



Společnost pro Fair Trade, Rumiště 6, 602 00 Brno, <http://www.fairtrade.cz>

## **TISKOVÁ KONFERENCE U PŘÍLEŽITOSTI DNE PRO FAIR TRADE 29. dubna 2008, Informační centrum OSN, nám. Kinských 6, 150 00 Praha 5**

### **SOCIÁLNÍ A ENVIRONMENTÁLNÍ DOPADY SPOTŘEBY**

Česká společnost se stává více citlivou vůči problémům jako je ničení deštných pralesů, chudoba v rozvojových zemích nebo změny klimatu. Začíná brát na vědomí skutečnost, že za těmito problémy stojí především lidská ekonomická aktivita. Co však většině lidí stále uniká, je úzká spojitost mezi globálními problémy a jejich každodenním spotřebitelských chováním. „*Pohled na původ našich výrobků je někdy až zarážející. Když si dáváme ranní šálek kávy, ani nás nenapadne, že v důsledku systematické krize mezinárodního obchodu s kávou jsou životní podmínky desítek milionů chudých lidí v rozvojových zemích žalostné. Nosíme oblečení a obuv s visačkami Made in China nebo Made in Bangladesh, a přitom si neuvědomujeme, že se jejich šitím živí miliony lidí, kteří za svou práci dostávají špatně zapláceno,*“ komentuje situaci Pavel Chmelař ze Společnosti pro Fair Trade a dodává: „*V důsledku pěstování bavlny v chudých zemích jsou dramaticky přetěžovány místní vodní zdroje. Bavlník je chemicky nejvíce ošetřovanou plodinou na světě, což se negativně projevuje na životním prostředí i zdraví místních lidí*“.

Česká republika je zapojena do globalizovaného systému mezinárodní dělby práce, jež nám dovoluje užívat si produktů, které byly vyrobeny tisíce kilometrů za našimi hranicemi. Na visačce džínů se však nedočteme, že čínský dělník dostal za jejich ušití mizerně zapláceno a že dříve, než jsme je oblékli, procestovaly více zemí než většina z nás za celý život.

### **PŘÍKLAD KÁVY**

25 milionů rodin pěstujících kávu je na celém světě závislých na pěstování kávy jako zdroji příjmů pro nákup potravin, ošacení nebo placení školních potřeb (celkem něco přes 120 milionům lidí). Když ceny silně kolísají nebo když špatné počasí poškodí úrodu, ekonomicky to ruší komunity i celé oblasti. V regionech rozvojového světa, kde se káva pěstuje, tak dochází k růstu chudoby.

Od konce 80. let navíc ceny kávy na světových trzích dlouhodobě klesají. Pro ilustraci, ve srovnání s ropou je káva 50x levnější než před čtyřiceti lety – zatímco od druhé světové války až do 60. let stála libra kávy skoro stejně jako barel ropy (poměr cen ropy a kávy nebyl vyšší než 2:1). Od roku 2000 se poměr ceny kávy a ropy drží kolem 100:1. Cenový vývoj kávy kontrastující s růstem cen dalších surovin a produktů nedává desítkám milionů lidí na celém světě žádnou možnost vystoupit z kruhu chudoby. Dosud nejhlubší a nejdelší krize zasáhla trh kávy mezi lety 2001 a 2004, přičemž svého dna ceny kávy dosáhly v prosinci roku 2001 - cca. 40 amerických centů za libru kávy. Tehdy byla nominální cena kávy stejná jako na konci 60. let, v reálné hodnotě však nejnižší v historii.

Vezmeme-li v úvahu, že na jedné straně kávu produkují desítky milionů drobných pěstitelů a zaměstnanců plantáží a že na druhé straně více než polovinu obchodu s kávou a její následné zpracování ovládá tři až pět velkých firem, je jasné, že drobný pěstitel nemá téměř žádnou moc ovlivnit cenu, za kterou svoji kávu prodává. Naopak. Pravidla i ceny, za něž se obchoduje, určují velké firmy s vysokou tržní mocí. Drobný pěstitel v rozvojových zemích tak dostane z balíčku 100g většinou méně než jednu korunu.

## Co nabízí Fairtrade u kávy?

Známka Fairtrade na produktu zaručuje, že pěstitelé dostali za svou kávu férově zaplacenou s garancí minimálního příjmu. Mezi lety 2001 a 2004 se cena libry kávy arabica pohybovala mezi 40 a 70 centy, zatímco pěstitelé zapojení do Fairtrade dostávali alespoň garantovanou minimální cenu 121 centů. Části ceny (tzv. Fairtrade příplatek – v současnosti 10 centů na libru kávy) je určena na místní rozvoj a umožňuje komunitám pěstitelů investovat např. do kopání studní, rozvoje zdravotní péče, vzdělávání a dalších prospěšných projektů, podle toho pro co se sami demokraticky rozhodnou.

*„Nakupováním Fairtrade kávy především vytváříme příležitost pro pěstitele kávy zapojit se do mezinárodního obchodu na rovnějším principu a dáváme možnost pěstitelům dostat se z chudoby svou vlastní prací. Je to mnohem efektivnější způsob podpory lidí v rozvojových zemích než pasivní čekání na rozvojovou pomoc, z níž stejně 40 % plyne na platy západních konzultantů a další velká část je vázána na nákup zboží dárcovské země,“* shrnuje Pavel Chmelař.

## PROČ MLUVÍME O KÁVĚ, KAKAU, BAVLNĚ A ODĚVECH?

- Protože produkce kávy, kakaa, bavlny a oděvů pro ČR poskytuje obživu cca **620 tisícům** pěstitelů, zaměstnancům a jejich rodinám, v naprosté většině velmi chudým lidem v zemích Afriky, Asie a Latinské Ameriky.
- Protože v případě těchto výrobků existuje pro spotřebitele funkční a okamžitá alternativa nakupování výrobků se známkou FAIRTRADE®.
- Lidé v České republice tak mohou nakupováním Fairtrade výrobků přímo podpořit minimálně 600 tisíc pěstitelů a zemědělců (v případě započtení vyživovaných členů rodin bychom se mohli dostat k číslu 3 miliony lidí).

## NEUSPOKOJIVÁ SITUACE VE FAIR TRADE V ČR

*„Fair Trade je v ČR poměrně novým konceptem. Před rokem 2004, kdy jsme otevřeli první obchůdek a kolegové z Ekumenické akademie Praha začali s velkoobchodní distribucí výrobků, se nedělo skoro nic. Od té doby tržby výrobků rostou stabilními tempy 200 % ročně – loni dosáhli maloobchodní tržby zhruba 24 mil. Kč“* přibližuje historii Fair Trade v ČR Pavel Chmelař.

Toto číslo nedosahuje ani promile z celosvětového obrátu přes 1,6 miliardy euro (v roce 2006). Fairtrade banány ve Švýcarsku v roce 2006 tvořily 55 % trhu s banány a například mletá Fairtrade káva ve Velké Británii přes 20 %. Proč tomu tak je tam a u nás? Možnost odvolávat se na to, že Velká Británie a další země západní Evropy jsou mnohem bohatší než my, patří minulosti. V současnosti se ČR na žebříčku nejbohatších zemí světa pohybuje kolem 30. místa (dle HDP na hlavu v paritě kupní síly).

*„Hlavním důvodem je nedostatečná znalost konceptu Fair Trade a neuspokojivá dostupnost Fair Trade výrobků mezi spotřebiteli“,* upozorňuje Pavel Chmelař.

Na českém trhu funguje zhruba šest velkoobchodních dodavatelů. Fair Trade je možno koupit v desítkách specializovaných obchodů a obchůdků. Omezený sortiment najdeme v necelých dvou stech dalších prodejních místech (zejména obchodech se zdravou výživou a prodejnách biopotravin). Hlavní obchodní řetězce však uvedení Fairtrade posud odmítají. Z celonárodních řetězců Fair Trade výrobky dosud uvedli jen MARKS & SPENCER a v úzkém sortimentu i řetězec DM. Zatímco kupř. ve Velké Británii je Tesco největším prodejcem Fairtrade certifikovaných produktů, v České republice Fairtrade produkty tato společnost nenabízí. Ve srovnání s tím česká pobočka MARKS & SPENCER zařadila do nabídky výrobky se známkou Fairtrade krátce po jejich uvedení v zahraničí. Kromě toho stejně jako na celém světě si můžete v jejich kavárnách Café Revive dát výhradně kávu se známkou Fair Trade. Podporu Fairtrade M&S demonstruje kromě jiného fakt, že v roce 2007 M&S nakoupil třetinu celosvětového objemu bavlny obchodované jako Fairtrade.

## DEN PRO FAIR TRADE 2008

Rozvoj „férového obchodu“ v ČR potřebuje aktivní přístup spotřebitelů i obchodníků. Proto se mottem letošního Dne pro Fair Trade stala výzva: **Zapojte se do Fair Trade! A podpořme stovky tisíc lidí v chudých zemích.**

### SPRAVEDLIVÁ CESTA – FAIR TREK (Více informací v příložené tiskové zprávě)

Průvod v maskách na podporu Fair Trade

KDY: Úterý 6. května

KDE: Praha, Brno:

Brňany navíc mezi 5. a 18. květnem čeká řada doprovodných akcí včetně **Týdne Fair Trade kávy** v 11 kavárnách a soutěž o seskok padákem.

Kontakt Brno: Barbora Mrázková ([mrzkova@nazemi.cz](mailto:mrzkova@nazemi.cz)), 774 427 377

Kontakt Praha: Tomáš Bílý ([tomas.bily@nazemi.cz](mailto:tomas.bily@nazemi.cz)), 775 074 030

Co se děje při příležitosti Dne pro Fair Trade ve světě, si můžete přečíst na <http://www.wftday.org/english/events/list/index.htm>

## SPOLEČNOST PRO FAIR TRADE

### INFORMACE, VZDĚLÁVÁNÍ, DOSTUPNOST

Zvyšování povědomí o Fair Trade a výchova k odpovědnějšímu přístupu ke spotřebě – to je hlavním cílem Společnosti pro Fair Trade. „*Na širokou veřejnost jsou mířeny **kampaň Svět v nákupním košíku**, kterou „rozběhneme“ před Vánoci s Hnutím DUHA a FSC Česká republika, kromě toho vydáváme informační materiály, provozujeme webové stránky [www.fairtrade.cz](http://www.fairtrade.cz).*“ říká o osvětovém projektu Pavel Chmelař.

Na žáky střední škol (a nejvyšších ročníků základních škol) je zaměřen soubor vzdělávacích dílen názvem Svět v nákupním košíku – dosud se jej zúčastnilo **1538 žáků** ve 13 městech ČR. Ve spolupráci se zahraničními partnery vydala Společnost pro Fair Trade deskovou hru Fair Play o bavlně. Kontaktní osoba pro vzdělávací projekty: Eva Malířová, [eva.malirova@fairtrade.cz](mailto:eva.malirova@fairtrade.cz), mobil 774 437 377).

Současná nabídka Fairtrade výrobků na trhu je velmi žalostná. Dalším z cílů Společnosti pro Fair Trade je proto zvyšování dostupnosti těchto výrobků. Spolu s více než dvěma stovkami dobrovolníků zajišťuje **7 prodejních míst NaZemi** v 6 městech. Podobu obchodu mají čtyři z nich (dva v Brně a po jednom v Praze a Olomouci), příležitostný je prodej místních dobrovolnických skupinek v Trutnově, Ústí nad Labem a Pardubicích. Kontaktní osoba k prodejním aktivitám: Tomáš Bílý ([tomas.bily@fairtrade.cz](mailto:tomas.bily@fairtrade.cz), 775 074 030).

### FAIR TRADE

Fair Trade představuje způsob obchodu, který se zaměřuje na rozvoj a posílení pozice nejchudších pěstitelů a zaměstnanců v rozvojových zemích. Tento důvěryhodný a léty obchodní praxe prověřený koncept přináší opravdovou změnu a podporu těm, kteří to nejvíce potřebují.

Hlavní partneři:

MARKS &  
SPENCER

