

Sprawiedliwy Handel



miniPRZEWODNIK

dla uczestników kampanii promocyjnych

Zdjęcie na okładce przedstawia
farmera z żoną przy drzewku kawowca,
Mbisi k. Fuondong, region Bamenda, Kamerun, 2012 r.
Fot. Łukasz Sokół



Publikacja wykonana na papierze
100% z włókien pochodzących z recyklingu,
bez wybielaczy optycznych i innych
niebezpiecznych substancji chemicznych.

Sprawiedliwy Handel **— Przewodnik dla uczestników kampanii promocyjnych**

Publikacja powstała w ramach współpracy Polskiego Stowarzyszenia
Sprawiedliwego Handlu z Koalicją Sprawiedliwego Handlu.



Opracowanie tekstu: Tadeusz Makulski, Zbigniew Szalbot

Korekta: Grzegorz Sokół, Andrzej Żwawa

Wydawca: Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu

ul.. Kwidzyńska 15

81-306 Gdynia, Polska

www.sprawiedliwyhandel.pl

Copyright © 2013, Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu

Czym jest Sprawiedliwy Handel?	4
Kto kontroluje przestrzeganie standardów i zasad Sprawiedliwego Handlu?	5
W jaki sposób produkty Sprawiedliwego Handlu trafiają na rynek?	5
Oznaczenia produktów stosowane w Sprawiedliwym Handlu	6
Najważniejsze terminy – słowniczek	7
Produkty Sprawiedliwego Handlu w Polsce	10
Wprowadzenie do kampanii Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu	14
Jak uzyskać tytuł Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu?	16
Praktyczne wskazówki	17
Kryterium I	18
Kryterium II	19
Kryterium III	20
Kryterium IV	21
Kryterium V	22
Kryterium VI	23
Kryterium VII	25
Zakończenie	26
Wybrane adresy serwisów internetowych na temat Sprawiedliwego Handlu	27
Bibliografia	27

Wstęp

Już od ponad sześćdziesięciu lat światowy Ruch Sprawiedliwego Handlu prowadzi działania na rzecz poprawy warunków życia i gospodarowania drobnymi wytwórcami i pracownikami najemnymi z krajów globalnego Południa. Od swych początków jest on tworzony oddolnie przez organizacje pozarządowe, firmy i ludzi dobrej woli. Jego celem jest pomoc rozwojowa, czyli zapewnienie ubogim ludziom z krajów rozwijających się możliwości utrzymania się z pracy własnych rąk. Jest to możliwe dzięki zaangażowaniu świadomych konsumentów, którzy nabywają towary wytwarzane przez społeczności drobnych producentów z ubogich krajów Południa. Działania na rzecz idei Fair Trade w wielu krajach Europy przybierają charakter ruchów społecznych, a produkty Sprawiedliwego Handlu, takie jak kawa, herbata, banany, cukier, są w powszechnym użyciu.

Oddając Państwu do rąk niniejszy przewodnik, pragniemy dostarczyć wszystkim, którzy chcieliby przyczynić się do popularyzacji idei Sprawiedliwego Handlu, zarówno rzetelnych argumentów do merytorycznej dyskusji, jak i narzędzi do prowadzenia kampanii w Polsce.

Sprawiedliwy Handel (ang. *Fair Trade*) to oddolny międzynarodowy ruch społeczny dążący do poprawy warunków życia i gospodarowania drobnymi producentami żywności i rękodzieła z krajów globalnego Południa. Dzięki niemu ubodzy mieszkańcy Azji, Afryki i Ameryki Łacińskiej mogą pracować w godnych warunkach i budować uczciwe stosunki handlowe z bogatszą częścią świata. *Fair Trade* znakomicie wpisuje się w Milenijne Cele Rozwoju, przyjęte przez ONZ w 2000 roku, ponieważ przyczynia się do stabilnego i zrównoważonego rozwoju, pomaga zwalczać ubóstwo, oferując „wędkę zamiast ryby”. Wybierając produkty Sprawiedliwego Handlu, konsumenci mogą wywierać realny wpływ na poprawę stopy życiowej najbiedniejszych społeczności.

Dlaczego Sprawiedliwy Handel jest potrzebny?

- Problem ubóstwa – ludzie, dzięki którym możemy się cieszyć smakiem kawy, herbaty, bananów czy czekolady, często otrzymują wynagrodzenie, które nie wystarcza nawet na wyżywienie, nie mają ubezpieczenia czy stałego zatrudnienia. Bywa, że cena, jaką uzyskują za dostarczane surowce i produkty, nie pokrywa nawet kosztów ich pozyskania czy wytworzenia.
- Problem braku dostępu do rynków zbytu – duże plantacje kawy, bananów i trzciny cukrowej są kontrolowane przez międzynarodowe korporacje lub zdominowane przez długi łańcuch pośredników. Drobnymi wytwórcami są zmuszeni sprzedawać swoje produkty po zaniżonych cenach z uwagi na utrudniony dostęp do rynków zbytu i brak potencjału przetwórczego.
- Problem pracy niewolniczej i pracy dzieci – wytwarzanie towarów, które kupujemy na co dzień, często odbywa się w warunkach niewolniczych, a w wielu krajach do pracy zmusza się kilku-, kilkunastoletnie dzieci.
- Problem uzależnienia od pomocy – jednym z czynników utrudniających ludziom z ubogich krajów wyjście z biedy jest uzależnienie od pomocy otrzymywanej z krajów wysokorozwiniętych, ponieważ zabija to lokalną przedsiębiorczość.

Co Sprawiedliwy Handel oferuje producentom z krajów Południa?

Istotą Sprawiedliwego Handlu jest przestrzeganie poniższych standardów zarówno przez firmy i organizacje producenckie z Południa, jak i nabywców (importerów) z krajów rozwiniętych. *Fair Trade* gwarantuje producentom między innymi:

- **Uczciwe ceny**, dzięki którym drobnymi rolnicy i wytwórcy rękodzieła mogą pokrywać koszty produkcji, utrzymywać rodziny i opłacać edukację dzieci.
- **Partnerskie praktyki handlowe** w postaci długoterminowych kontraktów, przedpłat i krótkich terminów płatności.
- **Premie finansowe**, czyli dodatkowe fundusze na rozwój lokalnych społeczności, wykorzystywane do tworzenia potencjału przetwórczego, budowy studni, punktów opieki medycznej, doprowadzania elektryczności itp.
- **Godne warunki socjalne**, takie jak bezpieczne warunki pracy, zakaz pracy niewolniczej i pracy dzieci.
- **Demokratyczne i transparentne** mechanizmy podejmowania decyzji w organizacjach producenckich.
- **Dbalność o środowisko** poprzez zachęcanie do stosowania naturalnych metod produkcji i ograniczania agrochemii.

Ruch Sprawiedliwego Handlu wypracował metody weryfikacji przestrzegania standardów *Fair Trade* przez wytwórców z Południa w oparciu o niezależne firmy certyfikacyjne. Do najważniejszych należą FLO-CERT, Ecocert i Naturland. Prowadzą one audyty w miejscach wytwarzania surowców i ich przerobu. Organizacje takie jak Fairtrade International zajmują się natomiast udzielaniem licencji importerom i przetwórcom, w tym również firmom konwencjonalnym. Dzięki temu obrót produktami i surowcami posiadającymi certyfikat jest monitorowany do momentu oznaczenia finalnego produktu znakiem certyfikacyjnym Fairtrade. Dostawcy, importerzy i dystrybutorzy zajmujący się wyłącznie produktami Sprawiedliwego Handlu są zazwyczaj członkami WFTO (World Fair Trade Organization – Światowej Organizacji Sprawiedliwego Handlu), potwierdza przestrzeganie przez nich zasad *Fair Trade*, udzielając stosownego certyfikatu.

W jaki sposób produkty Sprawiedliwego Handlu trafiają na rynek?

Produkty Sprawiedliwego Handlu trafiają na rynek dwoma wzajemnie uzupełniającymi się kanałami:

- drogą tradycyjną poprzez zintegrowany łańcuch dostaw, w którym rękodzieło, żywność i inne produkty Sprawiedliwego Handlu są wytwarzane, importowane i rozprowadzane przez certyfikowane Organizacje Sprawiedliwego Handlu, które uczestniczą w całym łańcuchu dystrybucji. Organizacje te zrzeszone są między innymi w WFTO (World Fair Trade Organisation), EFTA (European Fair Trade Association – Europejskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu), lub krajowych stowarzyszeniach Sklepów Świata (ang. *World Shops*). Ich misja i działania skoncentrowane są w 100% na idei Sprawiedliwego Handlu. Produkty trafiają do wyspecjalizowanych sklepów, a także do detalistów konwencjonalnych, np. sieci handlowych czy sklepów ze zdrową żywnością.
- poprzez system certyfikacji produktów potwierdzany przez niezależne organizacje certyfikujące. Produkty wytwarzane są przez drobnymi wytwórcami z Południa lub produkowane z dostarczonych przez nich surowców. Trafiają na rynek za pośrednictwem certyfikowanych Organizacji Sprawiedliwego Handlu oraz przy udziale uczestników rynku konwencjonalnego – firm, korporacji, supermarketów, sieci dystrybucyjnych itp. W ramach licencji monitorowany jest przepływ surowców w łańcuchu dostawczym oraz skład produktów. Finalny produkt jest oznaczany znakiem firmy certyfikującej (Fairtrade International, Ecocert czy Naturland).



Szukaj produktów z tymi znakami:



ZNAK CERTYFIKACYJNY FAIRTRADE

Międzynarodowy znak certyfikacyjny Fairtrade to niezależna gwarancja zgodności oznaczonego produktu ze standardami Fairtrade International. Sprzedaż certyfikowanych produktów wpływa na poprawę warunków pracy i życia drobnych rolników i pracowników najemnych w krajach ubogiego Południa, przyczyniając się jednocześnie do ochrony środowiska naturalnego. Nabywcy, którzy przez swoje wybory konsumenckie wspierają Sprawiedliwy Handel, otrzymują produkty możliwie najwyższej jakości. Więcej informacji na www.fairtrade.net.



ZNAK NATURLAND FAIR

Niemiecki system certyfikacji produkcji ekologicznej firmy Naturland został uzupełniony w 2010 roku o kryteria społeczne i ekonomiczne Sprawiedliwego Handlu. Dzięki temu producenci z krajów Południa zyskują możliwość potwierdzenia zgodności zarówno ze standardami Fair Trade, jak i produkcji ekologicznej. System odwołuje się do „Karty Zasad Sprawiedliwego Handlu”. Więcej informacji na www.naturland.de.



ZNAK ECOCERT FAIR TRADE

Powstały w 2007 roku francuski system certyfikacji ekologicznej uzupełniono w ostatnim czasie o możliwość weryfikacji zgodności produktów ze standardami Sprawiedliwego Handlu. Organizacja Ecocert to jeden z największych na świecie audytorów w dziedzinie produkcji ekologicznej (działa w ponad 80 krajach). Więcej informacji na www.ecocert.fr.

Na półkach sklepów można znaleźć także wiele produktów sygnowanych znakami certyfikowanych Organizacji Sprawiedliwego Handlu – członków WFTO. Oznacza to, że w ramach całego łańcucha produkcji i dystrybucji tych produktów przestrzegano zasad Sprawiedliwego Handlu, a procesy te są udokumentowane zgodnie z określonymi procedurami. Więcej informacji na www.wfto.com.

SPRAWIEDLIWY HANDEL – DEFINICJA

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

RUCH SPRAWIEDLIWEGO HANDLU (FAIR TRADE)

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

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION (WFTO)

Światowa Organizacja Sprawiedliwego Handlu zrzesza firmy, organizacje pozarządowe, sieci organizacji i osoby indywidualne zarówno z krajów Północy, jak i Południa, które podejmują działania na rzecz Sprawiedliwego Handlu. Podstawową misją członków WFTO jest praca na rzecz poprawy warunków życia drobnych wytwórców z krajów Południa. Ich działalność koncentruje się na promocji idei Sprawiedliwego Handlu i współpracy z partnerami z krajów rozwijających się. Pełne członkostwo w WFTO mogą uzyskać jedynie organizacje działające wyłącznie na zasadach Sprawiedliwego Handlu. Więcej informacji na www.wfto.com.

ORGANIZACJA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

Organizacje Sprawiedliwego Handlu to organizacje lub przedsiębiorstwa traktujące Sprawiedliwy Handel jako swoją misję i istotę działania. Organizacje Sprawiedliwego Handlu realizują 10 zasad Sprawiedliwego Handlu, ustalonych przez WFTO. To właśnie WFTO kontroluje przestrzeganie zasad przez organizacje, przyznając swoim członkom stosowne certyfikaty.



FAIRTRADE

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

KARTA ZASAD SPRAWIEDLIWEGO HANDLU (A CHARTER OF FAIR TRADE PRINCIPLES)

Wspólny dokument programowy przyjęty w styczniu 2009 r. przez WFTO i Fairtrade International – dwie organizacje międzynarodowe ustalające zasady i kryteria certyfikacji Sprawiedliwego Handlu. Karta określa rozumienie ruchu *Fair Trade* i jego zasady. Stanowi jednolity punkt odniesienia dla ruchu i potwierdzenie współistnienia w nim dwóch głównych nurtów: tradycyjnego, opierającego się na zintegrowanym łańcuchu dostawczym i certyfikacji organizacji Sprawiedliwego Handlu oraz nurtu opierającego się na certyfikacji i znakowaniu produktów Sprawiedliwego Handlu, trafiających w przeważającej mierze do konwencjonalnych punktów sprzedaży detalicznej, na przykład do supermarketów.

Podstawowe zasady to:

- dostęp do rynku dla marginalizowanych producentów,
- uczciwe relacje handlowe,
- budowanie i wzmacnianie zdolności produkcyjnej,
- podnoszenie świadomości i poparcia wśród konsumentów.

PRODUKTY SPRAWIEDLIWEGO HANDLU

W myśl Karty Zasad Sprawiedliwego Handlu mianem produktów Sprawiedliwego Handlu określane są wyroby produkowane i sprzedawane przez Organizacje Sprawiedliwego Handlu (zrzeszone w WFTO) oraz produkty dostarczone na rynek z oznaczeniami systemów certyfikacji *Fair Trade* (na przykład Fairtrade).

MIASTA PRZYJAZNE DLA SPRAWIEDLIWEGO HANDLU (FAIR TRADE TOWNS)



Miastem (terytorium) przyjaznym dla Sprawiedliwego Handlu jest każda jednostka administracji terytorialnej, w której mieszkańcy, przedsiębiorstwa (zwłaszcza zajmujące się handlem i gastronomią), organizacje społeczne, instytucje edukacyjne i wyznaniowe, media oraz samorząd lokalny promują ideę Sprawiedliwego Handlu i uwzględniają produkty *Fair Trade* w swoich codziennych wyborach konsumenckich. Przyczyniają się tym samym do poprawy sytuacji drobnych producentów, rolników i pracowników najemnych w krajach rozwijających się.

Gmina, dzielnica, miasto, powiat itp. zyskują tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* po spełnieniu kryteriów określonych przez krajowe organizacje koordynujące kampanię. W Polsce kampania prowadzona jest w ramach współpracy Koalicji Sprawiedliwego Handlu z Polskim Stowarzyszeniem Sprawiedliwego Handlu. W 2012 roku w 24 krajach istniało ponad 1150 miast przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu. Więcej informacji na miasta.fairtrade.org.pl

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



SKLEPY ŚWIATA

Sklepy Świata (ang. *World Shops*) to punkty handlowe oferujące wyłącznie produkty Fair Trade. Od samego początku, czyli od lat sześćdziesiątych ubiegłego stulecia, znaczący udział w prowadzeniu Sklepów Świata mają wolontariusze, a zyski przeznacza się na działania edukacyjne i promocyjne oraz rozwijanie samego handlu. W zgodnych ocenach sklepy te odegrały kluczową rolę w rozwoju ruchu Sprawiedliwego Handlu i alternatywnego handlu w Europie. W roku 2011 w Europie funkcjonowało około 4 tysięcy Sklepów Świata.



World Shop certyfikowany przez British Association of FT Shops
Haworth, West Yorkshire, UK
Foto: Jamie Simpson – HD Media Pro

MILENIJNE CELE ROZWOJU ONZ

Dokument przyjęty przez społeczność międzynarodową na Szczycie Milenijnym ONZ w 2000 roku, wskazujący drogę do zrównoważonego rozwoju całej ludzkości w perspektywie 15 lat. Milenijne cele rozwoju to m.in. wyeliminowanie skrajnego ubóstwa i głodu, ograniczenie umieralności dzieci, zapewnienie powszechnego nauczania na poziomie podstawowym, stosowanie zrównoważonych metod gospodarowania zasobami naturalnymi, tworzenie globalnych porozumień partnerskich na rzecz rozwoju oraz promowanie równości płci i awansu społecznego kobiet. Więcej informacji na www.undp.org.pl

Oferta produktów Sprawiedliwego Handlu w naszym kraju stale się poszerza, choć nadal jest stosunkowo uboga w porównaniu z krajami wysokorozwiniętymi. Najczęściej na półkach sklepowych znajdujemy kawę, herbatę, cukier trzcinowy, kakao i czekoladę. W dobrych sklepach można kupić również ryż, quinoa, suszone owoce, a także na przykład wyroby z bawełny, kosmetyki i rękodzieło. Produkty Sprawiedliwego Handlu najłatwiej rozpoznać na półkach po odpowiednim znaku certyfikacyjnym i opisie na opakowaniu. W praktyce najbardziej rozpoznawalnym systemem certyfikacyjnym w Europie jest Fairtrade z charakterystycznym znakiem czarnej postaci unoszącej dłoń na niebiesko-zielonym tle. Obok niego funkcjonują takie systemy, Fair for life, Naturland & Fair czy Ecocert Equitable. Produktami Sprawiedliwego Handlu są także wyroby wytwarzane przez certyfikowane Organizacje Sprawiedliwego Handlu zrzeszone w Światowej Organizacji Sprawiedliwego Handlu (WFTO).

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

Szeroki asortyment produktów Sprawiedliwego Handlu oferują też sklepy internetowe.

Przykładowe produkty dostępne w polskich sklepach



Herbata

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

do nowych rynków zbytu. Łączna kwota samych tylko premii Fairtrade za rok 2011 wypłaconych organizacjom producenckim zrzeszającym ponad 220 tysięcy drobnych rolników i pracowników plantacji wyniosła 4,6 mln euro.



Wytwórnia herbaty Sorwathe – Kinyihira, Rwanda, 2010
Fot. Lukasz Sokół

Kawa

Handel kawą to wielki biznes – kawa pozostaje jednym z najcenniejszych towarów w handlu światowym, ustępując jedynie ropie naftowej! Mimo to dla 25 milionów drobnych rolników uprawa kawy to żmudna praca, która często przynosi niewielki zysk. Choć w 2010 r. ceny rynkowe osiągnęły najwyższy pułap od 13 lat, nie przełożyło się to na poprawę stopy życiowej rolników. Powodem tej sytuacji jest spadek wielkości produkcji, wynikający ze zmian klimatycznych, kryzysu na rynku kredytów oraz chorób i starzenia się drzew kawowych. Środki, które drobni rolnicy zrzeszeni w spółdzielniach otrzymują w ramach ceny i premii Fairtrade, ułatwiają realizację działań biznesowych i projektów rozwojowych, a także wpływają bezpośrednio na poprawę warunków materialnych lokalnych społeczności. Łączna kwota premii wypłaconych za 2011 rok wyniosła 28,9 mln euro. Pieniądze te trafiły do organizacji producentów kawy Fairtrade zrzeszających ponad pół miliona drobnych rolników. Organizacje producenckie przeznaczyły te środki głównie na inwestycje w rozwój działalności prowadzonej przez zrzeszonych rolników.



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



Quinoa

Quinoa, czyli komosa ryżowa, to roślina jednoroczna. Pochodzi z regionu Altiplano – płaskowyżu śródgórskiego w Andach Środkowych. Według historyków quinoa jest uprawiana w Altiplano od ponad 7 000 lat i z uwagi na niski wpływ na środowisko przyczynia się do zachowania ekosystemu. Komosa ryżowa ma duży potencjał w zwalczaniu niedożywienia w populacjach o słabym dostępie do podstawowych składników odżywczych. W Ameryce Południowej z uprawy tej rośliny utrzymuje się ponad 130 000 małych, rodzinnych plantacji. Wzrost spożycia komosy ryżowej na innych kontynentach umożliwi drobnym producentom w Ameryce Południowej kontynuowanie produkcji pierwotnymi sposobami w zrównoważonym środowisku naturalnym. Warto dodać, że ONZ podjęło uchwałę ustanawiającą rok 2013 Międzynarodowym Rokiem Quinoa.



Boliwijski farmer na polu quinoa.
Fot. FAOALC (2012)

Kakao

Kakao produkuje się w ponad 30 krajach rozwijających się, a przy jego uprawie pracuje ponad 14 milionów ludzi. 9 na 10 rolników z Wybrzeża Kości Słoniowej i Ghany żyje wyłącznie z uprawy kakao. Z rozległych plantacji o powierzchni co najmniej 40 hektarów pochodzi zaledwie 5% tego surowca, podczas gdy na niewielkich farmach rodzinnych o powierzchni nie przekraczającej 5 hektarów powstaje aż 90% światowej produkcji kakao. Szacowana premia Fair Trade za 2011 rok dla organizacji producentów kakao, zrzeszających w sumie ponad 125 tysięcy drobnych rolników, wyniosła 6,9 mln euro.



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

Kakao i czekolada: Obrót handlowy kakao na świecie jest kontrolowany przez dziewięć firm (trzy przetwórcze oraz sześciu producentów czekolady i słodczy). W 2010 r. przychody czterech firm z tytułu sprzedaży czekolady na świecie wyniosły łącznie 56% z 82,5 miliarda dolarów. Rolnicy zajmujący się uprawą kakao otrzymują między 3,5 a 6% ceny detalicznej batona czekolady (dla porównania w latach osiemdziesiątych ubiegłego stulecia było to 18%). Źródło: Powering Up Smallholder Farmers to Make Food Fair, Fairtrade Foundation.

MIASTO przyjazne dla
**SPRAWIEDLIWEGO
HANDLU**

W drugiej dekadzie XXI wieku Sprawiedliwy Handel staje się najbardziej rozpoznawalną formą pomocy rozwojowej dla krajów ubogiego Południa. W działania popularyzujące *Fair Trade* zaangażowane są organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, firmy, a także konsumenci. Trwałemu wzrostowi sprzedaży produktów Sprawiedliwego Handlu towarzyszy rozwój promujących go akcji społecznych. W krajach, których mieszkańcy stykają się z ideą *Fair Trade* od kilkudziesięciu lat, można mówić o obywatelskim ruchu poparcia dla Sprawiedliwego Handlu. Jego owocem jest kampania *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (ang. *Fair Trade Towns*).

Kampania została zapoczątkowana w roku 2000 przez grupę entuzjastów Sprawiedliwego Handlu z brytyjskiego miasteczka Garstang. Od tego czasu w ciągu jednej dekady w setkach miast na kilku kontynentach przeprowadzono szereg akcji promocyjnych, organizowanych przez przedstawicieli lokalnych społeczności. Na początku roku 2012 kampania *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* obejmowała już ponad 1 150 miast w 25 krajach świata. Poznań jest pierwszym miastem w Polsce, które uzyskało ten zaszczytny tytuł. Został on przyznany wspólnie przez Koalicję Sprawiedliwego Handlu oraz Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu 10 listopada 2012 r.

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

W roku 2009 z inicjatywy Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu z udziałem organizacji pozarządowych nowych krajów członkowskich UE rozpoczęła się debata na temat kampanii *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* w Europie Środkowo-Wschodniej. Rok później Koalicja Sprawiedliwego Handlu z inicjatywy PSSH przyjęła zbiór kryteriów dla miast ubiegających się o taki tytuł w Polsce.



Międzynarodowa Konferencja
Fair Trade Towns 2011, Malmö Szwecja.
Wystawa koszulek kampanijnych.
Foto. Tadeusz Makulski



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

Tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* jest ukoronowaniem zaangażowania społeczności lokalnej. Dzięki niemu zyskuje ona nowe możliwości promocji pozytywnego wizerunku swojego miasta i zwiększenia społecznego zainteresowania Sprawiedliwym Handlem. Działania podejmowane na rzecz uzyskania tytułu wpisują się bowiem w realizację założeń tak ważnych dokumentów międzynarodowych, jak Agenda 21 czy Milenijne Cele Rozwoju ONZ.

Udana kampania dodatkowo integruje społeczność lokalną i ułatwia dalsze działania na rzecz Sprawiedliwego Handlu, a dyplom oraz nowa marka dla miasta stanowią powód do dumy dla jego mieszkańców.

Uzyskanie tytułu *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* (MPdSH) jest zbiorowym osiągnięciem społeczności mieszkańców, instytucji, organizacji i firm, a także okazją do współpracy dla lokalnych władz, szkół, przedsiębiorstw, organizacji pozarządowych, religijnych, mediów i wolontariuszy. Wspólne działanie przynosi wielowymiarowe efekty: popularyzowanie idei Sprawiedliwego Handlu wzmacnia niewątpliwie promocję pozytywnego wizerunku okolicy, zaś w sferze globalnej ekonomii prowadzi do realnej poprawy sytuacji życiowej drobnych wytwórców w krajach globalnego Południa. Każdy, kto kupuje produkty Sprawiedliwego Handlu, wspiera handel promujący zrównoważony rozwój, a tym samym ma swój udział w tworzeniu nowej rzeczywistości.

O tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* ubiegać się mogą nie tylko miasta, ale również gminy, powiaty, a nawet dzielnice miast i inne jednostki administracji terytorialnej.

Kryteria podstawowe

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

Kryteria uzupełniające

6. Uzyskanie przez co najmniej 2 szkoły lub uczelnie tytułu *Szkoła/Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*.
7. Uzyskanie przez co najmniej jedną parafię lub wspólnotę wyznaniową tytułu *Wspólnota Religijna Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*.

Wypełnienie kryterium VI lub VII pozwala na czasowe obniżenie wymaganej liczby punktów sprzedaży i promocji produktów Sprawiedliwego Handlu o 1/4 w dwuletnim okresie przejściowym (więcej informacji na kolejnych stronach przewodnika).

Tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* jest odnawiany co dwa lata. Wiąże się to z koniecznością przedstawiania aktualnej dokumentacji, potwierdzającej stałe wypełnianie poszczególnych kryteriów (w szczególności kryteriów III, IV i V) oraz planu dalszego rozwoju kampanii. Warto pamiętać, że poszczególne kryteria są równoważne, a działania należy prowadzić równolegle. Uzyskanie tytułu zależy od wypełnienia wszystkich kryteriów podstawowych. Najbardziej aktualna wersja kryteriów dostępna jest na stronach internetowych kampanii (miasta.fairtrade.org.pl).

Kampania jest moderowana i monitorowana w ramach współpracy Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu i Koalicji Sprawiedliwego Handlu. Organizacje te wskazują jej koordynatora, który utrzymuje kontakty z lokalnymi grupami prowadzącymi kampanie.

Aby rozpocząć kampanię *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*, zalecane jest podjęcie następujących działań:

1. Zawiązanie grupy inicjującej i koordynującej kampanię. Grupa powinna w możliwie największym stopniu reprezentować społeczność lokalną. W jej skład mogą wejść na przykład przedstawiciele władz samorządowych, mediów, handlu i gastronomii, organizacji pozarządowych, przedsiębiorstw, grup wyznaniowych, instytucji edukacyjnych itp., a także osoby fizyczne.
2. Zgłoszenie udziału w kampanii przez wypełnienie formularza rejestracyjnego na stronie miasta.fairtrade.org.pl. Przyjęcie zgłoszenia jest potwierdzane przez koordynatora kampanii MPdSH.



Hugo Roblero, przedstawiciel Federacji FIECH zrzeszającej lokalnych producentów ze stanu Chiapas w południowym Meksyku produkujących towary ze znakiem Fairtrade, w warszawskim sklepie „Kuchnie Świata” oferującym produkty Sprawiedliwego Handlu (2009).
Fot. Łukasz Sokół

Uzyskanie tytułu *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* wymaga zrealizowania szeregu działań, dlatego warto nawiązać współpracę z już funkcjonującymi, zwłaszcza na danym terenie, organizacjami czy firmami zaangażowanymi w rozwój Sprawiedliwego Handlu.

Podstawowym dokumentem dla grupy koordynującej kampanię jest z reguły plan działania, określający sposoby wypełniania poszczególnych kryteriów. Na użytek raportu końcowego grupa powinna gromadzić, np. w formie kroniki, dokumentację potwierdzającą zrealizowanie poszczególnych elementów kampanii (wydarzenia, spisy punktów sprzedaży, deklaracje firm, uchwały Rady Miasta itp.). Na podstawie tej dokumentacji tworzy się raport końcowy, przekazywany organizacji przyznającej tytuł. Nominacja następuje po zweryfikowaniu dokumentacji i sprawdzeniu zawartych w niej informacji.

Utworzenie lokalnej grupy koordynującej realizację kampanii *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*



Happening promujący Sprawiedliwy Handel, Stary Rynek, Poznań, 11.11.2012.
Fot. Grzegorz Sokół

W skład grupy powinna wejść możliwie szeroka reprezentacja społeczności lokalnej. Grupy koordynujące najczęściej zrzeszają przedstawicieli władz lokalnych, organizacji pozarządowych, sektora edukacji, organizacji religijnych, mediów, biznesu oraz wolontariuszy i aktywistów. Koordynatorzy kampanii tworzą plan działania, inspirować różnego rodzaju akcje i monitorują wypełnianie kryteriów kampanii *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* na swoim obszarze.

Co jest wymagane?

- Utworzenie grupy koordynującej, składającej się z przedstawicieli społeczności lokalnej – inicjatorów kampanii na danym obszarze.
- Zorganizowanie w ciągu roku co najmniej dwóch wydarzeń promujących Sprawiedliwy Handel w wymiarze lokalnym, w tym jednego z okazji Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu.

Co jeszcze można zrobić?

- Przygotować plan działania służący realizacji poszczególnych kryteriów.
- Regularnie spotykać się w grupie, oceniać stopień realizacji zamierzeń i planować kolejne kroki.

Czy wiesz, że...

Najliczniejsza grupa koordynująca kampanię w Kumamoto, pierwszym z japońskich miast, które uzyskało tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*, liczyła około 300 osób.

Przyjęcie przez samorząd uchwały wspierającej Sprawiedliwy Handel i wzywającej do zakupu produktów Sprawiedliwego Handlu na potrzeby lokalnych imprez i spotkań

Przykłady uchwał można znaleźć na stronie internetowej kampanii, pod adresem: miasta.fairtrade.org.pl

Co jest wymagane?

- Przyjęcie przez władze lokalne (np. Radę Miasta) uchwały wspierającej Sprawiedliwy Handel.
- Zapewnienie dostępności produktów Sprawiedliwego Handlu (herbaty, kawy, cukru, owoców itp.) podczas spotkań, imprez i innych wydarzeń organizowanych przez władze lokalne.
- Wskazanie przez władze lokalne osoby (np. pracownika urzędu, radnego), która z ramienia władz miasta/gminy itp. podejmie współpracę z grupą koordynującą kampanię.

Co jeszcze można zrobić?

- Wprowadzać tematykę Sprawiedliwego Handlu i zrównoważonego rozwoju do oficjalnych dokumentów tworzonych przez władze lokalne (strategii rozwoju, planu ochrony środowiska, polityki zamówień publicznych itp.).
- Udostępniać przestrzeń dla promocji Sprawiedliwego Handlu w bezpłatnych publikacjach miejskich (w Internecie, intranecie, biuletynach itp.) i innych materiałach promocyjnych.



Prezentacja uchwały popierającej Sprawiedliwy Handel na forum Rady Miasta Poznań, styczeń 2012.
Fot. Tadeusz Makulski

Kryterium III

Zapewnienie dostępności co najmniej dwóch produktów Sprawiedliwego Handlu w lokalnych sklepach oraz punktach gastronomicznych

Co jest wymagane?

- ▶ Stworzenie listy punktów handlowych i gastronomicznych oferujących przynajmniej dwa produkty Sprawiedliwego Handlu.
- ▶ Zachęcanie detalistów do wprowadzania produktów Sprawiedliwego Handlu do sprzedaży.
- ▶ Ciągłe monitorowanie dostępności produktów Sprawiedliwego Handlu na obszarze, na którym prowadzona jest kampania.

Minimalna liczba punktów handlowych i gastronomicznych oferujących produkty Sprawiedliwego Handlu wyznaczana jest na podstawie liczby mieszkańców danej miejscowości.

Liczba mieszkańców	Liczba punktów handlowych	Liczba punktów gastronomicznych
poniżej 10 000	1 sklep na każde 2 500 osób	1 punkt na każde 5 000 osób
od 10 000 do 200 000	1 sklep na każde 5 000 osób	1 punkt na każde 10 000 osób
powyżej 200 000	1 sklep na każde 10 000 osób	1 punkt na każde 20 000 osób

Przykład:

W miejscowości liczącej 200 000 mieszkańców musi znaleźć się przynajmniej 40 sklepów oraz 20 punktów gastronomicznych oferujących produkty Sprawiedliwego Handlu.

W ciągu pierwszych dwóch lat możliwe jest zastosowanie okresu przejściowego z uwzględnieniem kryteriów VI i/lub VII.

Co jeszcze można zrobić?

- ▶ Ekspozować materiały informacyjne (ulotki, plakaty) na temat Sprawiedliwego Handlu w punktach handlowych i gastronomicznych.
- ▶ Oznaczyć, np. za pomocą naklejek, punkty prowadzące sprzedaż produktów Sprawiedliwego Handlu.
- ▶ Upublicznić listy miejsc, w których dostępne są produkty Sprawiedliwego Handlu.



Kryterium IV

Używanie produktów Sprawiedliwego Handlu w lokalnych przedsiębiorstwach oraz instytucjach społecznych

Produktem Sprawiedliwego Handlu jest każdy produkt dostarczany przez certyfikowane organizacje Sprawiedliwego Handlu lub oznaczony certyfikatem produktowym Sprawiedliwego Handlu, jak Fairtrade, Naturland Fair i Ecocert Fair Trade.

Co jest wymagane?

- ▶ Udokumentowanie przypadków używania produktów Sprawiedliwego Handlu do konsumpcji wewnętrznej przez instytucje społeczne (organizacje pozarządowe, szkoły, uczelnie, parafie itd.) oraz przedsiębiorstwa mające swoje siedziby w danej miejscowości. W każdym przypadku potrzebna jest deklaracja pisemna, kopie faktur lub paragonów dokumentujących nabycie produktów *Fair Trade* oraz dokumentacja fotograficzna obrazująca praktykę danej instytucji – minimum 10 udokumentowanych przypadków.

Co jeszcze można zrobić?

- ▶ Zapraszać do udziału w kampanii największych pracodawców na danym obszarze.
- ▶ Umieszczać w widocznym miejscu w danej instytucji plakaty, nalepki oraz napisy informujące o używaniu produktów Sprawiedliwego Handlu.
- ▶ Informować o organizowanych wydarzeniach związanych ze Sprawiedliwym Handlem, podczas których używane są produkty *Fair Trade*.



Pozyskanie poparcia mediów dla kampanii *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*

Co jest wymagane?

- ▶ Podjęcie współpracy z lokalnymi mediami w celu włączenia ich do promocji Sprawiedliwego Handlu, np. poprzez regularne dostarczanie informacji.
- ▶ Monitorowanie i dokumentowanie informacji na temat Sprawiedliwego Handlu pojawiających się w mediach lokalnych oraz sporządzanie dorocznego raportu ilustrującego obecność tematyki Sprawiedliwego Handlu w mediach.

Co jeszcze można zrobić?

- ▶ Przygotować bazę mediów lokalnych i zaprosić dziennikarzy do współpracy.
- ▶ Uzyskać patronat medialny dla kampanii i towarzyszących jej wydarzeń.
- ▶ Organizować konferencje prasowe przy okazji ciekawych wydarzeń w ramach kampanii.
- ▶ Nawiązać współpracę z biurem prasowym magistratu i biurem promocji miasta.
- ▶ Wykorzystywać media społecznościowe do rozpowszechniania informacji na temat kampanii.
- ▶ Wykorzystywać media i publikacje wewnętrzne instytucji lokalnych (Urzędu Miasta, uczelni itp.) do promowania kampanii.



Konferencja prasowa „Co wnosi Sprawiedliwy Handel do polskiej gospodarki”, PAP Warszawa, wrzesień 2009.
Fot. Lukasz Sokół



Materiały prasowe na temat Sprawiedliwego Handlu

Kryterium VI (dodatkowe)

Uzyskanie przez co najmniej 2 szkoły (podstawowe, średnie) lub uczelnie tytułu *Szkoła/Uczelnia Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*

Kryteria dotyczące szkół/uczelni będą podobne do tych, które należy spełnić w przypadku ubiegania się o tytuł *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu*. Zostaną jedynie dostosowane do specyfiki instytucji edukacyjnej. Zapytania w tej sprawie prosimy kierować na adres: szkoly@fairtrade.org.pl. Docelowo kryteria, przewodniki oraz inne pomocne materiały pojawiają się na stronie szkoly.fairtrade.org.pl. Poniżej prezentujemy zarys opracowywanych kryteriów.

Co jest wymagane?

- ▶ Podjęcie przez radę pedagogiczną lub radę wydziału/uczelni oraz samorząd szkolny lub studencki uchwały o poparciu dla idei Sprawiedliwego Handlu.
- ▶ Wprowadzenie produktów Sprawiedliwego Handlu do konsumpcji wewnętrznej (sekretariat szkoły/uczelni) i do użytku w danej placówce.
- ▶ Zorganizowanie w ciągu roku dwóch imprez promujących Sprawiedliwy Handel na terenie szkoły/uczelni, np. z okazji Światowego Dnia Sprawiedliwego Handlu, odbywającego się w drugą sobotę maja, czy Tygodnia Edukacji Globalnej, przypadającego w trzecim tygodniu listopada.



© Groningen University

Uniwersytet Groningen - uroczystość nadania tytułu Fairtrade University, Holandia, maj 2011.
Fot. Jacqueline Joosse

Co jeszcze można zrobić?

- Organizować działania promujące Sprawiedliwy Handel.
- Organizować dla rady pedagogicznej, pracowników, uczniów, studentów, rodziców na temat Sprawiedliwego Handlu.
- Zachęcać właścicieli sklepików szkolnych do wprowadzania produktów Sprawiedliwego Handlu do swojej oferty.
- Wprowadzić do użytku w szkole piłki ze Sprawiedliwego Handlu czy mundurki z bawełny z certyfikatem Fairtrade.
- Zachęcać uczniów i studentów do pisania prac kontrolnych, semestralnych czy dyplomowych uwzględniających problematykę Sprawiedliwego Handlu.
- Zachęcać nauczycieli do wprowadzania problematyki Sprawiedliwego Handlu na zajęcia, np. geografii, wiedzy o społeczeństwie, wychowania obywatelskiego, przedsiębiorczości lub ochrony środowiska.

Kryterium VII (dodatkowe)

Uzyskanie przez co najmniej jedną parafię lub wspólnotę religijną tytułu *Wspólnota Religijna Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*

Kościół, związki wyznaniowe i inne organizacje religijne są naturalnym miejscem do mówienia o kwestiach sprawiedliwości społecznej i pomocy rozwojowej. Pokłosiem działań na rzecz Fair Trade jest przyznanie lokalnej wspólnoty wyznaniowej tytułu *Wspólnota Religijna Przyjazna dla Sprawiedliwego Handlu*. Taka wspólnota prowadzi działania promocyjne i informacyjne oraz wspiera sprzedaż produktów Sprawiedliwego Handlu. Zapytania w tej sprawie prosimy kierować na adres wspolnoty@fairtrade.org.pl. Docelowo kryteria, przewodniki oraz inne pomocne materiały pojawiają się na stronie internetowej: wspolnoty.fairtrade.org.pl.

Co jest wymagane?

- Wyłonienie w ramach wspólnoty osób odpowiedzialnych za kampanię na rzecz Sprawiedliwego Handlu.
- Prowadzenie wśród członków wspólnoty działań informacyjnych związanych z problematyką Sprawiedliwego Handlu.
- Wykorzystywanie przez daną wspólnotę produktów Sprawiedliwego Handlu na potrzeby lokalnych imprez i spotkań.
- Zorganizowanie przynajmniej dwa razy w roku wydarzenia promującego Sprawiedliwy Handel wśród wszystkich członków wspólnoty.
- Publiczne wyrażenie poparcia wspólnoty dla Sprawiedliwego Handlu w formie deklaracji, informacji prasowej itp.

Co jeszcze można zrobić?

- Nawiązać współpracę z działającą lokalnie organizacją promującą Sprawiedliwy Handel.
- Wprowadzić produkty Sprawiedliwego Handlu do sklepików czy kawiarni działających przy wspólnotce.



Ks. Szymon Sulkowski w trakcie festynu farnego „Warkocz Magdaleny”, Poznań, październik 2011.
Fot. Archiwum PSSH

Gdy w kwietniu 2000 r. mieszkańcy angielskiego miasta Garstang ogłosili swoją miejscowość pierwszym miastem przyjaznym dla Sprawiedliwego Handlu, zrobili to z własnej inicjatywy. Oficjalne uznanie tego tytułu przez Fairtrade Foundation w październiku 2001 r. dało początek największej, organizowanej w ramach wolontariatu, międzynarodowej kampanii promocyjnej na rzecz Sprawiedliwego Handlu – *Fair Trade Towns*.



Bruce Crowther twórca kampanii Fair Trade Towns, dyrektor FIG Tree, - Garstang, UK (IV.2012)
Fot. Tadeusz Makulski

Siłą tego ruchu jest jego oddolny charakter. W wielu miastach, które już uzyskały tytuł Fair Trade Town, na przykład w niemieckim Saarbrücken czy Kumamoto w Japonii, deklaracje poparcia były najpierw zgłaszane przez zwykłych mieszkańców przed oficjalnym uznaniem tych starań przez władze i przed utworzeniem grupy koordynującej. W związku ze wzrostem liczby organizacji i miast aktywnie zaangażowanych w ruch miast przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu w roku 2006 powołano międzynarodową grupę koordynatorów, których zadaniem jest dbanie o to, by kampania miała

podobny charakter w każdej części świata; do grona koordynatorów należy m.in. reprezentant Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu. Kampania *Fair Trade Towns* pozostaje ruchem oddolnym, wspieranym przez wiele organizacji, i jest efektem starań wielu ludzi dobrej woli na całym świecie.

Od samego początku rozwój ruchu *Fair Trade Towns* przekracza najśmielsze oczekiwania jego pomysłodawców – mówi Bruce Crowther, inicjator kampanii. – Gdy liczba miast przyjaznych dla Sprawiedliwego Handlu w Wielkiej Brytanii zbliżała się do 400, wydawało mi się, że będzie to największa kampania krajowa. Dziś wiem, że było to zbyt skromne założenie. Działania należy prowadzić nie tylko na poziomie krajowym, ale i międzynarodowym, dzięki czemu możemy stworzyć największą kampanię, jaką widział świat. Jej potencjał będzie olbrzymi. Wszystkie podejmowane przez nas działania mogą i powinny być wykorzystywane w celu lobbowania na rzecz sprawiedliwości w handlu, a w ostatecznym rozrachunku rozwiązania problemu biedy na świecie. Choć może to wydawać się naiwne, gdy rozpoczynaliśmy kampanię w Wielkiej Brytanii, miałem nadzieję, że pewnego dnia ten tytuł zdobędą nawet tak duże miasta jak Edynburg. Ludzie uważali, że się mylę, a ja wtedy nawet nie marzyłem, że ten ruch rozprzestrzeni się na cały świat.

Mamy nadzieję, że kampania *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* zostanie zainicjowana przez wiele lokalnych społeczności w naszym kraju i przeloży się na poprawę życia drobnych producentów z krajów ubogiego Południa.

Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu:
www.sprawiedliwyhandel.pl

Koalicja Sprawiedliwego Handlu:
www.fairtrade.org.pl

Kampania *Miasto Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu* w Polsce:
www.miasta.fairtrade.org.pl

Międzynarodowy ruch Fair Trade Towns:
www.fairtradetowns.org

Fairtrade International:
www.fairtrade.net

World Fair Trade Organization:
www.wfto.com

BIBLIOGRAFIA:

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

Fair Trade Glossary, www.wfto.com.

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

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

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



Publikacja opracowana w ramach międzynarodowego projektu Aware&Fair, przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej. Za treści zawarte w broszurze odpowiada Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”. Opinie i poglądy w niej wyrażone nie odzwierciedlają oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej.

aware&fair

Biantyre
Hannover
Litomerice
Miskolc
Poznań



