



Szkolenie „Profesjonalizacja działań polskich NGO w zakresie sprawiedliwego handlu” realizowane przez **Fundację Wspierania Inicjatyw Ekologicznych** w partnerstwie z **Polską Zieloną Siecią** i **Grupą EFTE**; 8-9 listopada 2008, Warszawa.

FAQ

1. Jak się ma sprawiedliwy handel do Fairtrade?

Określenie sprawiedliwy handel (lub Fair Trade pisane oddzielnie) odnosi się do całej idei rozwoju globalnego południa poprzez wymianę handlową na szczególnych warunkach, korzystniejszych niż zasady na rynku międzynarodowym. Może dotyczyć zarówno oznakowanych, jak i nieoznakowanych produktów oraz działalności różnych organizacji na tym polu.

Na przykład: **ATO** (Alternative Tradeing Organisations), czyli wszystkie organizacje prowadzące handel na warunkach umożliwiających producentom z Trzeciego Świata rozwój i wyjście z ubóstwa. Należy do nich m.in. Gepa, El Puente, Cafedirect, Tradicraft, Divine Chocolate. Istnieją również sieci i federacje zrzeszające organizacje sprawiedliwego handlu, takie jak EFTA (European Fair Trade Association), COFTA (Cooperation for Fair Trade in Africa) czy NEWS! (Network of European Worldshops). Największa sieć to IFAT (International Fair Trade Association), która zrzesza 300 organizacji, w tym innych sieci i zrzeszeń, a także instytucji oraz firm wspierających sprawiedliwy handel w 70 krajach na całym świecie. Ma szerokie spektrum działalności – jest platformą kontaktu i informacji, promocji (m. in. organizuje Światowy Dzień Sprawiedliwego Handlu), a także zabiera głos w imieniu ruchu sprawiedliwego handlu na forum publicznym i międzynarodowym. IFAT tworzy własne standardy sprawiedliwego handlu, spisy dobrych praktyk w ramach których wszystkie zaangażowane podmioty (zarówno producenci, tworzone przez nich spółdzielnie, jak i wyspecjalizowani importerzy, dystrybutorzy) spełniają kryteria i zasady sprawiedliwego handlu. Od 2004 r. przyznaje swoim członkom **Fair Trade Organisation Mark – znak organizacji sprawiedliwego handlu**.



Cztery największe sieci sprawiedliwego handlu na świecie: Fairtrade Labelling Organisations International, IFAT, NEWS!, EFTA tworzą **FINE** – nieformalną platformę współpracy, zajmującą się koordynacją i harmonizacją działań sieci członkowskich, w tym lobbieniem na rzecz sprawiedliwego handlu.

Termin **Fairtrade** jest używany dla określonego systemu certyfikacji i oznaczania produktów sprawiedliwego handlu, mianowicie: systemu zarządzanego przez FLO International. Powstał on ze stowarzyszenia się organizacji z różnych krajów w ramach organizacji parasolowej FLO Int., utworzonej



w celu harmonizacji ruchu. Opracowała ona międzynarodowy znak certyfikacyjny Fairtrade, aby ujednoczyć oznaczenia nadawane produktom. Ze względu na wypracowaną rozpoznawalność wcześniejszych oznaczeń, w niektórych krajach międzynarodowy znak Fairtrade wprowadzany jest stopniowo.

Certyfikacja w ramach FLO Int. obejmuje transakcje dokonywane z rolnikami z Trzeciego Świata przez różne przedsiębiorstwa, niekoniecznie skupiające działalność na pomocy rozwojowej lecz będące „zwykłymi” firmami komercyjnymi.

Znak certyfikacji Fairtrade jest narzędziem rozwoju dla mieszkańców krajów rozwijających się, opartym na gwarancji dobrych cen oraz korzystnych kontraktów na ich produkty. Dotyczy on wyłącznie produktów lub ich składników wytwarzanych w krajach rozwijających się. Nie jest gwarancją przestrzegania praw pracowniczych na dalszych etapach produkcji, w tym przetwarzania, pakowania, transportu, sprzedaży.

2. Jaka jest struktura systemu Fairtrade?

FLO Int. (Fairtrade Labelling Organisations International) jest organizacją parasolową dla Inicjatyw Licencjonujących z poszczególnych krajów Europejskich, oraz sieci producenckich z różnych kontynentów (Producer Networks). Sieci producenckie zrzeszają przedstawicieli spółdzielni zajmujących się produkcją towarów sprzedawanych w ramach sprawiedliwego handlu.

Są to: AFN (African Fairtrade Network), CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo), NAP (Network of Asian Producers).

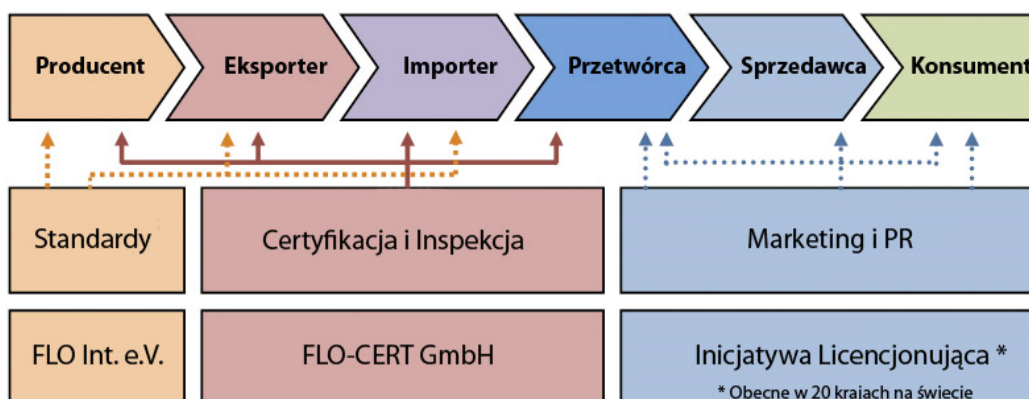
Głównym zadaniem FLO Int. jest ustalanie standardów warunków produkcji i wymiany handlowej. Przy FLO Int. istnieje niezależna firma audytowa, **FLO-Cert**, która zajmuje się kontrolowaniem przedsiębiorców pod kątem tych standardów oraz wydawaniem certyfikatów spełnienia standardów. **Inicjatywy Licencjonujące** obecne w poszczególnych krajach udzielają przedsiębiorcom pozwolenia na użycie znaku Fairtrade, wspierają rozwój nowych produktów Fairtrade oraz nowych kanałów ich dystrybucji. Dodatkowo organizacje te w sposób profesjonalny zajmują się działaniami edukacyjnymi i promocyjnymi w tym obszarze oraz lobbingiem na rzecz Fairtrade.

Organizacje, które stworzyły FLO Int. w roku 1997, stały się członkami-założycielami i Inicjatywami Licencjonującymi w swoich krajach. Wraz z rozwojem nowych rynków, powstawały nowe krajowe Inicjatywy Licencjonujące i liczba członków powiększała się. Obecnie istnieje 20

Inicjatyw w Europie, Ameryce Północnej, Japonii, Australii i Nowej Zelandii. Procesy decyzyjne i administracyjne FLO Int. są przy tej ilości członków bardzo utrudnione. Dlatego struktura jest przekształcana. Podjęto decyzję, że w nowych krajach wchodzących w system Fairtrade nie będą tworzone nowe Inicjatywy Licencjonujące, a kompetencje i funkcjonowanie już istniejących zmieniają się.

3. Kogo obejmuje system Fairtrade?

Cały łańcuch produkcji i dystrybucji jest objęty systemem Fairtrade. Ciągłość certyfikacji, monitoringu i licencjonowania zapobiega ewentualnym nadużyciom na którymkolwiek etapie. Zapewnia to, że w finalnym produkcie przeznaczonym do konsumpcji na pewno znajdują się składniki certyfikowane u źródła jako Fairtrade. Różne elementy systemu dotyczą różnych przedsiębiorstw w łańcuchu produkcji i dystrybucji.



4. Co to są standardy Fairtrade i kogo one obejmują?

Standardy produkcji i wymiany handlowej obejmują **producentów** i **bezpośrednich nabywców ich towarów**. Jako producenci określani są wyłącznie rolnicy z krajów rozwijających się, w założeniu główni beneficjenci Fairtrade. Standardy określają dla nich właściwe metody produkcji i gospodarowania służące rozwojowi.

Drobni rolnicy, aby wejść w system Fairtrade i korzystać z wyższych cen oraz dobrych warunków sprzedaży, muszą założyć organizację. W przypadku plantacji jej pracownicy muszą zrzeszyć się w związek zawodowy. Dla obu sytuacji istnieją osobne dokumenty, określające minimalne wymagania (konieczne do uzyskania certyfikatu Fairtrade) oraz wymagania dotyczące postępów, jakie są oczekiwane od certyfikowanych producentów. Dotyczą

one sfery społecznej (demokratyczna organizacja, brak dyskryminacji kobiet, dobre warunki pracy), rozwoju gospodarczego (inwestycji) oraz ochrony środowiska (zrównoważone uprawy i zakaz GMO).

Kupcy produktów Fairtrade – **eksporterzy** lub **importerzy** – muszą płacić co najmniej cenę minimalną (**Fairtrade Minimal Price**) pokrywającą koszty zrównoważonej produkcji oraz premię na rzecz społeczności lokalnej (**Fairtrade Premium**). Zobowiązani są także, w razie potrzeby, do dokonywania płatności z wyprzedzeniem, jak również do zawierania długoterminowych umów z producentami.

Standardy Fairtrade ustala Komitet Standardów FLO Int., w którego skład wchodzi reprezentanci organizacji członkowskich, sieci producenckich przedsiębiorców oraz niezależni eksperci. Komitet prowadzi przy tym szerokie konsultacje z producentami, przedsiębiorcami, niezależnymi ekspertami, inspektorami dokonującymi certyfikacji itp. oraz przestrzega kodeksu dobrych praktyk stanowienia standardów ISEAL Alliance.

Obecnie istnieją standardy dla następujących produktów: banany, cukier, herbata, kakao, kawa, komosa ryżowa (quinoa), miód, owoce suszone, owoce i warzywa świeże, soki, orzechy/ ziarna oleiste, przyprawy, ryż, wino, kwiaty cięte, rośliny ozdobne, bawełna, piłki sportowe.

5. Kogo obowiązuje certyfikacja Fairtrade?

Certyfikaty spełniania standardów wydawane są zarówno **producentom**, **eksporterom**, **importerom** jak i **przetwórcom** produktów Fairtrade. Jako przetwórcą rozumiany jest ten, kto wytwarza z nich dobra konsumpcyjne, zajmuje się pakowaniem, przepakowywaniem lub choćby tylko etykietowaniem.

Podwykonawcy przetwórcy biorący udział przy wytwarzaniu produktu Fairtrade również podlegają inspekcjom i muszą uzyskać certyfikat.

Certyfikaty wydaje **FLO-Cert**. Aby zachować wiarygodność znaku Fairtrade, system certyfikacji jest niezależny i zgodny z normami ISO-65.

6. Jak przebiega certyfikacja Fairtrade?

Istnieją procedury certyfikacyjne dla dwóch grup: producentów (rolników z krajów rozwijających się) oraz podmiotów obracających ich produktami. Do zadań FLO-Cert. należą wizyty kontrolne oraz sprawdzanie rachunkowości. Dotyczą one wszystkich oddziałów przedsiębiorstwa, jak i podwykonawców, którzy zaangażowani są w produkcję wyrobu Fairtrade.

W trakcie kontroli sprawdzane są:

- Ilość towarów przychodzących i wychodzących z przedsiębiorstwa
- Magazynowanie i znakowanie produktów Fairtrade
- Dokumentacja wykorzystania produktów Fairtrade w procesie produkcyjnym
- Asortyment, skład i opakowania produktów Fairtrade

FLO-Cert. dokonuje inspekcji regularnie, a ich częstotliwość zależna jest od tego jak długo przedsiębiorstwo operuje w systemie Fairtrade. Firma pobiera jednorazową opłatę aplikacyjną oraz corocznie opłatę certyfikacyjną.

Na stronie FLO-Cert. znajduje się przystępna animacja Flash, która pokazuje proces certyfikacji i zawiera odnośniki do szczegółowych informacji dotyczących każdego etapu:

<http://www.flo-cert.net/flo-cert/main.php?id=82>

7. Kto musi uzyskać licencję Fairtrade?

Licencja na umieszczanie znaku Fairtrade na opakowaniu potrzebna jest **właścicielom marki**, pod którą sprzedawany jest wyrób. Przyznawana jest ona na konkretne wyroby, a nie dla całej produkcji firmy. Aby uzyskać licencję trzeba podpisać kontrakt licencyjny z krajową Inicjatywą Licencjonującą lub (w przypadku państw, w których nie funkcjonują Inicjatywy) z FLO Int.

Zawarcie umowy licencyjnej zobowiązuje do:

- Rozliczania się z zakupów Fairtrade
- Konsultacji wyglądu opakowań
- Odprowadzania opłat licencyjnych

Licencję muszą posiadać też wszyscy usługodawcy, na których scedowane jest prowadzenie rozliczeń dotyczących produktu Fairtrade, odprowadzanie opłat licencyjnych lub wytwarzanie opakowań. Alternatywnie, zapis o przeniesieniu danych czynności na przedsiębiorstwa trzecie można włączyć do umowy licencyjnej właściciela marki.

8. Jak licencjobiorca może wykorzystywać znak Fairtrade?

Znak Fairtrade jest kluczowym elementem systemu Fairtrade, dlatego duże znaczenie ma zachowanie jego spójnego wizerunku. Zwłaszcza istotne jest, aby nie był on skojarzony z żadną konkretną marką ani z produktem niecertyfikowanym Fairtrade.

Kontrakt licencyjny zobowiązuje wytwórców do konsultowania wyglądu opakowań, na których jest on umieszczany. Znaku nie można zmieniać –

może występować tylko w formie opracowanej przez FLO Int., w określonych kolorach lub czerni i bieli. Inicjatywy Licencjonujące oraz FLO Int. udostępniają jego wersje w wysokiej rozdzielczości. Przedsiębiorcy, a także NGO opracowując materiały promocyjne, powinni stosować się do reguł wykorzystania znaku oraz konsultować jego użycie z Inicjatywą Licencjonującą bądź FLO.

Na przykład: Znak nie można wykorzystywać rozciągniętego w pionie lub w poziomie, z zaokrąglonymi rogami albo wplecionego w inne elementy dekoracyjne. Na ciemnym tle musi być otoczony białą ramką, a wszelki tekst musi znajdować się w odpowiednim odstępie od znaku.

Zasady te pozwalają uniknąć nadużyć znaku Fairtrade. Ułatwiają również kreowanie wizerunku i określone pozycjonowanie produktów Fairtrade.

9. Jakie działania podejmują organizacje w zakresie edukacji i promocji sprawiedliwego handlu?

Inicjatywy w różnych krajach różni stopień aktywności, jak też zasobność pozwalająca na prowadzenie projektów edukacyjnych i promocyjnych. Na ich stronach internetowych znajdują się wiadomości o sprawiedliwym handlu i systemie Fairtrade, jak również informacje dla obywateli i przedsiębiorców o działaniach, które mogą podjąć. Są tam dostępne również bazy danych o miejscach, w których można kupić produkty Fairtrade w danym kraju, jak również spisy licencjonowanych producentów. Udostępniają one też opracowane materiały promocyjne i informacyjne w postaci broszur, raportów, obrazów, klipów wideo, plakatów. Kampanie reklamowe w tradycyjnych mediach prowadzone są corocznie w wielu krajach.

Duże znaczenie mają wydarzenia popularyzujące Fairtrade, takie jak Banana Day w Niemczech czy Fairtrade Fortnight regularnie organizowany w Wielkiej Brytanii. Składają się na nie festyny i atrakcje związane z Fairtrade prowadzone na terenie kraju przez lokalnych aktywistów. Dobrowolne działania zaangażowanych osób są bardzo istotne w promocji Fairtrade.

Niektóre Inicjatywy Licencjonujące (np. (Max Havelaar France) współpracują z regionalnymi grupami działania, inne zajmują się szkoleniem „multiplikatorów“, którzy mogą następnie objaśniać kwestie sprawiedliwego handlu w swoich szkołach, sklepach, parafiach etc. Trans-Fair Minka (Luksemburg) oferuje szkołom warsztaty edukacyjne o Fairtrade, podczas których uczniowie mogą wykonać własną czekoladę i poznają zasady rządzące rynkiem kakao. Wiele Inicjatyw Licencjonujących oferuje gotowe scenariusze lekcji o sprawiedliwym handlu.

Różne instytucje i miejsca mogą uzyskać oficjalny tytuł Fairtrade. Fairtrade Foundation (Wielka Brytania) i współpracujące z nią organizacje przyznają tytuły Miasta Fairtrade (Fairtrade Town), Szkoły (Fairtrade School), Uniwersytetu (Fairtrade University), Miejsca Modlitwy (Fairtrade Place of Worship). W Wielkiej Brytanii tytuł „Fairtrade” uzyskało prawie 4 tys. miejsc modlitwy, a w całej Europie już ponad 300 miast ma status „Fairtrade”. TransFair Minka (Luksemburg) prowadzi kampanię Fairtrade Zone (miejsca, gdzie można kupić produkty Fairtrade), a Max Havelaar (Belgia) Ulicę Sprawiedliwego Handlu.

Ważne linki

fairtrade.net

fairtrade.org.uk

ifat.org

fairtrade.org.pl

ekonsument.pl

efte.org

sprawiedliwyhandel.pl

sprawiedliwy-handel.pl