Znaki Certyfikacyjne Sprawiedliwego Handlu	106
Materiały pomocnicze i źródła informacji	109



Przewodnik został przygotowany wspólnie przez edukatorów i słuchaczy organizacji, które podejmują w swej działalności zagadnienia konsumpcji etycznej i Sprawiedliwego Handlu.



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach programu "Uczenie się przez całe życie", Projekty Partnerskie Grundtviga. Za prezentowane treści odpowiada Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu. Nie odzwierciedlają one oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej.