

25 Spotreba a trvalo udržateľný rozvoj



Spravodlivý obchod

Prípadová štúdia El Guabo, Ekvádor – 2. časť

Banánový priemysel prináša obrovské zisky pre nadnárodné ovocinárske koncerny. Sú tu však dva problémy: porušovanie ľudských práv a vysoké dlhodobé náklady na sociálne zabezpečenie. Tento problém rieši spravodlivý obchod s banánmi. Jeho cieľom je v krátkej dobe zabezpečiť práva malých a stredných producentov a ochranu práce na plantážach. Z dlhodobého hľadiska je snahou zmeniť štruktúru banánového priemyslu.

Priekopníkom spravodlivého obchodu s banánmi je v Nemecku spolok „Banafair“, ktorý dováža a predáva banány z Ekvádoru, Karibiku a Kostariky. Predpokladom pre spoluprácu je dodržiavanie aspoň minimálnych sociálnych štandardov pri produkcii. K tomu sa okrem iného počíta aj zákaz nútenej detskej práce a povinnosť poistenia pracovníkov. „Banafair“ predáva produkty v obchodíkoch „Jeden svet“, obchodoch so zdravou výživou, cirkevných spolkoch a ďalších maloobchodoch a upozorňuje spotrebiteľov na problematické záležitosti pri produkcii banánov.

Od roku 1998 predáva „Banafair“ banány od zväzu malých ekvádorských pestovateľov UROCAL. UROCAL je skratka miestneho názvu pre Regionálnu úniu zväzu hospodárov pobrežných regiónov Ekvádoru. Tieto farmárske rodiny patria a asi 5000 maloroľníkom v krajine, ktorí dodávajú asi 60 % celkovej produkcie banánov. Vzhľadom na lepšiu cenu a dlhodobú spoluprácu môže dochádzať k zlepšovaniu pracovných i životných podmienok malých producentov. Ďalším cieľom UROCALu je ekologizácia produkcie, čo znamená upustenie od používania jedovatých herbicídov a pesticídov pri pestovaní banánov. UROCAL produkuje bio-banány, ktoré sú certifikované podľa platnej legislatívy.

Časť „Banafair“ banánov pestuje 14 rodín z malého mestečka Las Palmas. Okrem jednej školy, kostola a stánku tu neexistuje žiadna infraštruktúra. Vybavenie rodín elektrickým prúdom, pitnou vodou a sanitárnym zariadením je veľmi rozmanité a nie vždy zabezpečené. V súvislosti s hospodárskou krízou v Ekvádore a nízkymi cenami konvenčných výkupných cien, znamená obchod s „Banafair“ často jediný stabilný príjem týchto rodín.

V Ekvádore existuje štátny systém, ktorý zaručuje minimálnu cenu banánov. Štát by tak mal farmárom zaručiť minimálnu cenu 2,90 USD za kartón. Exportné firmy sa však tohto nariadenia často nedržia a platia 1 USD alebo aj menej za kartón. Farmári UROCALu dostávajú od Banafair 5 USD za krabicu banánov. Celkove to v ročnom priemere znamená pre producentov dvojnásobok alebo trojnásobok bežnej trhovej ceny. Navyše dostáva UROCAL 2 USD za kartón (od tej istej spoločnosti) na výdavky spojené s prevádzkou združenia a na sociálne a environmentálne programy. Z týchto prostriedkov je v Las Palmas financovaný malý zdravotný program. Do programu okrem iného patria: zriadenie malej lekárne, školenie o hygiene, zdravotnej starostlivosti a výžive, okamžité opatrenia na zlepšenie pitnej vody a zriadenie obecnej zeleninovej záhrady.

(Zdroj: Hipš, J. - Ďurišová, P. Jeden svet na školách. Bratislava: Živica, 2006)

FAIR TRADE



V poslednom období sa na našom trhu čoraz častejšie objavujú aj výrobky so značkou Fair Trade. Fair Trade je forma spravodlivého obchodu, ktorý podporuje ekonomiku krajín tzv. Juhu (Južná Amerika, Ázia, Afrika). Špecializované organizácie dovážajú poľnohospodárske a iné produkty, ktoré nakupujú za „férové ceny“ priamo od producentov. Systém tak obchádza obchodné medzičlánky – veľkých dovozcov a vývozcov, ktorí sú často zneužívajú svoje postavenie a nevyplácajú producentom spravodlivé ceny. Organizácia Fair Trade zároveň podporuje prechod pestovateľov na ekologické poľnohospodárstvo. Preto výrobky Fair Trade môžu byť zároveň aj biopotravinami. Aj keď

ich cena môže byť o niečo vyššia ako cena iných bežných potravín, dávajú nám záruku kvalitných potravín a ich kúpou pomôžeme ľuďom v rozvojových krajinách viesť plnohodnotnejší a dôstojnejší život.

Takzvané férové produkty, ako kávu, kakao alebo ovocné šťavy, si kupuje čoraz viac spotrebiteľov. V roku 2010 si takéto produkty kúpili zákazníci za 3,4 miliardy eur. Prírastok tohto sortimentu dosiahol medziročne 15 %. Z toho malo úžitok 1,2 milióna maloroľníkov a robotníkov na plantážach v 60 rozvojových krajinách. Pestovatelia kakaa a výrobcovia surového cukru zaznamenali rast odbytu o 35 a 57 %. Kupujú ich vo veľkom rozsahu výrobcovia cukrovínok a mliekarských výrobkov ako Cadbury Dairy Milk, Kit Kat od Nestlé, Green & Black a Ben & Jerry. Dopyt po klasickej férovej káve medziročne vzrástol o 12 %. Rast dopytu po takto dosiahnutých produktoch u spotrebiteľov signalizuje, že majú záujem o zlepšenie životných podmienok zamestnancov výrobných skupín v Afrike, Ázii a v Latinskej Amerike. Celosvetovými jednotnými podmienkami na produkciu férových komodít sa v roku 2010 riadilo 827 výrobných skupín, predovšetkým v Latinskej Amerike a v Afrike. Informovala o tom agentúra DPA.



Na základe zhladaného filmu a nasledujúceho textu sformulujte hlavné princípy FAIR TRADE.