GRA FAIR

SPRAWIEDLIWY HANDEL

Idea Sprawiedliwego Handlu – Fair Trade – robi coraz większą karierę. Wybierając towary ze znaczkiem tego ruchu, świadomie wspieramy producentów, którzy nie są w stanie konkurować z dużymi koncernami. Czarno-niebieskie logo gwarantuje, że rolnik czy drobny producent z krajów rozwijających się otrzymał za swój wyrób godziwą zapłatę. Produkty Fair Trade największą popularnością cieszą się w Wielkiej Brytanii. Około 20% kawy ziarnistej kupowanej przez Brytyjczyków oraz blisko połowa bananów sprzedawanych w Szwajcarii ma znak graficzny we wspomnianych barwach

Sprawiedliwego Handlu z powodzeniem zdobywa coraz większą popularność. Produkty Fair Trade najczęściej znajdziemy w wielkich centrach handlowych, ale są też w małych sklepach oraz w sklepach internetowych.

Przeciw wyzyskowi

Zainteresowanie Sprawiedliwym Handlem jako pierwsza w Polsce zaczęła prze-

Jak być ekologicznym, czyli zielony jest na to kilka sposobów. Przede wszystkim to mieć dobrą markę. Bliski znajomy przez jakiś czas żył i jeździł po Hawajach. Pod obrazy, wykonane przez jednego z tamtejszych artystów, kupował ramy w sąsiednim z miejscem pobytu w Paryżu. Następnie Ramy na ulicy Dzielnie Czarnego Kapitału sprzedawał dalej. W ten sposób zarabiał na handlowaniu pomiędzy przyjaciółmi z innymi ludźmi. Kawiarnia Cafe Cuba, czyli 20 lat minęło, gdzie bohaterowie, pomimo kultowości swojego miejsca, lamentowali z hipokryzji

jawiać spółka pod szyldem Green Way, zajmująca się sprzedażą produktów ekologicznych. Ta idea jest z powodzeniem propagowana do dzisiaj w prowadzonych przez firmę sklepach, a także w kilkuwyrh wariat wegetarian Bistrach wegetarianskich. – Z jednego z naszych barów usunęliśmy kawy i herbaty produkowane metodami konwencjonalnymi i zastąpiliśmy je produktami ze Sprawiedliwego Handlu. I tak 13 maja 2006 r. zaczęła się historia Sprawiedliwego Handlu w Polsce – wspomina początki Marek Chudzik, prezes Green Way. – Od tego czasu firmy z dilemu strategicznego na rzecz zdrowych stylów życia, tj. Green Way, Vega Instytut, Bio Planet i Organic Farma Zdrowia, sprowadziły i rozdystrybuowały ponad 50% wszystkich sprowadzonych artykułów Fair Trade w Polsce – podkreśla.

W propagowanie tej szlachetnej idei zaangażowana jest również m.in. Grupa Rast, której podstawowym przedmiot działalności to sprzedaż detaliczna w sieci sklepów położonych w Olsztynie i okolicy. Sprzedaje kawy, czekolady, herbaty, cukry oraz miody z logo Fair Trade. Funkcjonuje od kilkunastu lat na olsztyńskim rynku, spółka dysponuje 20 obiektami handlowymi o powierzchni od 700 do 3500 metrów kwadratowych. 15 sklepów zlokalizowanych jest w Olsztynie, głównie w centrach osiedli mieszkaniowych, natomiast 4 – w Mrągowie. Firma ma ugruntowaną pozycję na rynku. Oferuje produkty dobrej jakości i większy wybór towarów. Przywiązuje też dużą wagę do ich pochodzenia. Jak tłumaczy Beata Wolff, dyrektor ds. Zakupów Produktów Świeżych Grupy Rast, świadomość sytuacji panującej w krajach Trzeciego Świata daje możliwość umożliwienia nabywcom słonienia zjawisk niewolniczych i wykorzystywania dzieci. – Nasze zaangażowanie w Sprawiedliwy Handel umożliwia naszym klientom zakup towarów produkowanych w godziwych warunkach – podkreśla Wolff. Jej zdaniem to także forma wyrażenia swojego sprzeciwu wobec skandalicznych warunków pracy oraz niewolnictwa.

Marek Chudzik prezes sieci barów wegetariańskich „Green Way", i Małgorzata Gilwiczewska-Chudzik, prezes Zarządu Vega Instytut, który zamiast się propagowaniem ekologii, żywności przetworzonej oraz Sprawiedliwego Handlu

„S" jak sprawiedliwy

W podobnym tonie wypowiada się Małgorzata Gilwiczewska-Chudzik, prezes Zarządu Vega Instytut, która podkreśla, że misją jej firmy jest propagowanie ekologicznej żywności przetworzonej oraz Sprawiedliwego Handlu. Kierowana przez nią spółka jest producentem pieczywa ekologicznego i przetworzonego o przedłużonym terminie do spożycia, pod marką Green Way, i świeżego – pod marką Bio Piekarnia Zarno. Prowadzi też działania w zakresie badań nad wypracowaniem know-how produkcji pieczywa, które najbardziej sprzyja zdrowiu i długowieczności. – Na świecie na wielką skalę wszystkim się ludzi ubogich. Ogromne korporacje skupując od nich surowce stosują nieuczciwe metody handlowe – mówi nasza rozmówczyni, na krzyż oburzenia. Dostrzegając dotychczasowe zaangażowanie firm i instytucji w propagowanie Sprawiedliwego Handlu, Gilwiczewska-Chudzik przyznaje, że jest ono coraz bardziej zauważalne, a świadomość konsumentów ciągle rośnie. – Dzięki Sprawiedliwemu Handlowi uczulamy konsumentów na wyzysk, który czyniony jest przez wielkie korporacje kawowe, herbaciane oraz zbożowe – tłumaczy. Kupując te produkty, klienci mogą być pewni, że ich wytwórcy z Afryki pracują w dobrych warunkach i są odpowiednio wynagradzani. – W ten sposób dajemy im „wędkę", a nie jałmużnę – podkreśla.

Piękno idei

Do wyboru produktów z logo Fair Trade zachęca także Agnieszka Olędzka, właścicielka sieci sklepów z naturalną żywnością Złoty Ceasar. W swojej ofercie placówki te mają m.in. czekoladę, olej, kakao, kawę, herbatę, cukier, a nawet cukierki. – Zaangażowaliśmy się w Sprawiedliwy Handel z powodu piękna idei, na której się opiera – tłumaczy Olędzka. Podkreśla, że dzięki ciągłej kampanii informacyjnej po zyskać z logo akcji sięgać będzie coraz więcej konsumentów. Jej zdaniem pomóc w tym mogą akcje społeczne. – Myślę, że rozpowszechnienie tej słusznej idei będzie rosło w siłę, tak jak dzieje się to w innych państwach Europy Zachodniej. Tam tego typu produkty są dostępne w większości sklepów, a nawet na stacjach benzynowych – zaznacza właścicielka Złotego Ceasara.

Sebastian Petrus