

Fair Trade - spravedlivý obchod

Alternativou k současnému mezinárodnímu obchodu **je spravedlivý obchod - Fair Trade.**

Spravedlivý obchod - Fair Trade je obchodní partnerství, jehož **cílem je přímá a účinná podpora znevýhodněných výrobců z rozvojových zemí.** Toho se snaží docílit především poskytováním **"férových" obchodních podmínek** pro zapojené výrobce, důrazem na **dodržování základních norem pracovního práva a ochrany životního prostředí** a **zvyšováním informovanosti spotřebitelů o situaci malých zemědělců a řemeslníků v rozvojových zemích.**

Jedná se o způsob obchodování, jehož cílem je v první řadě podpořit malé výrobce a zemědělce z rozvojových zemí Asie, Afriky a Latinské Ameriky tak, aby se dokázali uživit vlastní prací, která je v souladu s ekologicky šetrným a sociálně ohleduplným přístupem. Pro mnoho pěstitelů tak Fair Trade představuje příležitost jak se vymanit ze spirály chudoby a neudržitelného ničení přírodního prostředí a vytvořit spolu s dalšími pěstiteli konkurenceschopná sdružení, fungující na mezinárodním trhu. Fair Trade podporuje také zaměstnance (i větších) podniků v jejich úsilí o lepší pracovní a životní podmínky. Spravedlivý obchod je jednou z těch aktivit, které se snaží pomáhat lidem v místě, kde žijí tím, že jim umožňuje vyvážet jejich výrobky a produkci do bohatých zemí.

Při nákupu a vývozu se dbá na to, aby producent, vývozce a konečný prodejce byli v rovném postavení a spravedlivě se dělili o zisk. Místní výrobce, zemědělec či družstvo musí při zaměstnávání lidí **dodržovat standardy Mezinárodního úřadu práce OSN. Pěstování či výroba nesmí poškozovat životní prostředí.**



V rámci Fair Trade se může prodávat pouze **zboží a komodity, při jejichž výrobě byly dodržovány pracovní standardy dle Mezinárodní organizace práce OSN (International Labour Office - ILO) a je prokázáno, že produkce komodit nepoškozuje životní prostředí.** Důležitým aspektem je také to, jak **produkce prospívá k rozvoji komunity.**

Mezinárodní organizace práce je agenturou OSN zabývající se problematikou zaměstnávání a pracovních podmínek. ILO ve svých konvencích stanovuje minimální práva zaměstnanců, k těmto dohodám se však zatím nepřipojily všechny státy.

Fair Trade není jediná organizace, nýbrž nesmírně rozmanité celosvětové hnutí, které spojuje úsilí o vytvoření **férovějších obchodních podmínek pro rozvojové země a jejich obyvatele v rámci konceptu trvale udržitelného rozvoje.**

Fair Trade hnutí si klade 6 cílů:

- 1. Zlepšit životní podmínky znevýhodněných výrobců** zlepšením jejich přístupu na trh, **poskytnutím spravedlivých cen za výrobky** a zajištěním kontinuity obchodních vztahů.
- 2. Rozvíjet příležitosti pro znevýhodněné výrobce, zvláště ženy** a domorodé obyvatele
- 3. Odstraňovat dětskou práci**
4. Spotřebitelům dávat **jistotu nákupu výrobků, kterými není ničena příroda, které jsou zdravotně nezávadné a šetří přírodní zdroje.**
- 5. Pomáhat zvyšovat povědomí o problémech chudých částí naší planety a lidem z bohatých zemí dává možnost podílet se tím nejjednodušším způsobem - uvědomělou spotřebou - na jejich rozvoji!**
6. Ve svých důsledcích zlepšovat zdravotní péči, základní vzdělávání, podmínky bydlení i přístup k nezávadné vodě

Vznik a rozvoj

V průběhu 60. a 70. let se stále více lidí v bohatých zemích dozvíдалo o otřesných podmínkách, za nichž jsou vyráběny jejich oblíbené výrobky v zemích tzv. třetího světa. Velmi často se přitom jednalo o velmi luxusní produkty renomovaných firem, ale také o tradiční řemeslné výrobky, které se stávaly stále populárnějšími.

Pro místa, kde probíhá výroba za špatných hygienických a zdravotních podmínek, s neúměrně dlouhou pracovní dobou, za velmi nízkou mzdou a kde se využívá práce dětí, se používá termín **sweatshop** a takový **způsob podnikání je označován jako sweatening**.



V 60. letech začalo do zemí třetího světa jezdit stále více lidí, kteří se zde snažili přispět k rozvoji a ke zlepšení životních podmínek v rámci projektů rozvojové pomoci. Mnoho z nich bylo zděšeno zneužíváním pracovních sil a nerovnými podmínkami místních výrobců, řemeslníků a obchodníků. Ti byli nuceni prodávat své výrobky za nízké ceny zahraničním obchodníkům, kteří je pak několikanásobně zhodnotili v bohatých zemích.

Ve snaze pomoci těmto maloproducentům, začali pracovníci rozvojových projektů, zpočátku především církevních, jejich produkty sami vyvážet a prodávat. Nejprve se zboží prodávalo mezi podporovatelé rozvojových projektů a peníze sloužily k dalším nákupům. Později, když se výrobky staly populárními, je začali nabízet i širší veřejnosti. V té době se jednalo především o drobné rukodělné produkty řemeslníků - sošky, ozdoby, oděvy.

V 70. letech postupně vznikaly v řadě rozvinutých zemí rozvojové projekty, které se soustředily na dovoz těchto komodit a jejich následný prodej. **Cílem bylo dát drobným výrobcům v málo rozvinutých zemích udržitelnou možnost obživy za spravedlivých podmínek**. Na západě začaly vznikat velkoobchodní společnosti, které zboží kupovaly a dovážely. Zároveň s tím vznikaly sítě obchodů, které se na prodej tohoto zboží orientovaly pod tehdy oblíbeným jménem - obchod třetího světa. Tak dostal Fair Trade svou strukturovanou podobu. Byla podporována výroba drobných družstev, velká pozornost se věnovala ženám, jejichž produkce je obvykle na trhu silně znevýhodněna.

Historie Fair Trade

Koncem 80. let výrobky s označením Fair Trade začaly pronikat i do běžných obchodů, nejen do specializovaných obchůdků humanitárních organizací. S rozšířením poptávky po Fair Trade produktech a zvýšením počtu prodejců pracujících na čistě komerčních principech **se ukázalo nezbytným, aby všechny Fair Trade výrobky byly označeny jednotnou známkou**. Bylo tedy třeba sjednotit známky používané v různých zemích různými společnostmi a také se domluvit na pravidlech, podle nichž budou tyto známky přidělovány.

Musela být vytvořena jednotná známka - **symbol, který by spotřebitelům garantoval skutečně férový původ výrobku**. Za tím účelem byla založena **Mezinárodní společnost pro označování výrobků spravedlivého obchodu - Fairtrade Labelling Organisations International = FLO**.

Toto sdružení vysílá své inspektory k výrobcům, kteří na spravedlivém obchodě participují, nebo se jej chtějí zúčastnit a **uděluje jim ochrannou známku**. Aby výrobce dostal známku FAIRTRADE musí splňovat podmínky FLO - mezi ně patří především naplňování standardů ILO, rovné podmínky mužů a žen, spravedlivá mzda, ekologicky nezávadná výroba či pěstování.

Známku FAIRTRADE akceptují všichni prodejci, kteří se na spravedlivém obchodě podílejí.



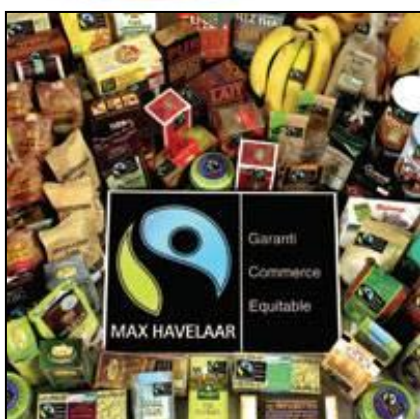
Ve světě působí i jiné **certifikační organizace než FLO** - první z nich byl holandský **Max Havelaar**, postupně následovaly další iniciativy – např. **Rapunzel Hand in Hand**.

Spravedlivý obchod dnes představuje sice malou, ale **stále rostoucí položku celosvětového obchodu**.

V současné době existuje v Evropě kolem **5 000 FAIRTRADE obchůdků**, kromě toho lze některé FAIRTRADE výrobky najít i v 55 000 supermarketech.

Kolem **70 % tvoří potraviny (nejvíce káva, dále kakao,**

banány, čaj), zbytek připadá na **řemeslné výrobky**. FAIRTRADE káva má na evropském kávovém trhu **2 - 3 % podíl**, největší tržní podíl dosahují banány ve Švýcarsku – **asi 50 %**.



Komodity s označením FAIRTRADE

Sortiment výrobků ze „Spravedlivého obchodu“ zahrnuje **FAIRTRADE kávu, čaj, kakao, čokoládu a další cukrovinky, třtinový cukr, banány, sušené ovoce, ořechy, ovocné šťávy, med, rýži, žvýkačky** a další potraviny.

Významnou součástí Fairtrade nabídky, která však nenes ochrannou známku FAIRTRADE, jsou umělecké a řemeslné výrobky - keramika, sklo, textil, šperky, hudební nástroje, hračky, doplňky do domácnosti, koberce a mnoho dalšího.

Cena FAIRTRADE výrobků bývá obvykle o něco vyšší než u běžného zboží, ale spotřebitel ví, že platí **nejen za spravedlivé a ekologicky šetrnější výrobní podmínky, ale i za velmi dobrou kvalitu**.

U kvalitních káv, sypaných čajů nebo například čokolád ze „Spravedlivého obchodu“ jsou proto ceny mnohdy ve srovnání s obdobně kvalitními výrobky z konvenčního obchodu rovnocenné.

Trh s FAIRTRADE výrobky **vykazuje každoroční růst**.

K výrobkům jsou tištěny informační materiály, z nichž se kupující může ve stručnosti dozvědět něco o zemi původu i o výrobci.

Pěstování FAIRTRADE komodit se řídí zásadami integrované ochrany rostlin, která upřednostňuje jiné než chemické způsoby ošetřování a hnojení plodin a přispívá tak k ochraně a šetrnému nakládání s přírodními zdroji. Řada FAIRTRADE výrobků pochází z kontrolovaného ekologického zemědělství.

Uvědomělá spotřeba

Fair Trade je celosvětový systém snažící se v mezinárodním obchodu dodržovat základní etická pravidla a zásady, jež většina běžných obchodních společností, kvůli snaze zvýšit své zisky a snížit náklady na minimum, nerespektuje. Celý proces od výroby nebo pěstování produktu v rozvojové zemi až po cestu ke spotřebiteli zohledňuje etické principy.

Tyto principy mohou podpořit i sami spotřebitelé nakupováním výrobků označených jako Fairtrade. Jedná se o tzv. uvědomělou spotřebu praktikovanou ve vyspělých státech. Zákazník kupuje výrobky označené logem FAIRTRADE, i když je jejich cena vyšší, neboť chápe společenskou prospěšnost svého jednání! Pro rozvojové země je to prospěšnější, než poskytování humanitární pomoci ze strany vyspělých států. K takové uvědomělé spotřebě je však třeba vysokého zájmu, angažovanosti a znalostí.

Proč se objevuje spravedlivý obchod psaný jako Fair Trade, Fairtrade, Fair trade i FAIRTRADE?

Hlavní rozdíl spočívá v tom, jestli jsou slova psaná zvlášť (Fair Trade, Fair trade, fair trade), nebo dohromady (Fairtrade, FAIRTRADE).

V prvním případě se jedná o označení celého hnutí za spravedlivý obchod, případně obecně myšlenky, že obchod by měl být spravedlivý (to především v anglicky mluvícím prostředí).

Ve druhém případě se jedná o spojitost s certifikační organizací FLO a ochrannou známkou FAIRTRADE, která je na trhu nejznámější a zahrnuje největší tržní segment Fair Trade (nicméně nezahrnuje celé hnutí za spravedlivý obchod – Fair Trade). Zbytek – zda psát velká či malá písmena – záleží spíše na zvyku v té které zemi/organizaci.



Fair Trade v ČR

Díky tomu, že o životních podmínkách pěstitelů a zaměstnanců informují nejen organizace, které se ve Fair Trade přímo angažují, ale i učitelé ve vyučování, média, firmy, úřady a další instituce i jednotlivci, je obecné povědomí o Fair Trade a o problémech, které se snaží řešit stále vyšší. Myšlenka férového veřejného nakupování, které je u nás teprve v počátcích, dala například vzniknout celoevropskému projektu „Fair Procura“, jehož nositelé – významné evropské Fair Trade organizace – usilují o to, aby co nejvíce úřadů a institucí (škol, nemocnic, obecních úřadů, magistrátů, parlamentů apod.) placených z peněz daňových poplatníků spotřebovávalo Fair Trade výrobky. Propracovaný koncept Fair Trade měst (a později například Fair Trade škol, Fair Trade univerzit apod.) se ze své původní domoviny - Velké Británie, rozšířil i do Německa, Irska a dalších zemí. I v ČR již máme první Fair Trade města a školy.

V současné době působí v České republice čtyři Fair Trade organizace – Centrum férového obchodu s.r.o., Ekumenická akademie Praha, Jeden Svět o.p.s. a Společnost pro Fair Trade a rozvojové vzdělávání, které jsou sdruženy do Asociace pro Fair Trade.

V roce 2013 prodej fairtradových výrobků v ČR činil 113 mil. Kč. 85 % z toho byly produkty se známkou Fairtrade, 15 % pak výrobky bez této známky, kam spadají například řemeslné produkty.

Největší zájem byl o kávu.

Jedním z nejvýznamnějších prodejců v ČR z pohledu řetězců je **britská společnost Marks&Spencer**, která kromě řady potravinových produktů nabízí i produkty z fairtradové bavlny a ve svých kavárnách i fairtradovou kávu, čaj a čokoládu. Řada potravinových produktů se známkou Fairtrade je k dostání např. také v prodejnách **dm Drogerie Markt**, již třetím rokem pak nabízí fairtradové produkty řetězec **Kaufland**.

Shrnutí - Co je Fair Trade?

Fair Trade je způsob obchodu, který zaručuje pracovníkům z tzv. rozvojových zemí spravedlivou odměnu za jejich práci.

Pěstitelé a řemeslníci v rámci Fair Trade **dostávají za svou práci takovou výkupní cenu, která odpovídá nákladům na výrobu a zaručuje jim důstojný život.**

Mezi základní principy Fair Trade patří:

- 1) **férové obchodní podmínky**
- 2) **dodržování lidských a pracovních práv**
- 3) **šetrnost k životnímu prostředí**
- 4) **vyplácení tzv. sociálního příplatku, který je investován do projektů místního rozvoje**

Fairtradový výrobek lze rozpoznat například podle označení ochrannou známkou Fairtrade na obalu – je na ní postava podávající pomocnou ruku obyvatelům rozvojových zemí.

The screenshot shows the homepage of the Fairtrade organization in the Czech Republic and Slovakia. At the top, there is a navigation menu with links for 'nas', 'Fair trade', 'Produkty', 'Producenti', 'Media', 'Obchodníci', and 'Zapojte se'. The main content area features a large image of people and a headline: 'GLOBÁLNÍ PRODEJ FAIRTRADE STÁLE ROSTE'. Below this, there are several news items with dates, such as 'Přejeme Vám férový rok 2016' and 'Fairtradová hrdinové a klima: Peru'. On the right side, there is a 'Newsletter' sign-up form and social media icons for Facebook and YouTube. At the bottom, there are logos for 'FAIRTRADOVÁ MĚSTA', 'ČESKÁ REPUBLIKA POMÁHÁ', and 'CRM'.



FAIRTRADE
ČESKO a SLOVENSKO

