

Sprawiedliwy Handel w edukacji na rzecz Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR)

materiał opracowany w RODN i IP „WOM” w Rybniku



autor: dr Aldona Urbanek

Nauka przez zabawę, nawet z pozoru poważnych i trudnych treści, to jeden z najlepszych sposobów przyswajania nowych wiadomości i utrwalania tych już nabytych. Niniejszym przewodnikiem chcemy zachęcić nauczycieli do podjęcia tematyki sprawiedliwego handlu na własnych lekcjach. Oczywiście podstawa programowa przychodzi tutaj z pomocą, umożliwiając prowadzenie zajęć zarówno poza programem, jak i na lekcjach przedmiotowych. Obecność sprawiedliwego handlu w podstawie programowej oznacza, że jest to zagadnienie znaczące dla rozwoju kompetencji społecznych młodzieży. Wykorzystajmy więc naturalną u młodych ludzi ciekawość w odkrywaniu świata, aby zachęcić ich do osiągnięcia lepszych wyników w nauce.

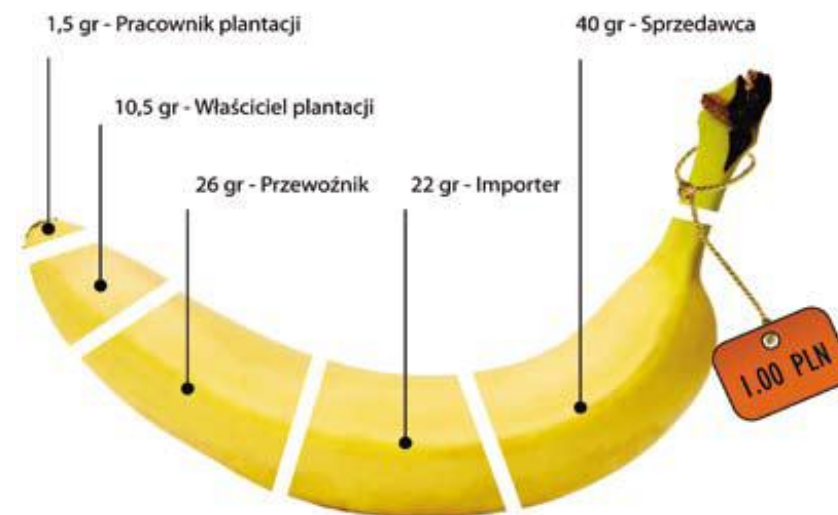


SPIS TREŚCI

1. Słowniczek pojęć – definicja/określenie	str. 4
2. W aspekcie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu	str. 16
3. Realizowane treści z podstawy programowej (wymagania szczegółowe)	str. 19
4. Materiał pomocniczy dla nauczyciela	str. 23
4.1. Publikacje	str. 23
4.2. Ważne linki	str. 29
4.3. Scenariusze zajęć	str. 30
4.4. Prezentacje	str. 54
5. Medioteka – materiały multimedialne do wykorzystania	str. 64
6. Projekty i propozycje działań	str. 68
7. Wnioski	str. 74

1. Słowniczek pojęć – definicja/określenie

Dlaczego Sprawiedliwy Handel jest potrzebny: Odpowiedź wydaje się bardzo prosta: Ponieważ nie możemy przymykać oczu na skrajną biedę oraz głód na świecie. W obecnie panującym systemie handlu światowego, producenci z krajów globalnego Południa (rolnicy, robotnicy), otrzymują za swoją pracę wynagrodzenie, które nie zaspokaja ich najbardziej podstawowych potrzeb: żywienia, edukacji, godnej egzystencji (lekarstw ratujących życie). Firmy z bogatych krajów, które skupują produkty w krajach Południa lub też zakładają w nich własne oddziały produkcyjne dyktują jak najniższe ceny. Wykorzystując swoją dominującą pozycję na rynku doprowadzają do wyczerpania ubogich producentów i pracowników. Wielu konsumentów i konsumentek w krajach Północy nie jest świadoma faktu, iż konsekwencją niskich cen jest nieszczęście innych ludzi. Sprawiedliwy Handel, choć nie jest idealnym sposobem na zmianę tej sytuacji stanowi swoistą próbę wpłynięcia na poprawę bytu ludzi z ubogich krajów Południa.





Czym jest? Sprawiedliwy Handel (SH) to forma pomocy prorozwojowej realizowanej ze świadomym i celowym udziałem konsumentów, przez organizacje pozarządowe i przedsiębiorstwa, na rzecz społeczności drobnych producentów/rolników i pracowników z krajów globalnego Południa. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, oferując lepsze warunki handlowe. Do kanonu zasad SH należą: gwarantowane ceny minimalne, przedpłaty i długoterminowe umowy, a także dotacje na projekty rozwojowe dla lokalnych społeczności. Niedozwolone jest natomiast stosowanie procedur niedemokratycznych i dyskryminacyjnych, jak: praca dzieci oraz praca niewolnicza. Podkreśla się również zakaz procedur wpływających na erozję środowiska. SH preferuje zasadę, iż człowiek ważniejszy jest od zysku. Przestrzeganie tych zasad oraz wiarygodność organizacji, firm i produktów zapewniają niezależne systemy certyfikacji¹.

¹ K. Szeniawska, Pomoc Rozwojowa; Edukacja globalna i sprawiedliwy handel, nr 3/2010, wrzesień-październik 2010, s.9

Oficjalna definicja Sprawiedliwego Handlu wg FINE:

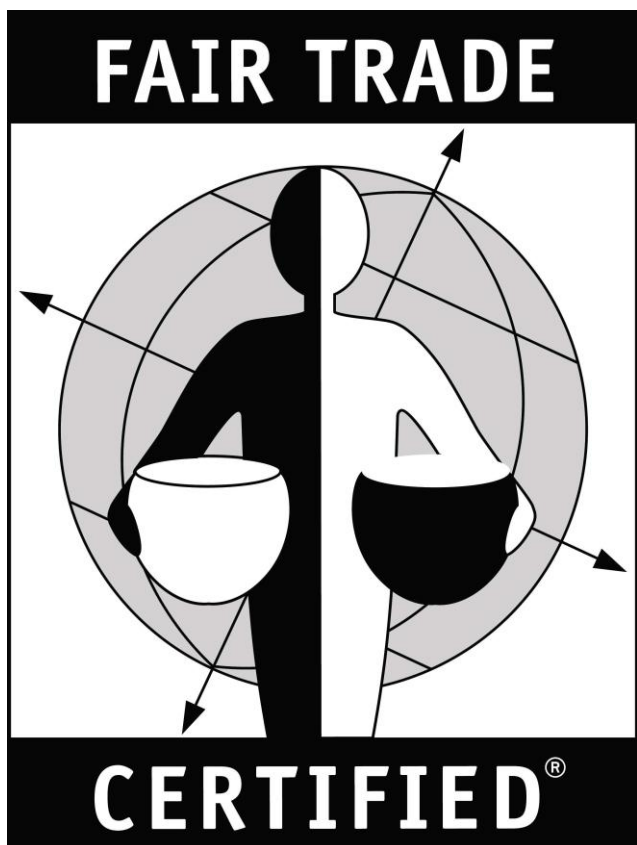
Sprawiedliwy Handel to partnerstwo w handlu oparte na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, oferując lepsze warunki handlowe i broniąc praw marginalizowanych producentów i pracowników Globalnego Południa. Organizacje Sprawiedliwego Handlu, przy wsparciu konsumentów, są aktywnie zaangażowane we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości w społeczeństwie i prowadzenie kampanii na rzecz zmian w regułach i praktykach na konwencjonalnym rynku międzynarodowym. Produkcja i sprzedaż towarów Sprawiedliwego Handlu odbywa się zgodnie z tymi zasadami. Tam, gdzie to możliwe, są one weryfikowane przez niezależne i godne zaufania systemy².

Kto korzysta: bezpośrednio 1,4 miliona osób w krajach Południa jest zatrudnionych przy produkcji towarów ze Sprawiedliwego Handlu. Rozszerzając tę liczbę osób o członków rodziny pracownika (żona/mąż, dzieci) ze Sprawiedliwego Handlu korzysta **6 milionów osób**³.



² Źródło: Strona Koalicji Sprawiedliwego Handlu, http://www.fairtrade.org.pl/s1_co_to_jest_fair_trade.html, 20.07.2012

³ Źródło: <http://www.2010conference.fairtrade.org.pl/images/downloads/Monday-02-Gerd-Brief-History-of-the-FTMovement.pdf>, slajd nr 3, dostęp 2011.01.27

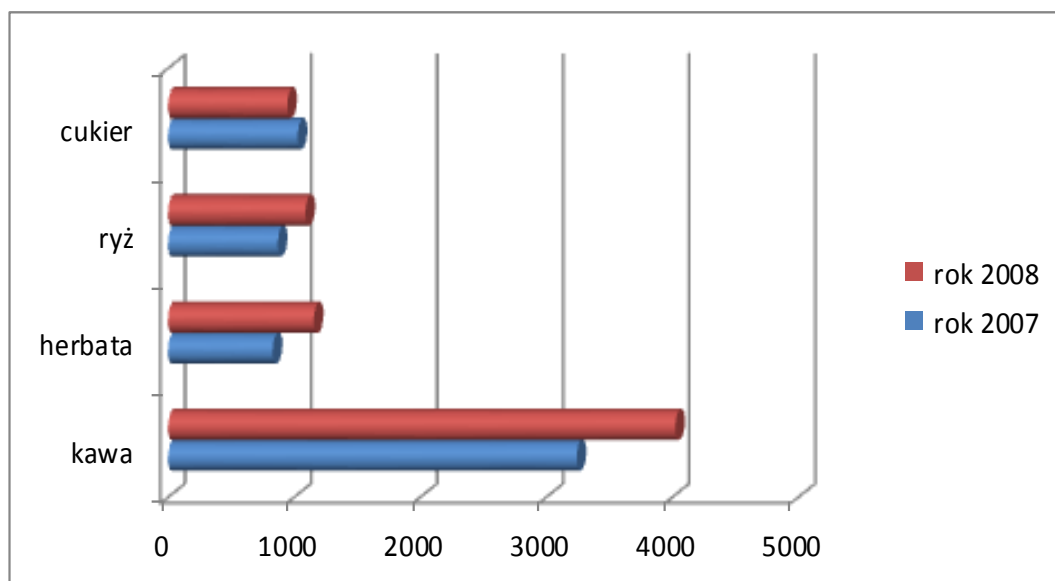


Jakie są efekty działania SH: Sprawiedliwy Handel wpływa nie tylko na poprawę poziomu życia i pracy konkretnych producentów/rolników, ale też na zmianę zasad handlu międzynarodowego. Ruch Sprawiedliwego Handlu zajmuje się nie tylko utorowaniem kontraktów dla producentów z krajów globalnego Południa, ale lobbuje w sprawie handlu międzynarodowego. Ponadto prowadzi badania i kampanie społeczne uświadamiające konsumentów, trafia wraz z pełnymi projektami do szkół.

Jakie produkty występują w ofercie SH: kawa, herbata, cukier, czekolada, kakao, banany, ananasy, ryż, miód, przyprawy, biżuteria, torebki, chusty, wyroby rzemieślnicze i kilkadziesiąt innych produktów. Pod znakiem handlowym FLO (Fairtrade Labelling Organisation) sprzedawanych jest 27000 rodzajów produktów w 70 krajach.

Poniżej przedstawiony jest wykres obrazujący dane dotyczące produktów sprzedawanych przez Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”.

Wykres 1. Dane dotyczące produktów sprzedawanych przez Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My” w latach 2007-2008.



1. Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zawartych w: J. Kronenberg, T. Bergier, Wyzwania Zrównoważonego Rozwoju w Polsce, Fundacja Sendzimira 2010, s. 365.

Jak rozpoznać produkty Sprawiedliwego Handlu ?

Funkcjonują dwa główne systemy certyfikacji produktów oraz całych organizacji SH. Pierwszy, stosowany przez FLO, gwarantuje, że dany produkt spełnia standardy Sprawiedliwego Handlu. Sprzedaż tak oznakowanych produktów pozwala na poprawę warunków pracy i życia drobnych rolników i pracowników najemnych w krajach ubogiego Południa oraz ochronę środowiska naturalnego. Firma może równocześnie sprzedawać produkty nie pochodzące z SH. Drugi system certyfikacji, stosowany przez WFTO (World Fair Trade Organisation), zapewnia, że cały asortyment produktów danej organizacji powstaje według standardów SH – producent nie może sprzedawać produktów nie pochodzących ze Sprawiedliwego Handlu. Obydwa systemy mają swoje znaczki, umieszczane na produktach lub udostępnione w miejscu sprzedaży. Poznaj listę znaków certyfikacyjnych: <http://bit.ly/hT9rM3>

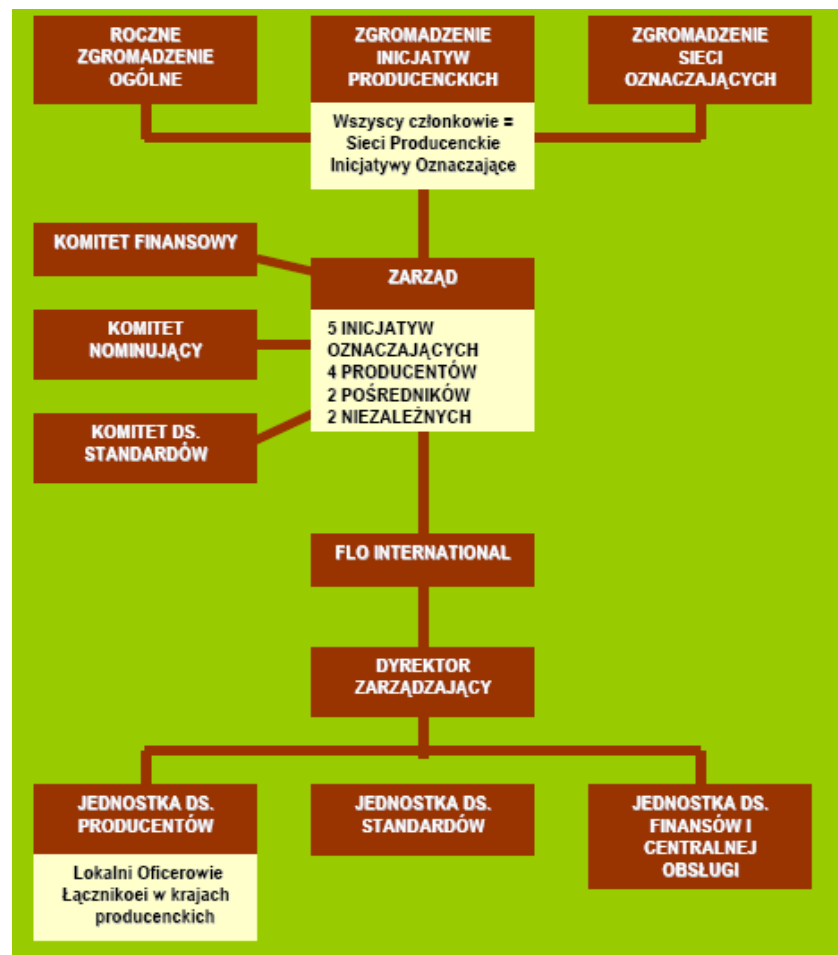
Struktura FLO

Zgromadzenie ogólne:

WSZYSCY CZŁONKOWIE = INICJATYWY LICENCJONUJĄCE + SIECI PRODUCENCKIE

Zarząd FLO:

- 5 reprezentantów LI
- 4 reprezentantów PN
- 2 reprezentantów certyfikowanych handlowców
- 2 niezależnych członków



Źródło: Prezentacja Polskiej Zielonej Sieci, 3.10.2008, dostępna na stronie www.zielonasiec.pl



Źródło: Opracowanie wykorzystane w prezentacji multimedialnej Koalicji Sprawiedliwego Handlu, Autorki: Maria Huma, Justyna Szambelan.

W Polsce: 65% Polaków i Polek deklaruje, że są gotowi płacić wyższą cenę z powodów etycznych (głównie osoby w wieku do 18 roku życia oraz po 60 roku życia), lecz tylko 3-10% zna Sprawiedliwy Handel. Produkty te sprzedawane są głównie w supermarketach i sieciach handlowych (40%), ale też w Internecie (20%), sklepach ekologicznych (15%) i na imprezach publicznych (10%)⁴.

⁴ Źródło: <http://www.2010conference.fairtrade.org.pl/images/downloads/Monday-05-Tadeusz-Polish-market.pdf>, slajd nr 4, dostęp 2011.01.27

Zasady Sprawiedliwego Handlu

Sprawiedliwy Handel opiera się na kilku wspólnych zasadach, które mogą być realizowane w różny sposób. IFAT wypracował zasady, którym muszą podporządkować się organizacje Sprawiedliwego Handlu. Natomiast FLO stworzyło system certyfikacji Fairtrade, który oparty jest na standardach produkcji i wymiany handlowej w odniesieniu do gamy konkretnych produktów.

Poniżej przegląd najważniejszych zasad:

- uczciwa cena jaką otrzymują producenci za swoje produkty,
- bezpieczne i oparte na zasadach szacunku praktyki handlowe,
- sprawiedliwe płace i odpowiednie warunki socjalne,
- demokratyczne zarządzanie organizacją producencką,
- dążenie do zwiększania niezależności producentów,
- zwiększanie wiedzy i świadomości konsumentów⁵.

**Popieram
Sprawiedliwy
Handel**



⁵ Źródło: http://www.ekonsument.pl/a144_czym_jest_sprawiedliwy_handel.html?gclid=COXy2e3HqrlCFUFBzQodiUkASA

Historia ruchu

Geneza ruchu oparta jest o próbę stworzenia alternatywy dla tradycyjnego handlu. Pierwsze jej symptomy pojawiały się w Europie Zachodniej już w połowie XX wieku, przede wszystkim w Wielkiej Brytanii i Holandii. Związane były z działalnością misjonarzy, którzy przywozili wyroby mieszkańców krajów Trzeciego Świata i rozprowadzali je na festynach parafialnych (na początku sprowadzano głównie towary artystyczne).

Na przełomie lat 60-tych i 70-tych formę wspierania ubogich producentów poparli aktywiści opowiadający się przeciwko zachodniemu korporacyjnemu systemowi władzy. Na początku otwierano wolontaryjnie sklepy z produktami z krajów rozwijających się oraz importując towary bezpośrednio od producentów z nastawieniem na poprawę ich losu.

Wraz z nagłośnieniem hasła „Trade not Aid”, wzywającego do nawiązywania relacji handlowych z Ameryką Łacińską i Afryką, zaczęły powstawać pierwsze **organizacje Sprawiedliwego Handlu** (określane mianem organizacji handlu alternatywnego – tzw. **ATO**). Zakładane na początku przez aktywistów i organizacje pozarządowe we współpracy z rolnikami, z którymi nawiązywano bezpośrednie relacje handlowe. Między innymi dzięki działalności ATOs zaczęto uruchamiać **Sklepy Świata (Worldshops)**, które oferowały różnorodne towary wyprodukowane wyłącznie w zgodzie z zasadami Sprawiedliwego Handlu. Z czasem sklepy te zaczęły cieszyć się coraz to większą renomą. Powstały więc instytucje dookreślające kryteria dla sprzedawanych produktów, poddano weryfikacji informacje na temat dostawców. Ważnym krokiem naprzód było poszerzenie oferty SH o produkty spożywcze. Powodem tej decyzji był m.in. radykalny spadek cen artykułów rolnych w latach 80-tych (zwłaszcza kawy i herbaty), przez co sytuacja ekonomiczna wielu mieszkańców Południa znacznie się pogorszyła.



Kolejnym przełomem w historii rozwoju ruchu było ustalenie i rozpropagowanie systemu certyfikacji i umieszczanie znaków certyfikacyjnych na opakowaniach produktów SH. Pierwszą wersję znaku certyfikującego kawę sprzedawaną na zasadach Sprawiedliwego Handlu stworzono w Fundacji Maxa Havelaar z Holandii w 1988 r. W latach 90. w różnych krajach powstało wiele inicjatyw, które rozwijały własne oznaczenia dla produktów Sprawiedliwego Handlu. W imieniu Sklepów Świata taką działalność prowadzi np. w Niemczech Weltladen Dachverband, w Wielkiej Brytanii – The British Association of Fair Trade Shops, w Holandii – Landelijke Vereniging van Wereldwinkels, we Włoszech – Associazione Botteghe del Mondo.

W celu podnoszenia świadomości polskiego społeczeństwa w lutym 2004 roku utworzono Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My” o profilu edukacyjno-informacyjnym (od 2006 roku stowarzyszenie zajęło się również sprzedażą produktów ze sprawiedliwego handlu). Na skutek starań stowarzyszenia i podpisanej umowy z FLO w Polsce został zarejestrowany znak sprawiedliwego handlu. Skala działalności stowarzyszenia była jednak tak mała, iż towar sprowadzano z Niemiec, co przekładało się na bardzo wysokie ceny oferowanych produktów. Krokiem w kierunku powołania krajowej organizacji certyfikującej, która mogłaby bezpośrednio importować towar, było utworzenie w 2009 roku Koalicji Sprawiedliwego Handlu (tworzyło ją 11 organizacji pozarządowych: wśród nich grupa eFTe, Polska Akcja Humanitarna, Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”, Polska Zielona Sieć). W maju 2009 roku członkowie Koalicji zorganizowali Dzień Sprawiedliwego Handlu, w ubiegłym roku odbył się 12 maja.

Nowe Trendy w Sprawiedliwym Handlu

W kwietniu 2012 roku odbyła się czwarta międzynarodowa konferencja dotycząca Sprawiedliwego Handlu. Podczas debaty skupiono się na przedstawieniu wyników badań naukowych, a także pomysłów na rozwój Fair Trade. Był to kontakt teoretyków z praktykami. W bardzo konstruktywnej atmosferze omówiono szereg nowatorskich pomysłów i podejść do idei Sprawiedliwego Handlu. Do najważniejszych należy zaliczyć wdrażane pomysły podawania klientom wiarygodnych informacji o pochodzeniu produktu. Pomysł ten koncentrował się na możliwości uzyskania przez klienta dodatkowych informacji za pomocą skanowania kodu kreskowego produktu przez kamerę smartphona bądź laptopa. Klient mógłby w ten sposób uzyskać rzetelną informację o pochodzeniu produktu (z dokładnością do farmy/plantacji z której pochodzi główny składnik), jego certyfikatach, składzie, klasyfikacji ekologicznej itp.

Podejmowane tematy miały bardzo szerokie spektrum. Koncentrowały się wokół takich zagadnień jak: Fair Trade a zrównoważony rozwój, rozwój handlu Południe-Południe oraz Północ-Północ, rola ochrony środowiska w Fair Trade, kontrowersje wokół strategii FLO nadawania znaku Fairtrade produktom wielkich korporacji, oczekiwania klientów wobec etycznej sprzedaży, strategie marketingowe, wpływanie na politykę UE i innych instytucji, i inne.

Konieczne wejdź na stronę Polskiej Zielonej Sieci, by zrewidować swoje zakupy: <http://dobrezakupy.ekonsument.pl/>

Rozdział I został przygotowany na podstawie:

- materiałów poszkoleniowych przygotowanych w ramach projektu „Profesjonalizacja działań polskich NGO w zakresie sprawiedliwego handlu” realizowanego przez Fundację Wspierania Inicjatyw Ekologicznych w partnerstwie z Polską Zieloną Siecią i Grupą EFTE, pt: „Jak rozwijać sprawiedliwy handel?” autorstwa Marii Humy, Justyny Szambelan, Andrzeja Śwawy, listopad 2008,
- broszury Polskiej Akcji Humanitarnej, pt.: „(W)łącz się i działaj!” Scenariusze spotkań filmowych autorstwa Marcina Wojtalika, 2011.
- opracowania „Wyzwania Zrównoważonego Rozwoju w Polsce”, Fundacja Sendzimira 2010, autorstwa T. Kronenberga i T. Bergiera.

2. W aspekcie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

Definicja Sprawiedliwego Handlu⁶ niemal samoistnie nasuwa skojarzenie, że te same wartości, które wyznają jego uczestnicy, stanowią również podstawę CSR. Istnieje oczywiście uzasadnienie dla takiego podejścia, bowiem w społecznej odpowiedzialności biznesu także kładzie się nacisk na to, by przedsiębiorstwa umiały prawidłowo zidentyfikować i zrozumieć potrzeby środowiskowe i społeczne, a także uwzględniły je w swoich planach rozwojowych. Wytyczne takie bez wątpienia są zbieżne z dążeniami aktywistów z grup fair trade. Można więc uznawać te dwie idee za komplementarne i efektywnie się uzupełniające. Dostrzegalne są oczywiście różnice między dwoma podejściami. Działania z zakresu CSR wpływają na otoczenie gospodarcze w sposób łagodny i bez kwestionowania istniejącego



⁶ Fair Trade (FT) to forma pomocy rozwojowej realizowanej za pośrednictwem organizacji pozarządowych i przedsiębiorstw, przy aktywnym udziale i zaangażowaniu konsumentów, na rzecz społeczności drobnych producentów i pracowników z krajów globalnego Południa. Do standardów FT - zwanego w naszej rodzimej, spolszczonej wersji Sprawiedliwym Handlem (SH) - należą: gwarantowane ceny minimalne, premie na inwestycje rozwojowe dla lokalnych społeczności, przedpłaty i długoterminowe umowy. Wykluczone jest natomiast stosowanie procedur niedemokratycznych, dyskryminacja, niewolnicza praca (w tym dzieci) i oraz niszczenie środowiska. 20.08.2012 <http://csr.pl/article/235/>

status quo, tymczasem Sprawiedliwy Handel opowiada się za stanowczymi i zauważalnymi zmianami w międzynarodowym systemie handlu. Sprawiedliwy Handel ma ponadto na celu skutecznie poprawiać warunki życia i pracy drobnych producentów oraz ich rodzin. CSR, tymczasem może w określonych przypadkach doprowadzić do marginalizacji małych przedsiębiorstw, gdy te nie są w stanie udowodnić swojej zgodności z pewnymi standardami uznawanymi przez potężnych przeciwników - korporacje. Drobny producentom jest też trudniej stawić czoło przytłaczającej przewadze kompetencyjnej swych rynkowych konkurentów. Niemniej jednak obydwie linie działania wskazanych koncepcji są zbieżne i łączenie ich w praktyce może dać wymierne efekty.



Dlaczego warto podjąć temat sprawiedliwego handlu z Uczniami?

Tematyka sprawiedliwego handlu umożliwia poznanie obowiązków obywatelskich z perspektywy globalnej. Sprawiedliwy handel jest dobrym punktem wyjścia do dyskusji o szerszym zasięgu dotyczącym sprawiedliwości na świecie. Daje możliwość dotknięcia takich problemów jak sprawiedliwość globalna, zrównoważony rozwój czy świadoma i w pełni etyczna konsumpcja.

Nauka o sprawiedliwym handlu:

- zwróci uwagę uczniów na problemy innych ludzi,
- nauczy empatii oraz zrozumienia dla ludzi,
- zachęci uczniów do krytycznego i konstruktywnego myślenia na temat zasad rządzących światem ekonomicznym,
- uświadomi co do różnych sposobów, w jakich mogą wpływać na procesy ekonomiczne,
- pomoże rozwinąć kompetencje społeczne w zakresie podejmowania własnych działań i ponoszenia za nie odpowiedzialności.



3. Realizowane treści z podstawy programowej

Na jakich przedmiotach warto uczyć Fair Trade ?

Nad zagadnieniami sprawiedliwego handlu można pochylić się na zajęciach z różnych przedmiotów – np.: języka polskiego, wiedzy o społeczeństwie, ekologii (standardy ekologiczne dla produktów Fairtrade) czy geografii (przy okazji omawiania sytuacji gospodarczej państw Trzeciego Świata) oraz lekcji wychowawczej. Sprawiedliwy handel może również stanowić doskonałe rozwinięcie zajęć z zakresu: przedsiębiorczości, wiedzy o Unii Europejskiej, plastyki, gotowania i technologii żywności, języków obcych. Oczywiście dobrym pomysłem jest zorganizowanie zajęć dodatkowych odbywających się poza lekcjami (poświęconych tylko temu tematowi). Warto rozważyć przeprowadzenie całego cyklu zajęć pozalekcyjnych, które dawałyby szansę na głębsze i wszechstronnejsze zapoznanie uczniów z tematem.



TREŚCI (SPRAWIEDLIWY HANDEL)

Z PODSTWY PROGRAMOWEJ

Plastyka

III etap edukacyjny

Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji-percepcja sztuki.

- Uczeń korzysta z przekazów medialnych oraz stosuje ich wytwory w swojej działalności,
- Uczeń podejmuje działalność twórczą, posługując się środkami wyrazu sztuk plastycznych, innych dziedzin sztuki (fotografika, film) i elementami formy przekazów medialnych.

Wiedza o Społeczeństwie

III etap edukacyjny

Problemy współczesnego Świata:

- Uczeń porównuje sytuację w państwach globalnego Południa i globalnej Północy i wyjaśnia na przykładach, na czym polega ich współzależność,
- Uczeń rozważa, jak jego zachowania mogą wpływać na życie innych ludzi na świecie (np. przemysłane zakupy)

Etyka w życiu gospodarczym.

- Uczeń przedstawia zasady etyczne, którymi powinni się kierować pracownicy i pracodawcy; wyjaśniana czym polega społeczna odpowiedzialność biznesu.

Wiedza o Społeczeństwie (poziom rozszerzony)

IV etap edukacyjny

Stosunki międzynarodowe w wymiarze globalnym.

- Uczeń wyjaśnia przyczyny dysproporcji między globalną Północą i globalnym Południem oraz mechanizmy i działania, które ją zmniejszają lub powiększają,
- Uczeń przedstawia na przykładach wzajemne zależności między państwami biednymi i bogatymi w ekonomii i ekologii.

Globalizacja współczesnego świata:

- Uczeń przedstawia wieloaspektowy charakter procesów globalizacji (polityka, gospodarka, kultura, komunikacja, ekologia)

Podstawy Przedsiębiorczości (poziom podstawowy)

IV etap edukacyjny

Państwo, gospodarka.

- Uczeń ocenia wpływ globalizacji na gospodarkę świata i Polski oraz podaje przykłady oddziaływania globalizacji na poziom życia i model konsumpcji.

Historia i Społeczeństwo

II etap edukacyjny, klasy IV-VI

Refleksje nad sobą i otoczeniem społecznym.

- Uczeń tłumaczy, odwołując się do przykładów, na czym polega postępowanie sprawiedliwe
- Uczeń podaje przykłady różnorodnych potrzeb człowieka oraz sposoby ich zaspokajania

Geografia

IV etap edukacyjny (zakres podstawowy)

Zróżnicowanie gospodarcze świata.

- Uczeń klasyfikuje państwa na podstawie analizy wskaźników rozwoju społecznego i gospodarczego; wyróżnia regiony bogate i biedne (bogatą Północ i biedne Południe) i podaje przyczyny dysproporcji w poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego regionów świata,
- Uczeń podaje przykłady procesów globalizacji i ich wpływu na rozwój regionalny i lokalny

4. Materiały pomocnicze dla nauczyciela

4.1. Publikacje

Doskonałym materiałem wprowadzającym w obszar Sprawiedliwego Handlu są dwa artykuły dostępne na stronach PAH (jeżeli skontaktujemy się z biurem PAH można otrzymać je w wersji drukowanej): **„Jak rozmawiać z młodzieżą o Sprawiedliwym Handlu i zmianach klimatycznych”** oraz **„Sprawiedliwy handel – to warto wiedzieć”**. Zawierają one zbiór ważnych informacji niezbędnych, by zrealizować program w sposób ciekawy i zachęcający do samodzielnych poszukiwań. Natomiast w przewodniku do programu **„Szkoła globalna”** można odnaleźć zestaw kilkunastu kompletnych scenariuszy lekcji wraz z tekstami i materiałami źródłowymi. Równie ciekawe i merytorycznie bogate scenariusze dostępne są na stronie: www.pah.org.pl. W 2008 roku także Polska Zielona Sieć wydała bardzo wartościowy podręcznik wraz ze scenariuszami; **„Kupuj odpowiedzialnie! Twoje pieniądze kształtują świat”**. Znakomitym uzupełnieniem jest zestaw broszur: **„Edukacja globalna na zajęciach przedmiotowych”**, **„Nasz zespół marzeń – czyli jak określić swoją rolę w programie i pełnić ją z powodzeniem”**, **„Fundamenty sukcesu”** – wydanych przez PAH w roku szkolnym 2010/2011. Analizując dorobek PAH godny polecenia jest przewodnik: **„Jak uczyć modnie i etycznie”** z roku 2008, który w dostępny i przejrzysty sposób przedstawia kilka pomysłów, jak podejmować zagadnienie etycznej mody w praktyce dydaktyczno-wychowawczej na niemal wszystkich poziomach edukacyjnych. Ciekawą lekturą okazać się może wydany w 2008 roku

„Przewodnik dla aktywistów” działających dla sprawiedliwego handlu. Poradnik jest efektem pracy wielu osób zaangażowanych w rozwój sprawiedliwego handlu w Polsce. Przewodnik jest pokłosiem projektu "Fairtrade w Krakowie", realizowanego przez Fundację Wspierania Inicjatyw Ekologicznych, Grupę Fairtrade Kraków a także wielu innych partnerów (w tym Polską Zieloną Sieć). Publikacja ta może zostać wykorzystana zarówno przez organizacje pozarządowe, grupy młodzieżowe jak i pojedyncze osoby zainteresowane działalnością na rzecz rozwoju sprawiedliwego handlu w Polsce.

Wprowadzając dzieci i młodzież w tematykę Sprawiedliwego Handlu można skorzystać z wielu źródeł informacji tworzonych przez ludzi z krajów Afryki, Azji czy Ameryki Południowej. Godne uwagi jest:

- czytanie blogów prowadzonych przez autorów z krajów globalnego południa, np.: <http://Afryka.org/Afryka/7,newsList/>,
- korzystanie na lekcjach z artykułów prasowych pochodzących z krajów Południa, np. anglojęzycznych portali takich jak: www.allafica.com lub www.thehindu.com,
- oglądanie filmów edukacyjnych, takich jak np.: „**Ananasy-prawdziwa cena luksusowego owocu**”, czy „**Sprawiedliwszy smak kawy**” – linki w mediatece,
- sięganie do gotowych scenariuszy gier terenowych oraz ich organizacja, np.: „**Włącz się do gry. Jak zorganizować grę miejską?**” – publikacja PAH z 2011 roku.

Książki oraz artykuły w wersji elektronicznej, godne polecenia, znajdują się poniżej w formie zestawienia.

Bibliografia:

1. T. Borys, Jak budować programy ekorozwoju: informacje ogólne, Warszawa, Jelenia-Góra, Fundacja Karkonoska,
2. V.V. Clair (tłumaczenie: Grzegorz Jeager), "Sprawiedliwy" handel?: czy Fair Trade rzeczywiście zwalcza problem ubóstwa?, Prohibita 2011,
3. M. Giergiczny, Rekreacyjna wartość Białowieskiego Parku Narodowego. Ekonomia i Środowisko, Warszawa 2009,
4. D. Elgin, Dobrowolna prostota, [w:]H. Badiner (red.), Uważność na targowisku. Globalny rynek i masowa konsumpcja, a świadome życie, Warszawa 2004,
5. M. Huma, G. Krzystkiewicz, Kupuj odpowiedzialnie! – Twoje pieniądze kształtują świat, Polska Zielona Sieć, 2008.
6. J. Kronenberg, T. Bergier, Wyzwania Zrównoważonego Rozwoju w Polsce, Fundacja Sendzimira 2010,
7. J. Kronenberg, Rynek produktów sprawiedliwego handlu w Polsce, Acta Universitatis Lodzianis s. 127-138
8. A. Mundl, A. Schutz, H. Stodulski, J. Śleszyński, M.J. Welfens, Ekoroźwój poprzez odmaterializowanie produkcji i konsumpcji, Warszawa 1999,
9. Prace i materiały Instytutu Ekonomii Politycznej Uniwersytet Gdański. Instytut Ekonomii Politycznej, 1982 (jako ciekawostka)

Artykuły:

1. A. Leszczyński, *Zrobieni w kakao*, Przekrój 2006, nr 14/2006
2. A. Kawka, *Fair Trade*, Opornik 2008, nr 31 (4/2008)
3. W. Zięba, *Sprawiedliwy handel ratuje dzieci*, My a Trzeci Świat 2007, nr 3 (94)
4. A. Jerska, *Spółdzielnia Kuapa Kokoo*, 27.05.2008,
5. B. Bińkowski, *Czy Fair Trade zwalcza problem ubóstwa? Recenzja książki Victora V. Claara „Sprawiedliwy Handel?”*
<http://www.fairtrade.org.pl/materialy-show-6.php>
6. J. Rok, *Sprawiedliwy Handel tym razem przy okazji gotowania*, Grupa EFTE, październik 2008
http://www.fairtrade.org.pl/materialy/publ_24_jrok_cookbook_publicystycznie_102008doc.doc
7. S. Kielan, *Sprawiedliwy Handel czyli najpierw człowiek potem zysk*, kwiecień 2008
http://www.fairtrade.org.pl/materialy/publ_23_esej_stefan_kielandoc.doc
http://www.sprawiedliwy-handel.pl//index.php?option=com_content&task=view&id=76&Itemid=69
8. A. Adamska, *Kupować sprawiedliwie*, POMAGAMY, nr 13,
http://www.pomagamy.pl/numery/13/sprawiedliwy_handel.htm
9. G. Pawełek, *Standardy Fairtrade*, 04.03.2008
<http://www.ekonsument.pl/articles-show-231.php>
10. G. Pawełek, *Czym jest FLO*, 04.03.2008
<http://www.ekonsument.pl/articles-show-230.php>
11. M. Szczygielska, *Sprawiedliwy Handel w Europie*, 24.11.2007,
<http://www.ekonsument.pl/articles-show-117.php>

12.W. Zięba, *Sprawiedliwy handel - Gra fair*,

<http://zb.eco.pl/publication/sprawiedliwy-handel-gra-fair-p67611>

13.D. Cwajda, *Fairtrade, czyli Sprawiedliwy Handel - co to takiego?*

http://www.ceo.org.pl/portals/b_eg_aspekty_globalizacji_doc?docId=41046

14.M. Mazurek, *Handel sprawiedliwy*, 04.06.2008

<http://www.nbportal.pl/pl/np/bloki/rynki/handel-sprawiedliwy>

Materiały edukacyjne:

- www.ekonsument.pl/publications.php

Scenariusz zajęć i poradnik „Kupuj odpowiedzialnie! – Twoje pieniądze kształtują świat” Polskiej Zielonej Sieci

- www.efte.org/biblioteka

Broszury i zwięzłe wprowadzenia do zagadnień FT, a także raport FLO za 2006 r. przetłumaczony na jęz. polski

- www.inni-rowni.pl/content/view/57/9/

Kompas. Edukacja o prawach człowieka w pracy z młodzieżą. Warsztat „Walka o majątek i władzę”; str. 261-265

- www.modnieietycznie.pl/materiały_educacyjne.html

Materiały edukacyjne kampanii „Modnie i etycznie” Polskiej Akcji Humanitarnej

- www.fairtrade.org.uk/resources

Wiele ciekawych materiałów po angielsku, w tym pakiety edukacyjne, książki, poradniki, ulotki, gry, plakaty

- www.fairtrade.org.uk/schools

Fairtrade Schools - wszystko o tym jak zostać szkołą Fairtrade (w jęz. angielskim)

- www.jusbiz.org/resources.html

Just Buisness. Wiele ciekawych materiałów dla nauczycieli, w tym mnóstwo interaktywnych gier i warsztatów (w jęz. angielskim)

- www.papapaa.org Pa Pa Paa. Gry i scenariusze lekcji online (w jęz. angielskim)



4.2. Ważne linki

Istotna jest świadomość, że w Polsce funkcjonują organizacje zajmujące się tematyką sprawiedliwego handlu do których można zwrócić się o pomoc lub radę. Przedstawiciele tych organizacji chętnie pomagają przy opracowywaniu programu zajęć, pomogą nawiązać kontakt z osobą kompetentną z zakresu sprawiedliwego handlu. Chętnie również udostępniają materiały. Poniżej znajdują się strony organizacji wspierających nauczycieli:

- www.zielonasiec.pl – Polska Zielona Sieć
- ekonsument.pl – strona projektu Polskiej Zielonej Sieci – Kupuj Odpowiedzialnie
- sprawiedliwyhandel.pl – strona Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu – "Trzeci Świat i My" z Gdańska sprawiedliwy-handel.pl – strona grupy zajmującej się promocją i sprzedażą produktów sprawiedliwego handlu
http://www.pah.org.pl/nasze-dzialania/142/80/sprawiedliwy_handel - strona Polskiej Akcji Humanitarnej
- <http://www.sprawiedliwyhandel.pl/web/guest/dla-nauczycieli> - relacja z wykonania projektu Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu "Trzeci Świat i My" wraz z organizacjami z Finlandii, Estonii i Węgier
- www.modnieietycznie.pl - portal o etycznej modzie
- www.sprawiedliwy-handel.pl - Firma z Wrocławia zajmująca się promocją i sprzedażą produktów sprawiedliwego handlu
- www.efte.org - Grupa EFTE Warszawa, stowarzyszenie zajmujące się promocją idei świadomej konsumpcji i SH
- www.fairtrade.org.pl - Strona platformy współpracy polskich NGO na rzecz sprawiedliwego handlu
- www.fairtradeactionnetwork.org - Fairtrade Action Network, europejska sieć organizacji zajmujących się promocją Fairtrade
- fairtrade.net – strona Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) (w jęz. ang.)
- www.ifat.org - Fairtrade Foundation, brytyjska organizacja i inicjatywa certyfikująca FT (strona w jęz. ang.)
- fairtrade.org.uk – strona Fairtrade Foundation, brytyjskiej organizacji i inicjatywy certyfikującej FT (w jęz. ang.)
- <http://www.ecofashionworld.com> – strona International Fair Trade Association (IFAT) (w jęz. ang.)

4.3. Scenariusze zajęć

Scenariusz pierwszy

Metadane	
Etap (poziom, klasa)	III etap edukacyjny
Przedmiot (ew. przedmiot wiodący i dodatkowy/e)	Plastyka
Treści (z Podstawy Programowej)	Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji- percepcja sztuki. - Uczeń korzysta z przekazów medialnych oraz stosuje ich wytwory w swojej działalności, - Uczeń podejmuje działalność twórcą, posługując się środkami wyrazu sztuk plastycznych, innych dziedzin sztuki (fotografika, film) i elementami formy przekazów medialnych.
Tytuł/Temat	Reklama wizualna – projekt plakatu/ulotki.
Metoda realizacji	Mini wykład, pokaz, praca z podręcznikiem, praca na komputerze, metoda warsztatowa.
Czas (jednostki lekcyjne lub/i okres realizacji)	90 minut (2 godziny lekcyjne)
Słowa kluczowe (wyrazy/frazy rozdzielone przecinkami)	sprawiedliwość, handel, sprawiedliwy handel, reklama
Placówka macierzysta	RODNIIP „WOM” Rybnik
Uwagi (np. specjalne wymagania techniczne, specjalne warunki realizacji inne)	Sala komputerowa

REKLAMA WIZUALNA – PROJEKT PLAKATU/ULOTKI

Główne zagadnienia:	Sprawiedliwy handel, reklama
Ważne pojęcia:	sprawiedliwość, handel, sprawiedliwy handel
Cele:	Po zakończeniu lekcji uczeń: <ul style="list-style-type: none"> • Zna wybrane mechanizmy działania reklamy wizualnej i zasady jej tworzenia, • Dokonuje wyboru środków wyrazu do wyeksponowania reklamowanego produktu • Promuje Sprawiedliwy Handel w szkole i swoim otoczeniu
Metody i formy pracy:	Mini wykład, pokaz, praca z podręcznikiem, metoda warsztatowa.
Środki dydaktyczne:	<ol style="list-style-type: none"> 1. instrukcja wykonania ćwiczenia 2. stanowiska komputerowe 3. podręcznik do plastyki w gimnazjum
Przebieg lekcji:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przedstaw uczniom temat i cele lekcji. 2. Przeprowadź mini wykład na temat mechanizmów i skuteczności oddziaływania reklamy na człowieka. 3. Poproś uczniów, by zapoznali się z informacjami na temat reklamy zawartymi w podręczniku. Przeprowadź dyskusję. 4. Zrób projekcję edukacyjnego filmu na temat SH (np. o ananasach Pt.: Ananasy- prawdziwa cena luksusowego owocu”, dostępny na http://www.youtube.com/watch?v=EhD21GBLILs (rok produkcji: 2010) 5. Sformułuj zadanie: Wykonaj projekt ulotki reklamowej produktu z listy SH (kawa, herbata, czekolada, kakao, cukier, orzechy, przyprawy, oliwa, biżuteria) 6. Uczniowie realizują zadanie w pracowni komputerowej 7. Prezentacja prac. 8. Przygotuj wystawę prac na terenie szkoły.
Czas:	90 minut

ŹRÓDŁO:

Opracowanie własne na podstawie: B. Binkowska, Scenariusz zajęć dla gimnazjalistów [w:] Inspiracje ze Szkół Globalnych, PAH 2010, s. 35

Scenariusz drugi

Metadane	
Etap	III etap edukacyjny
Przedmiot	Wiedza o Społeczeństwie
Treści (z Podstawy Programowej)	<p>Problemy współczesnego Świata:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uczeń porównuje sytuację w państwach globalnego Południa i globalnej Północy i wyjaśnia na przykładach, na czym polega ich współzależność, - Uczeń rozważa, jak jego zachowania mogą wpływać na życie innych ludzi na świecie (np. przemyślane zakupy) <p>Etyka w życiu gospodarczym:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uczeń przedstawia zasady etyczne, którymi powinni się kierować pracownicy i pracodawcy; wyjaśniana czym polega społeczna odpowiedzialność biznesu.
Tytuł/Temat	Sprawiedliwy handel – modnie i etycznie?
Metoda realizacji	Praca z mapą świata, planszami dydaktycznymi PAH, mini wykład, metoda warsztatowa, burza mózgów.
Czas	90 minut (2 godziny lekcyjne)
Słowa kluczowe (wyrazy/frazy rozdzielone przecinkami)	Kraje globalnego południa, sprawiedliwość, handel, sprawiedliwy handel
Placówka macierzysta	RODniIP „WOM” Rybnik

SPRAWIEDLIWY HANDEL – MODNIE I ETYCZNIE?

Główne zagadnienia:	Wymiana towarowo-pieniężna
Ważne pojęcia:	Kraje globalnego południa, sprawiedliwość, handel, sprawiedliwy handel
Cele:	<p>Po zakończeniu lekcji uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definiuje i opisuje proces wymiany towarowo-pieniężnej, zna skutki globalnego zasięgu produkcji odzieży, • wyjaśnia zależności zachodzące pomiędzy poszczególnymi etapami dostaw, • Opisuje warunki, w jakich powstają produkty odzieżowe w krajach Południa, • Wymienia kilka przykładów odpowiedzialnego kupowania, • Stosuje sposoby świadomej konsumpcji ubrań.
Metody i formy pracy:	Praca z mapą świata, planszami dydaktycznymi PAH, mini wykład, metoda warsztatowa, burza mózgów.
Środki/materiały dydaktyczne:	<ol style="list-style-type: none"> 1. prezentacja multimedialna dotycząca sprawiedliwego handlu (zawarta w niniejszym pakiecie edukacyjnym) 2. mapa ścienna współczesnego świata 3. etykiety z etapami produkcji, pocięte jeansy (wg. wzoru) 4. wycinanki, stare gazety, kolorowe karteczki, flamastry, flipchart.
Przebieg lekcji:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Podaj temat lekcji oraz przedstaw główne problemy, które zostaną omówione na lekcji. 2. Przedstaw prezentację multimedialną o SH. Zrób mini wykład na temat mechanizmów współczesnego handlu, scharakteryzuj współczesne modele gospodarcze. Wyjaśnij społeczną gospodarkę rynkową funkcjonującą w Polsce. 3. Przeprowadź ćwiczenie „Metki”. Poproś uczniów o to, by posprawdzali sobie swoje metki na ubraniach. Zapisz wszystkie kraje z metek na flipcharcie lub tablicy. Wspólnie z uczniami naklej małymi karteczkami na mapie świata producentów ubrań. Przeprowadź burzę mózgów na temat: Jakie są skutki braku różnorodności wśród producentów ubrań (Uczniowie sprawdzają swoje metki).

	<p>4. Przeprowadź ćwiczenie „Jeansy”. Rozdaj kartki z etapami produkcji uczniom (materiał pomocniczy nr 1). Uczniowie zaznaczają drogę jeansów na mapie. Rozpocznij dyskusję: Jakie są skutki globalnego procesu produkcji? Aby uporządkować dyskusję narysuj na tablicy tabelkę z trzema kolumnami: skutki środowiskowe, skutki społeczne, skutki kulturowe. W odpowiednie miejsce wpisz propozycję uczniów.</p> <p>5. Przeprowadź ćwiczenie „Pocięte jeansy”. Rozłóż na stole pocięte jeansy wg materiału pomocniczego nr 2. Uczniowie mają zadanie przyporządkować każdą z etykiet konkretnemu kawałkowi spodni. Zwróć uwagę uczniów na to, jak małą część ceny jeansów otrzymują pracownicy fabryk.</p> <p>Przeprowadź ćwiczenie „Co mogę zrobić?”. Zapytaj uczniów na co zwracają uwagę przy dokonywaniu wyboru ubrań. Wspólnie z uczniami zastanówcie się, jak każde z kryteriów wyboru może wpływać na życie pracownika/pracownicy firmy w odległym kraju południa (możesz odczytać życiorys Ashy- materiał pomocniczy nr 3). Uczniowie dobierają się w pary i zapisują na kartkach wszystkie swoje propozycje na temat: co mogę zrobić na rzecz SH. Możesz w razie potrzeby rozdać broszury „Modnie i etycznie” ze strony: www.modnieietycznie.pl</p>
Czas	90 minut

ŹRÓDŁO:

Opracowanie własne na podstawie: PAH, Jak uczyć modnie i etycznie? Przewodnik dla nauczycieli i wykładowców, Toruń 2008, s. 12-14

Materiał pomocniczy nr 1

SZWAJCARSKIE JEANSY

1. BAWĘŁNA ZBIERANA W BURKINA FASO, KAZACHSTANIE LUB INDIACH I WYSYŁANA DO CHIN.
2. W CHINACH PRZĘDZIE SIĘ BAWĘŁNĘ PRZY UŻYCIU SZWAJCARSKICH MASZYN,
3. NA FILIPINACH FARBUE SIĘ BAWĘŁNĘ BARWNIKAMI POCHODZĄCYMI Z NIEMIEC LUB SZWAJCARII,
4. W POLSCE TKANY JEST MATERIAŁ PRZY UŻYCIU MASZYN ZE SZWAJCARII.
5. METKA PRODUKOWANA JEST WE FRANCJI, A GUZIKI WE WŁOSZECH.
6. NA FILIPINACH ZSZYWA SIĘ RAZEM WZYSYTKIE ELEMENTY.
7. JEANSY SPRZEDAWANE SĄ W SZWAJCARII.
8. PO TYM JAK SĄ ODDANE DO CZERWONEGO KRZYŻA WYSYŁANE SĄ DO AFRYKI (GHANY), GDZIE NOSI SIĘ JE RAZ JESZCZE.

Materiał pomocniczy nr 2

PODZIEL JEANSY NA 5 CZĘŚCI W NASTĘPUJACY SPOSÓB:

1. NOGAWKA PIERWSZA ZAJMUJĄCA 50% JEANSÓW
2. NOGAWKA DRUGA DO KOLANA ZAJMUJĄCA 25 % JEANSÓW
3. NOGAWKA DRUGA POWYŻEJ KOLANA DO ZAMKA ZAJMUJĄCA 13 % JEANSÓW
4. NOGAWKA DRUGA POWYŻEJ ZAMKA ZAJMUJĄCA 11% JEANSÓW
5. GUZIK

- 1 - SPRZEDAŻ
- 2 - REKLAMA
- 3 - MATERIAŁ Y FABRYKA
- 4 - TRANSPORT I PODATKI
- 5 - PENSJE ROBOTNIKÓW

Materiał pomocniczy nr 3

Asha pracowała przy maszynie do szycia w firmie GO GO International w Bombaju. Zarabiała 56 dolarów miesięcznie. Pracowała około 6 lat, ale nadal nie była zatrudniona na stałe, podobnie jak inni pracownicy, których staż pracy w fabryce przekraczał nawet ponad 10 lat. Pracodawcy stosowali różnorodne środki kontroli nad pracownikami. Najbardziej skuteczne okazały się dwa: groźba zwolnienia z pracy oraz obecność donosicieli, którzy sprawowali nadzór nad resztą robotników[...] Asha pracowała od poniedziałku do soboty, w sumie 48 godzin. Liczba obowiązkowych nadgodzin była zmienna, kobiety pracowały przynajmniej dwie godziny natomiast mężczyźni spędzali w pracy czasem nawet całą dobę bez przerwy. Zwolnione z tego obowiązku były tylko kobiety z małymi dziećmi [...] Asha, która ma do pokonania długą drogę do pracy, pewnego razu została ukarana za 10-minutowe spóźnienie natychmiastowym odesłaniem do domu⁷.



⁷ Jak uczyć modnie i etycznie, Polska Akcja Humanitarna, Toruń 2008, s. 16

Scenariusz trzeci

Metadane	
Etap	IV etap edukacyjny
Przedmiot	Wiedza o społeczeństwie (poziom rozszerzony)
Treści (z Podstawy Programowej)	<p>Stosunki międzynarodowe w wymiarze globalnym.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uczeń wyjaśnia przyczyny dysproporcji między globalną Północą i globalnym Południem oraz mechanizmy i działania, które ją zmniejszają lub powiększają, - Uczeń przedstawia na przykładach wzajemne zależności między państwami biednymi i bogatymi w ekonomii i ekologii. <p>Globalizacja współczesnego świata:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uczeń przedstawia wieloaspektowy charakter procesów globalizacji (polityka, gospodarka, kultura, komunikacja, ekologia)
Tytuł/Temat	Sprawiedliwy handel – czy to możliwe?
Metoda realizacji (np. WebQuest)	Praca z mapą, planszami dydaktycznymi PAH, mini wykład, metoda warsztatowa, burza mózgów.
Czas (jednostki lekcyjne lub/i okres realizacji)	90 minut (2 godziny lekcyjne)
Słowa kluczowe (wyrazy/frazy rozdzielone przecinkami)	Kraje globalnego południa, sprawiedliwość, handel, sprawiedliwy handel
Placówka macierzysta	RODNIIP „WOM” Rybnik

SPRAWIEDLIWY HANDEL – CZY TO MOŻLIWE?

Główne zagadnienia:	Wymiana towarowo-pieniężna
Ważne pojęcia:	Kraje globalnego południa, sprawiedliwość, handel, sprawiedliwy handel
Cele:	<p>Po zakończeniu lekcji uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definiuje i opisuje proces wymiany towarowo-pieniężnej • Wymienia kraje tzw. Globalnego południa • Definiuje handel • Interpretuje rolę Europy i Stanów Zjednoczonych w kształtowaniu pokojowej gospodarki rynkowej • Wyjaśnia pojęcie sprawiedliwości (oraz jego synonimy i antonimy) • Wymienia produkty pochodzące z globalnego południa • Pracuje w grupie • Dyskutuje i wyciąga wnioski z dyskusji • Pozyskuje wiedzę z różnych źródeł: mapy, podręcznika, tekstu źródłowego
Metody i formy pracy:	Praca z mapą, planszami dydaktycznymi PAH, mini wykład, metoda warsztatowa, burza mózgów.
Środki dydaktyczne:	<ol style="list-style-type: none"> 1. prezentacja multimedialna dotycząca sprawiedliwego handlu (zawarta w niniejszym pakiecie edukacyjnym) 2. mapa ścienna współczesnego świata 3. plansze dydaktyczne PAH (do pobrania na www.pah.org.pl) 4. podręczniki wiedzy o społeczeństwie

Przebieg lekcji:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Podaj temat lekcji oraz przedstaw główne problemy, które zostaną omówione na lekcji. Poproś uczniów o zapisanie tematu oraz głównych zagadnień w zeszytach. 2. Przedstaw prezentację multimedialną o SH. Zrób mini wykład na temat mechanizmów współczesnego handlu, scharakteryzuj współczesne modele gospodarcze. Wyjaśnij społeczną gospodarkę rynkową funkcjonującą w Polsce. 3. Podziel uczniów na dwie grupy i poproś by za pomocą metody dramy przedstawili główne cechy charakterystyczne modelu gospodarki wolnorynkowej i nakazowo-rozdzielczej (wydaj uczniom materiał pomocniczy nr 1). Omów na forum prezentacje. 4. Wykorzystując podręcznik oraz encyklopedię przeanalizuj razem z uczniami pojęcia, które wystąpiły podczas lekcji. Poproś uczniów o zrobienie notatek. 5. Poproś uczniów o wyrażenie opinii na temat sprawiedliwego handlu (Czy handel może być sprawiedliwy?). Przeprowadź krótką dyskusję. 6. Przedstaw uczniom mapę świata pod względem państw o najniższych dochodach brutto, uznanych za państwa ubogie. Poproś uczniów o podanie przykładów produktów produkowanych w tych właśnie krajach oraz ich zastosowanie w życiu codziennym. Zapisz podawane przykłady na flip-charcie lub tablicy. 7. Omów rolę praw człowieka w kształtowaniu idei Sprawiedliwego Handlu. Podziel uczniów na cztery grupy i poproś o wypisanie działań na rzecz promocji SH oraz praw człowieka w środowisku lokalnym. Efekty pracy wszystkich grup omów na forum. 8. Za pomocą burzy mózgów przeprowadzonej w grupie wypisz na tablicy możliwe metody jak przeciwdziałać podziałom gospodarczym we współczesnym świecie. 9. Przedstaw uczniom zadanie pracy domowej. Wypisz organizacje promujące SH.
Czas:	90 minut

ŹRÓDŁO:

Opracowanie własne na podstawie: M. Tomczyk, Scenariusz zajęć dla gimnazjalistów [w:] Inspiracje ze Szkół Globalnych, PAH 2010, s. 36

Materiał pomocniczy nr 1

Informacje dla grupy pierwszej

Cechy charakterystyczne modelu gospodarki wolnorynkowej:

- decyduje popyt i podaż,
- tendencje do racjonalnego wykorzystywania zasobów gospodarczych,
- efektywny system motywacji,
- duża innowacyjność gospodarki (rozwój technologii),
- dyscyplina finansowa przedsiębiorstw,
- samodzielne ustalanie cen na rynku,
- duża elastyczność gospodarki.

Informacje dla grupy drugiej

Cechy charakterystyczne modelu gospodarki nakazowo-rozdzielczej

- dominacja polityki nad ekonomią,
- dominacja rynku producenta,
- odgórne zarządzanie gospodarką,
- nastawianie na potrzeby militarne,
- scentralizowana gospodarka,
- dominacja własności państwowej.

Scenariusz czwarty

Metadane	
Etap	IV etap edukacyjny
Przedmiot	Podstawy Przedsiębiorczości (poziom podstawowy)
Treści (z Podstawy Programowej)	Państwo, gospodarka. - Uczeń ocenia wpływ globalizacji na gospodarkę świata i Polski oraz podaje przykłady oddziaływania globalizacji na poziom życia i model konsumpcji.
Tytuł/Temat	Moja świadomość konsumencka
Metoda realizacji	Mini wykład, praca z tekstem, praca indywidualna i w grupach, analiza „za i przeciw”
Czas (jednostki lekcyjne lub/i okres realizacji)	90 minut (2 godziny lekcyjne)
Słowa kluczowe (wyrazy/frazy rozdzielone przecinkami)	Kraje globalnego południa, globalizacja, sprawiedliwość, handel, sprawiedliwy handel, konsumpcjonizm.
Placówka macierzysta	RODN i IP „WOM” w Rybniku

MOJA ŚWIADOMOŚĆ KONSUMENCKA.

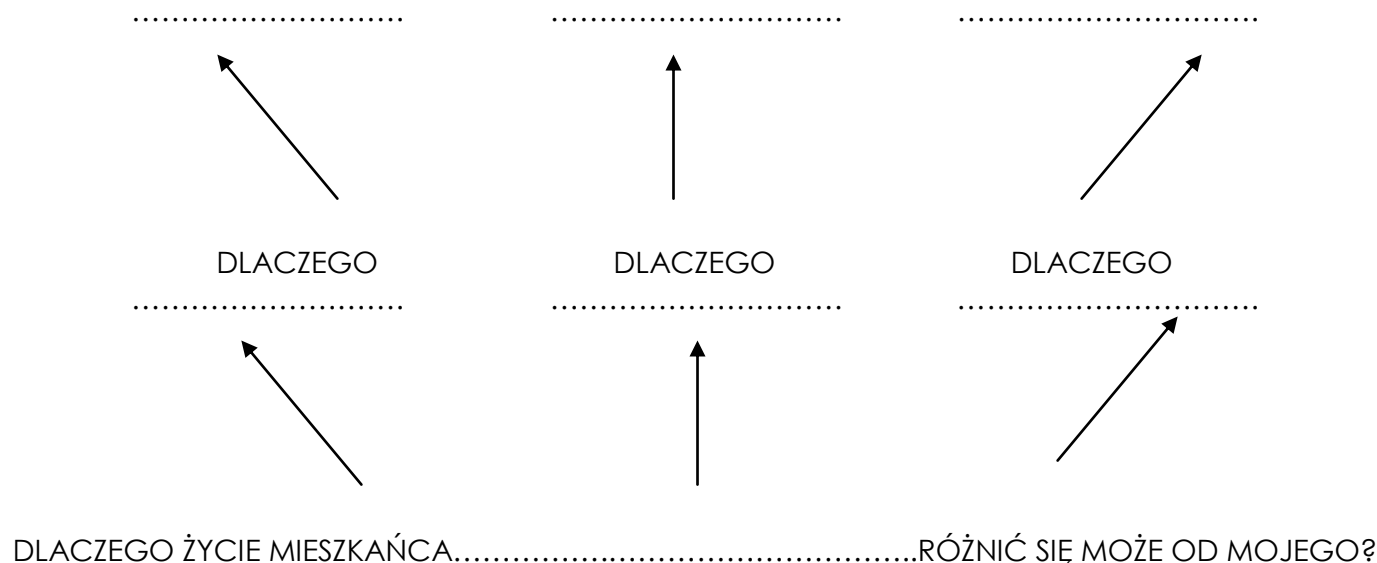
Główne zagadnienia:	Świadomy konsument, sprawiedliwy handel, Kraje globalnego południa,
Ważne pojęcia:	Sprawiedliwość, globalizacja, konsumpcjonizm, handel, potrzeby, sprawiedliwy handel, świadomy wybór.
Cele:	Po zakończeniu lekcji uczeń: <ul style="list-style-type: none"> • zna zasady sprawiedliwego handlu, • rozumie związek między swoim zachowaniem konsumenckim, a życiem ludzi produkujących towary, • rozumie ideę zrównoważonego rozwoju, • proponuje działania propagujące ideę sprawiedliwego handlu w środowisku lokalnym.
Metody i formy pracy:	Mini wykład, praca z tekstem, praca indywidualna i w grupach, analiza „za i przeciw”
Środki/materiały dydaktyczne:	<ol style="list-style-type: none"> 1. prezentacja multimedialna dotycząca sprawiedliwego handlu (zawarta w niniejszym pakiecie edukacyjnym) 2. materiał pomocniczy nr 1 – Czy wiesz, że.... 3. materiał pomocniczy nr 2 – karta „drzewa pytań” 4. karty ze zdjęciami (skany zawarte w niniejszym pakiecie edukacyjnym) 5. materiał pomocniczy nr 3 – życiorys Ashy 6. materiał pomocniczy nr 4 – Krzyżówka
Przebieg lekcji:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Podaj temat lekcji oraz przedstaw główne zagadnienia, które zostaną omówione na lekcji. 2. Przedstaw prezentację multimedialną o SH. Zrób mini wykład na temat mechanizmów współczesnego handlu. 3. Przeprowadź ćwiczenie „Jest inaczej, ale dlaczego?”. Rozdaj wybór kart ze zdjęciami (skany znajdują się w pakiecie) i poproś o zapoznanie się z danymi na odwrocie. Wyjaśnij, że za pomocą materiału pomocniczego nr 1 uczniowie połączeni w pary będą się

	<p>4. zastanawiać dlaczego życie mieszkańca danego kraju różni się od mojego? Rozdaj załącznik nr 1. Po zakończeniu pracy uczniów poproś o przedstawienie efektów pracy.</p> <p>5. Zapytaj uczniów na co zwracają uwagę przy robieniu zakupów. Zaproponowane przez uczniów kryteria zapisz na tablicy. Następnie rozdaj materiał pomocniczy nr 2. Zapytaj uczniów, czy przykład kawy jest odosobniony. Podziel uczniów w pary, poproś by wypisali te produkty, które kojarzą się im z wyzyskiem, łamaniem praw człowieka. Przykłady mogą pochodzić z różnych stron świata.</p> <p>Na podsumowanie rozdaj uczniom krzyżówkę i poproś o jej rozwiązanie.</p>
Czas:	90 minut

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie: M. Noszczyk, Odpowiedzialny handel., Kraków 2011, s. 70-71

Materiał pomocniczy nr 1

Karta drzewa pytań



Materiał pomocniczy nr 2

Mała Czarna – kawa.

„Kawa, najpopularniejszy napój świata i towar o największych po ropie naftowej obrotach, jest dziś powodem alarmujących doniesień. Plantatorzy na całym świecie znaleźli się na skraju ruiny. W ponad 50 krajach miliony plantatorów i ich rodzin żyje w nędzy i głodzie, ponieważ oferowana im cena znacznie spadła w ciągu ostatnich kilku lat. Miliony drobnych rolników tracą ziemię, a zbieracze kawy – pracę. Z trudem walczą o przetrwanie swych rodzin. Nie lepiej dzieje się na plantacjach herbaty. Jednocześnie cena kawy w krajach konsumenckich utrzymuje się na wysokim poziomie, a koncerny spożywcze notują rekordowe zyski – kosztem ludzi w ubogich krajach Południa. Walczy z tym ruch sprawiedliwego handlu.

Fakty:

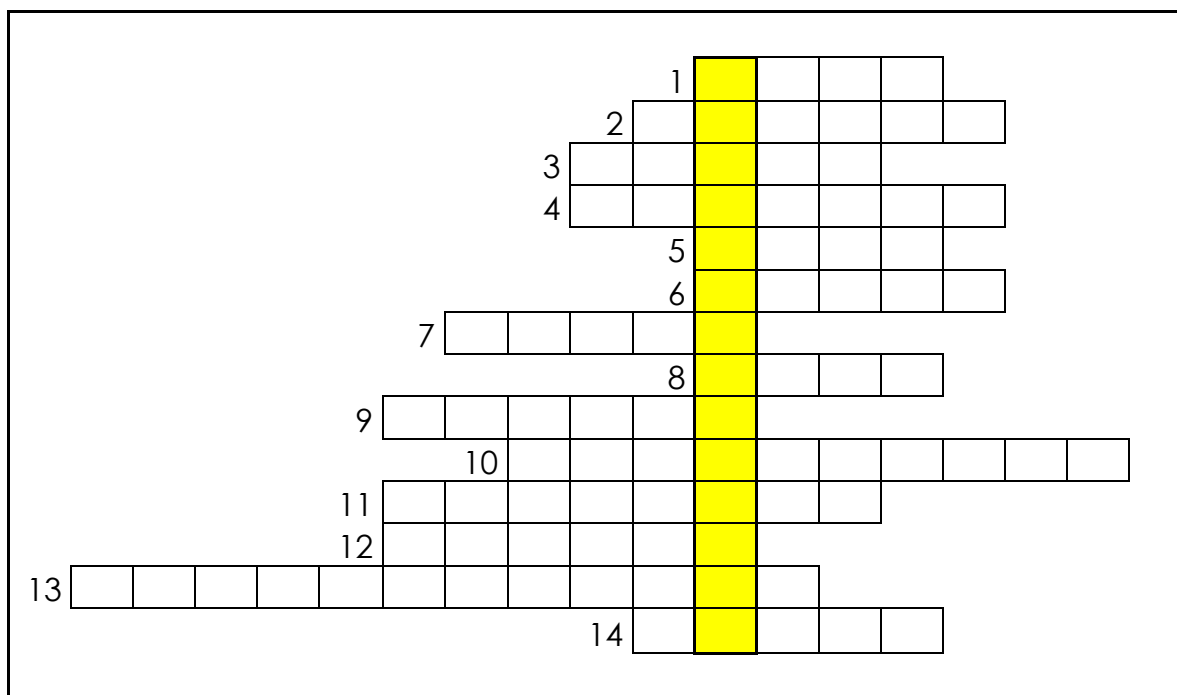
- pracownik plantacji kawy zarabia 0,5 USD dziennie,
- z każdej filiżanki kawy, którą wypijasz w restauracji, producent otrzymuje jedynie 5-25 groszy,
- pracownicy plantacji kawy, herbaty i kakao nie są w stanie utrzymać i wykształcić swoich dzieci ani zapewnić im opieki lekarskiej⁸.



⁸ Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć, Dobre Zakupy. Poradnik odpowiedzialnego konsumenta, Kraków 2006

Materiał pomocniczy nr 3

Krzyżówka z hasłem⁹



⁹ Opracowanie własne na podstawie: M. Noszczyk, Odpowiedzialny handel., Kraków 2011, s. 72-73

1. Stanowi 70% wartości eksportu w takich krajach, jak: Etiopia, Uganda, Burundi.
2. Na początku łańcuszka:
- pośrednik skupujący - lokalny eksporter - handlowiec międzynarodowy - firma wypalająca – detalista - konsument.
3. Produkt znajdujący się na liście SH. Owoc – uwielbiany nie tylko przez ludzi.
4. Wywóz towarów lub usług za granicę – stanowi podstawę dla SH.
5. W ramach alternatywnego handlu chroni rolników (jeśli nie spółdzielnia to.....)
6. Etykieta na produkcie. Dzięki niej wiesz z jakiego kraju produkt pochodzi.
7. Mają do niego prawo wszyscy pracownicy, ale nie wszyscy go otrzymują.
8.minimalna nie może być mniejsza, niż rynkowa – jedna z zasad SH.
9. Sprawiedliwy handel w teorii to zrównoważony i harmonijny.....
10. Wyrób wytworzony w sposób nieprzemysłowy, posiadający walory artystyczne.
11. Partnerstwo handlowe oparte na
12. SH zabrania ich zatrudniania.
13. Panuje w ubogich krajach Południa. Powodem jest brak dostępu do edukacji
14.długoterminowe – stanowią podstawę SH i zapewniają bezpieczeństwo rolnikom/producentom.

Odpowiedzi:

1. KAWA;
2. ROLNIK;
3. BANAN;
4. EKSPORT;
5. UNIA;
6. METKA;
7. URLOP;
8. CENA;
9. ROZWÓJ;
10. RĘKODZIEŁO;
11. SZACUNKU;
12. DZIECI;
13. ANALFABETYZM;
14. UMOWY.



Scenariusz piąty

Metadane	
Etap (poziom, klasa)	II etap edukacyjny, klasy IV-VI
Przedmiot (ew. przedmiot wiodący i dodatkowy/e)	Historia i Społeczeństwo
Treści (z Podstawy Programowej)	Refleksje nad sobą i otoczeniem społecznym. - Uczeń tłumaczy, odwołując się do przykładów, na czym polega postępowanie sprawiedliwe - Uczeń podaje przykłady różnorodnych potrzeb człowieka oraz sposoby ich zaspokajania
Tytuł/Temat	Kupuję świadomie.
Metoda realizacji (np. WebQuest)	Mini wykład, burza mózgów, krzyżówka, praca indywidualna
Czas (jednostki lekcyjne lub/i okres realizacji)	90 minut (2 godziny lekcyjne)
Słowa kluczowe (wyrazy/frazy rozdzielone przecinkami)	Sprawiedliwość, handel, potrzeby, sprawiedliwy handel, świadomy wybór.
Placówka macierzysta	RODniIP „WOM” Rybnik

KUPUJĘ ŚWIADOMIE.

Główne zagadnienia:	Świadomy konsument, sprawiedliwy handel
Ważne pojęcia:	Sprawiedliwość, handel, potrzeby, sprawiedliwy handel, świadomy wybór.
Cele:	Po zakończeniu lekcji uczeń: <ul style="list-style-type: none"> • Rozumie, że nie wszystkie produkty powstają w uczciwy i humanitarny sposób, • Rozumie zasady sprawiedliwego handlu • Wymienia kilka przykładów odpowiedzialnego kupowania i wie na co zwracać uwagę podczas zakupów • Stosuje sposoby świadomej konsumpcji .
Metody i formy pracy:	Mini wykład, burza mózgów, krzyżówka, praca indywidualna
Środki/materiały dydaktyczne:	<ol style="list-style-type: none"> 1. prezentacja multimedialna dotycząca sprawiedliwego handlu (zawarta w niniejszym pakiecie edukacyjnym) 2. materiał pomocniczy nr 1 – Czy wiesz, że.... 3. materiał pomocniczy nr 2 – karta „drzewa pytań” 4. karty ze zdjęciami (skany zawarte w niniejszym pakiecie edukacyjnym) 5. materiał pomocniczy nr 3 – życiorys Ashy 6. materiał pomocniczy nr 4 – Krzyżówka
Przebieg lekcji:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Podaj temat lekcji oraz przedstaw główne problemy, które zostaną omówione na lekcji. 2. Zapytaj uczniów, jakimi zabawkami lubią oraz lubili się bawić. Następnie zapytaj w jakim celu kupuje się dzieciom zabawki. Efekty burzy mózgów zapisz na tablicy. Omów zapiski na tablicy, powiedz uczniom, że nie wszystkie zabawki powstają w uczciwych warunkach. 3. Podziel uczniów na grupy 4-6 osobowe. Rozdaj uczniom materiał pomocniczy nr 1. (każdej grupie) i poproś o odpowiedzi na pytania: <ol style="list-style-type: none"> a. W jakiej części świata produkuje się najwięcej zabawek? (kraj) b. Kto pracuje przy ich produkcji? (płeć, wiek)

	<p>c. Co sądzisz o wysokości wynagrodzenia osób pracujących przy produkcji?</p> <p>d. Kto najwięcej zarabia?</p> <p>e. Czy produkcja zabawek się opłaca?</p> <p>4. Przeprowadź dyskusję. Pokieruj rozmową tak, by uczniowie zrozumieli mechanizmy kierujące handlem, wyzysk, który mu towarzyszy (pracujące dzieci, łamanie praw człowieka).</p> <p>5. Przedstaw prezentację multimedialną o SH. Zrób mini wykład na temat mechanizmów współczesnego handlu.</p> <p>6. Przeprowadź ćwiczenie „Jest inaczej, ale dlaczego?”. Rozdaj wybór kart ze zdjęciami i poproś o zapoznanie się z dnymi na odwrocie. Wyjaśnij, że za pomocą materiału pomocniczego nr 2 uczniowie połączeni w pary będą się zastanawiać dlaczego życie mieszkańca danego kraju różni się od mojego? Rozdaj załącznik nr 2. Po zakończeniu pracy uczniów poproś o przedstawienie efektów pracy.</p> <p>7. Przeprowadź ćwiczenie „Co mogę zrobić?”. Zapytaj uczniów na co zwracają uwagę przy robieniu zakupów. Wspólnie z uczniami zastanówcie się, jak każde z kryteriów wyboru może wpływać na życie pracownika/pracownicy firmy w odległym kraju (możesz odczytać życiorys Ashy- materiał pomocniczy nr 4). Uczniowie dobierają się w pary i zapisują na kartkach wszystkie swoje propozycje na temat: co mogę zrobić na rzecz SH.</p> <p>8. Na podsumowanie rozdaj uczniom krzyżówkę i poproś o jej rozwiązanie.</p>
Czas:	90 minut

ŹRÓDŁO:

Opracowanie własne na podstawie: M. Noszczyk, Odpowiedzialny handel., Kraków 2011, s. 70-71

Materiał pomocniczy nr 1

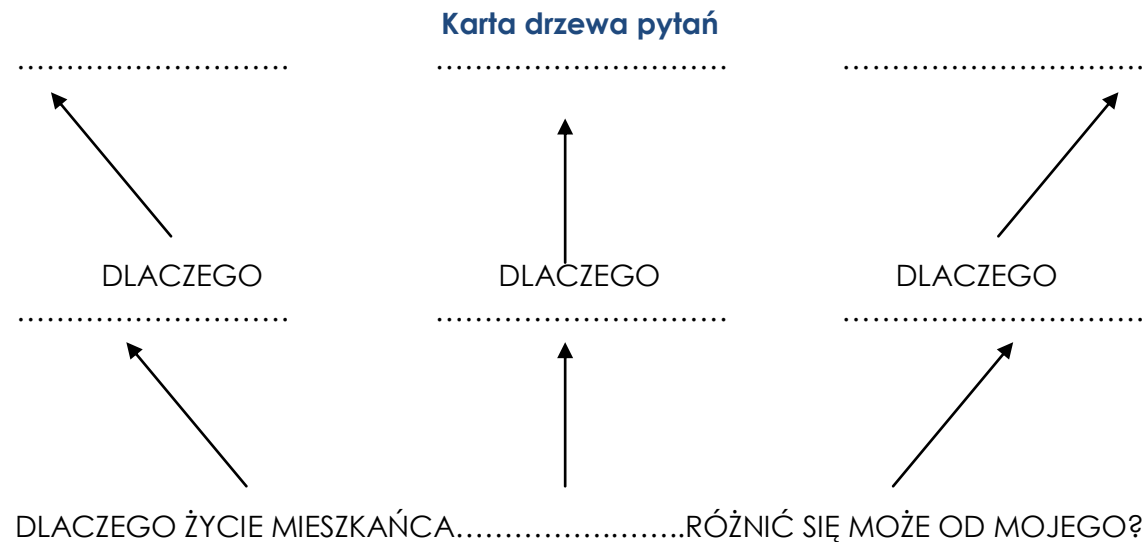
Czy wiesz, że...

- 80% zabawek na świecie jest produkowanych w Chinach.
- W Chinach przy produkcji zabawek pracuje ponad 4 mln osób.

SPRAWIEDLIWY HANDEL W EDUKACJI NA RZECZ SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

- Wynagrodzenie pracownika fabryki zabawek w Chinach wynosi jedynie ok. 0,80 zł za godzinę.
- Ok. 80% wszystkich pracowników wytwarzających zabawki to kobiety w wieku 15-30 lat.
- Ponad 100 tys. Osób rocznie umiera na skutek obrażeń związanych z wykonywaną pracą z powodu braku zabezpieczeń w miejscu pracy
- Co sekundę kupowane są na świecie 3 lalki Barbie.
- Dyrektor Generalny firmy Mattel zarabia więcej niż wszyscy pracujący w Chinach dla tej firmy¹⁰.

Materiał pomocniczy nr 2



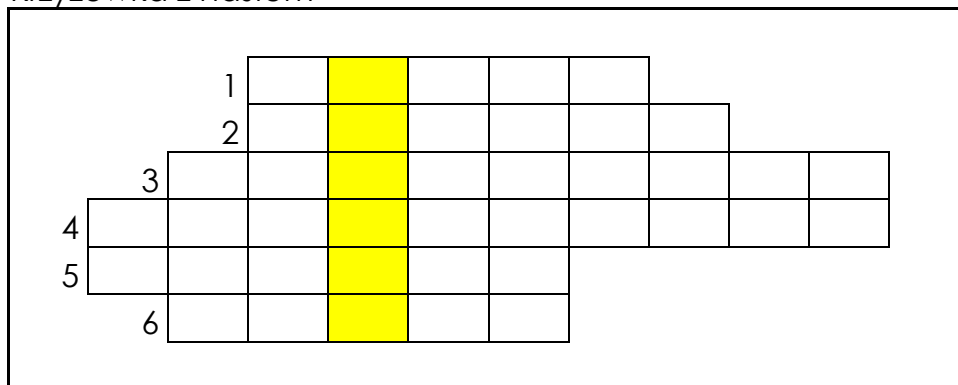
¹⁰ Źródło: Kupuj odpowiedzialnie zabawki. Poradnik dla konsumentów. Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć, Karków 2009.

Materiał pomocniczy nr 3

Asha pracowała przy maszynie do szycia w firmie GO GO International w Bombaju. Zarabiała 56 dolarów miesięcznie. Pracowała około 6 lat, ale nadal nie była zatrudniona na stałe, podobnie jak inni pracownicy, których staż pracy w fabryce przekraczał nawet ponad 10 lat. Pracodawcy stosowali różnorodne środki kontroli nad pracownikami. Najbardziej skuteczne okazały się dwa: groźba zwolnienia z pracy oraz obecność donosicieli, którzy sprawowali nadzór nad resztą robotników[...] Asha pracowała od poniedziałku do soboty, w sumie 48 godzin. Liczba obowiązkowych nadgodzin była zmienna, kobiety pracowały przynajmniej dwie godziny natomiast mężczyźni spędzali w pracy czasem nawet całą dobę bez przerwy. Zwolnione z tego obowiązku były tylko kobiety z małymi dziećmi [...] Asha, która ma do pokonania długą drogę do pracy, pewnego razu została ukarana za 10-minutowe spóźnienie natychmiastowym odesłaniem do domu¹¹.

¹¹ Jak uczyć modnie i etycznie, Polska Akcja Humanitarna, Toruń 2008, s. 16

Materiał pomocniczy nr 4

Krzyżówka z hasłem¹²

1. Kraj, w którym produkuje się najwięcej zabawek.
2. Partnerka Kena. Średnio 3 osoby na sekundę kupują tę lalkę.
3. Osoba nabywająca towary dla zaspokojenia swoich potrzeb.
4. Jedna z zasada sprawiedliwego handlu głosi, że należy je chronić.
5. Sprawiedliwy handel zakazuje ich zatrudniania.
6. Ma do niego prawo każdy parownik, ale nie wszyscy go dostają.

Odpowiedzi 1. Chiny; 2. Barbie; 3. Konsument; 4. Środowisko; 5. Dzieci; 6. Urlop

¹² M. Noszczyk, Odpowiedzialny handel., Kraków 2011, s. 72-73

4.4. Prezentacje

I Sprawiedliwy handel; wstęp do zagadnienia.

Materiały udostępnione dzięki uprzejmości Koalicji Sprawiedliwego Handlu

Fairtrade – dynamiczny rynek 

Press Conference
8. May 2009, Warsaw, Poland
Dieter Overath, Director, TransFair Germany e.V.



Czym jest Fairtrade? 



- Największym systemem etycznej certyfikacji na świecie.
- Ułatwia zrównoważony rozwój oraz usamodzielnienie producentom i pracownikom z 58 krajów rozwijających się w Afryce, Azji oraz Ameryce Łacińskiej.
- Łączy około 1,4 miliona farmerów i pracowników, a po włączeniu członków ich rodzin liczba ta rośnie do ok. 7,5 miliona ludzi.
- Produkty Fairtrade sprzedawane są w ok. 60 krajach.

Fairtrade: lepszy wybór 



Fairtrade oferuje farmerom i ich pracownikom 5 podstawowych korzyści:

- ⇒ Stale ceny pokrywające koszt zrównoważonej produkcji – nawet przy spadku cen rynkowych
- ⇒ Premia Fairtrade – płacona dodatkowo, ponad cenę Fairtrade. Ma ona na celu pomoc producentom w poprawie standardu ich życia, np. poprzez inwestycję w służbę zdrowia, edukację, lub w udoskonalanie produkcji lub upraw mającej na celu wzrost dochodu.
- ⇒ Brak nielegalnej pracy dzieci.
- ⇒ Możliwość prefinansowania zbiorów i długotrwałe relacje handlowe
- ⇒ Wsparcie dla zrównoważonych i przyjaznych środowisku metod produkcji.

Główne cele Fairtrade 

Biznes	Prawa Społeczne	Środowisko
<ul style="list-style-type: none"> • Doradztwo • Stale ceny • Premia Fairtrade • Długotrwałe relacje handlowe • Prefinansowanie 	<ul style="list-style-type: none"> • Warunki Pracy • Projekty społecznościowe • Wolność zrzeszania się • Brak dyskryminacji • Brak nielegalnej pracy dzieci 	<ul style="list-style-type: none"> • Lista Zakazanych Substancji (PML) • Metody produkcji przyjazne środowisku • Wsparcie dla organicznych metod produkcji • Zakaz Żywności Modyfikowanej Genetycznie (GMO) • Premia dla produktów organicznych

Wszyscy zyskują

- ... Producenci**
 - Pewność zarobku i niezależność
 - Dostęp do światowego rynku
 - Szanse na długoterminowy, zrównoważony rozwój
- ... Biznes / Handel**
 - Szansę na zademonstrowanie społecznej odpowiedzialności biznesu.
 - Zróżnicowanie
 - Poprawę wizerunku
- ... Konsumentci**
 - Szansę na społecznie odpowiedzialne zakupy
 - Szybkie rozpoznanie produktów na półkach sklepowych dzięki znakowi Fairtrade
 - Produkty dobrej jakości

Wzrost sprzedaży produktów Fairtrade



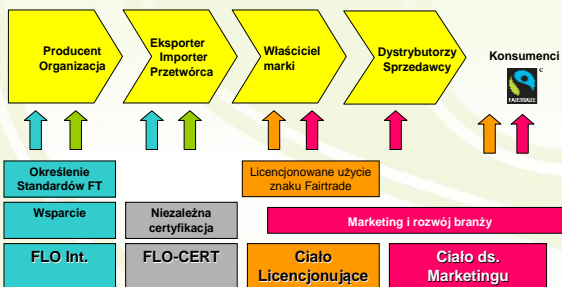
720 grup producenckich (ok. 1,4 miliona farmerów i pracowników) w 54 krajach

21 krajów konsumenckich **+16%** **ca. 2800**

Międzynarodowe wskaźniki sprzedaży:
(w miliardach €)

Rok	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Wartość (miliard €)	238	376	552	831	1.141	1.610	2.400	ca. 2800

Struktura systemu Fairtrade



Producent Organizacja → Eksporter Importer Przetwórca → Właściciel marki → Dystrybutorzy Sprzedawcy → Konsumentci

Wsparcie: Określenie Standardów FT, FLO Int.

Niezależna certyfikacja: FLO-CERT

Licencjonowane użycie znaku Fairtrade: Ciało Licencjonujące

Marketing i rozwój branży: Ciało ds. Marketingu

Producenci i wszyscy operatorzy zaangażowani w łańcuch dostaw muszą być certyfikowani!

Fairtrade łączy producentów z konsumentami.

- Każdy z nas jest konsumentem, zakupy robimy codziennie.
- Wybierając Fairtrade wybierasz: „każdy może sprawić, że świat stanie się lepszym miejscem“
- Fairtrade jest drogą łączącą indywidualne zachowania konsumentów z globalną dyskusją na temat bezpieczeństwa żywności, przemian klimatycznych oraz wpływu globalizacji.

II Sprawiedliwy handel – prezentacja dla gimnazjalistów.
Materiały udostępnione dzięki uprzejmości Grupy eFTe Warszawa

Sprawiedliwy Handel



Sprawiedliwy Handel w teorii

- Bezpośrednie relacje z producentami z Południa
- Partnerstwo handlowe oparte na szacunku
- Większa równość w międzynarodowym handlu
- Dostęp do rynku, nawet dla najmniejszych producentów
- Zrównoważony i harmonijny rozwój, m.in. dbałość o środowisko, o prawa kobiet i dzieci



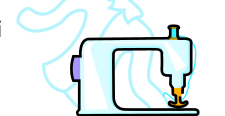
Skąd ten pomysł?

- Kolonializm – poczucie odpowiedzialności i solidarności?
- Globalizacja – handel międzynarodowy + przepływ informacji
- Zrównoważony rozwój
- Świadomość konsumencka – globalne skutki codziennych wyborów
- 'Handel zamiast Pomocy'



Różnie to bywało...

- W XIX wieku Brytyjczycy dominowali na świecie politycznie, militarnie i gospodarczo – m.in. dzięki produkcji ubrań
- Władca Egiptu wymyślił, że zapewni rozwój państwu, jeśli będzie z rosnącej tu bawełny produkował ubrania – kupił maszyny od Brytyjczyków
- Kiedy Brytyjczycy zorientowali się, że Egipcjanie zagrażają ich pozycji na rynku, przytłynęli łodziami bojowymi i zniszczyli tamtejsze fabryki



Czemu Sprawiedliwy Handel?

- Prawie połowa ludzi na świecie żyje za mniej, niż 5 złotych dziennie
- 900 mln ludzi na świecie głoduje
- Ponad 120 mln dzieci nie chodzi do szkoły
- Dziecko urodzone w najbiedniejszej części Afryki ma 20-krotnie mniejszą szansę dożycia starości, niż jego rówieśnik w Polsce.



Czemu Sprawiedliwy Handel?

- USA, UE i Japonia wydają 350 mld \$/rok na dopłaty dla rolników w swoich krajach.
- Szacuje się, że to skutkuje mniejszymi o 50 mld \$/rok wpływami z eksportu produktów rolnych dla krajów globalnego południa.



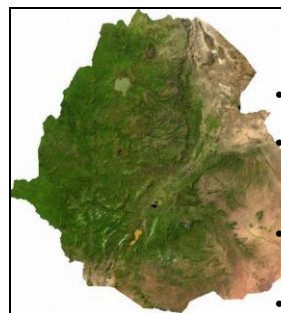
Cytaty

- Po raz pierwszy w historii ludzkości jesteśmy w stanie zlikwidować skrajne ubóstwo na świecie (J.Sachs)
- Ludzie bogaci myślą, że rozwiążą problemy biednego dając mu miskę ryżu. Zastanawiają się jak go wyżywić, zamiast pomyśleć jak nauczyć go myśleć, wykształcić i zatrudnić (R. Kapuściński)



Etiopia

- 80% Etiopczyków żyje za mniej, niż 5 zł dziennie.
- Uprawa, handel i transport kawy zapewnia dochód co 4 Etiopczykowi.
- Kawa stanowi około połowy PKB oraz ponad 70% wartości eksportu.
- Uprawiający kawę rolnicy dostają 3 zł za zebranie kilograma ziaren. W polskiej kawiarni można z tego zaparzyć 80 filiżanek kawy – wartych 400 zł.



Udział producenta w cenie kawiarnianej ~1%
Udział producenta w cenie sklepowej ~10%

Rozkładamy tenisówki na części

- Koszt pary markowych butów – 300 zł

- Produkcja ← 35 zł
- Podatek ← 60 zł
- Transport ← 15 zł
- Zysk firmy ← 98 zł
- Zysk sprzedawcy ← 90 zł
- Płaca ← 2 zł



Wyniki handlowe FT

- W 2007 roku konsumenci na całym świecie kupili towary FT za 9 mld zł - 47% więcej niż w 2006 roku.
- Produkty Fairtrade to przede wszystkim:
 - Kawa, kakao, banany, herbata, owoce, cukier, ryż, bawełna
 - Są sprzedawane w prawie 100 tysiącach sklepów w Europie



Certyfikacja

- Sprecyzowane zasady
- Wyjątkowość na półce
- 1988 (Holandia) – certyfikowana kawa
- 1997 – FLO i znak FT (produkt)
- 2004 – IFAT i znak FTO (organizacja)



Cena minimalna i Premia FT

- Cena minimalna jest ustalana tak, aby pokrywać koszt produkcji i zapewniać średni dochód. Nie może być mniejsza od ceny rynkowej.
- Premia FT w przypadku kawy wynosi 0,5 zł za kg (cena minimalna – 7 zł).
- Premia przeznaczana jest przez rolników m.in. na budowę szkół, przychodni lekarskich, studni.



III Sprawiedliwy handel – prezentacja dla licealistów.

Materiały udostępnione dzięki uprzejmości Grupy eFTe Warszawa

Sprawiedliwy Handel



Weronika Paszewska Jakub Rok | | Grupa eFTe

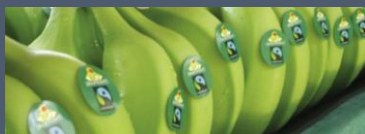
Czemu Sprawiedliwy Handel?

- 2,7 mld ludzi na świecie żyje za mniej, niż 2 \$ dziennie
- 900 mln ludzi na świecie głoduje
- W wyniku skrajnego niedożywienia lub chorób z nim związanych co 5 sekund umiera dziecko
- Ponad 120 mln dzieci nie chodzi do szkoły
- Około 580 mln kobiet jest analfabekami
- Polska jest rajem...



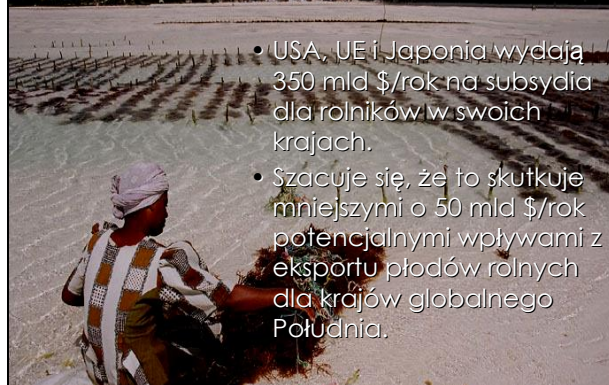
Sprawiedliwy Handel w teorii

- Bezpośrednie relacje pomiędzy producentami z Południa i konsumentami z Północy
- Partnerstwo handlowe
- Większa równość w międzynarodowym handlu
- Dostęp do rynku
- Zrównoważony i harmonijny rozwój



Czemu Sprawiedliwy Handel?

- USA, UE i Japonia wydają 350 mld \$/rok na subsydia dla rolników w swoich krajach.
- Szacuje się, że to skutkuje mniejszymi o 50 mld \$/rok potencjalnymi wpływami z eksportu produktów rolnych dla krajów globalnego Południa.



Czemu Sprawiedliwy Handel?



- Praca w warunkach niewolniczych istnieje na 90% plantacji kakao WKS
- Kawa stanowi około połowy PKB oraz ponad 70% wartości eksportu w takich krajach, jak Etiopia, Burundi, czy Uganda.
- W Etiopii uprawiający kawę rolnicy dostają dolara za zebranie kilograma ziaren. W europejskich kawiarniach można z tego zaparzyć 80 filiżanek kawy – wartych 230 \$

Tradycyjny handel

- rolnik
- pośrednik skupujący
- pośrednik z zapleczem technicznym
- lokalny eksporter
- (handlowiec międzynarodowy)
- firma wypalająca
- detalista
- konsument

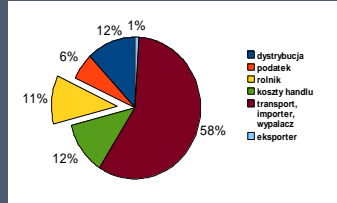


Globalny rynek kawy

- Kawa jest drugim, pod względem wartości wymiany, dobrem w handlu międzynarodowym
- 25 mln producentów – drobnych, z Południa
- 700 mld filiżanek rocznie (ilu konsumentów?)
- 75% produkcji trafia na eksport, głównie na Północ



- Niestabilne ceny – próby regulacji (lata 60.-80.)
- Liberalizacja rynku – po 1989 roku
- Kryzys kawowy 1998-2003 rok

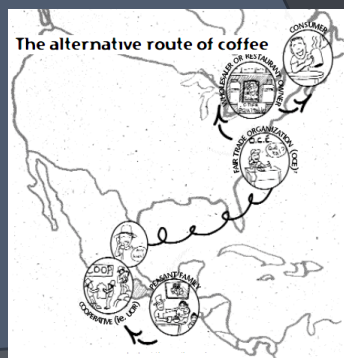


Kategoria	Procent
dystrybucja	1%
podatek	12%
rolnik	6%
koszty handlu	11%
transport, importer, wypalacz	58%
eksporter	12%

- rolnik
- pośrednik skupujący
- pośrednik z zapleczem technicznym
- lokalny eksporter
- (handlowiec międzynarodowy)
- firma wypalająca
- detalista
- konsument

Alternatywny handel

- rolnik
- spółdzielnia
- (ew. unia)
- kupiec
- firma wypalająca
- detalista
- konsument



Historia rozwoju SH – 3 etapy

- Handel charytatywny – sprzedaż rękodzieła z Południa; zakup motywowany współczuciem nabywcy; ← 1948
- Import produktów spożywczych i certyfikacja – lojalność konsumentów, podkreślenie wyjątkowości idei; rynek głównych towarów importowanych z Południa; ← 1973/1968
- Odpowiedzialny biznes – konsumenci przywiązują większą wagę do warunków powstawania produktów i związanych z tym oddziaływań. ← 1995

Skąd ten pomysł?

- Przeszłość kolonialna – odpowiedzialność, globalna solidarność
- Globalizacja – handel międzynarodowy (regulacja), przepływ informacji
- Zrównoważony rozwój – pozaekonomiczne aspekty rozwoju, globalna perspektywa,
- Świadomość konsumencka – globalne skutki codziennych wyborów
- 'Trade not Aid'



Fair Trade czy Fairtrade?

- Pisane ze spacją oznacza cały ruch zaangażowany w zapewnienie godnego życia rolnikom i pracownikom z Południa poprzez sprawiedliwe warunki handlowe.
- Bez spacji oznacza produkty certyfikowane przez organizację FLO - czyli ponad 80% wszystkich produktów SH





Certyfikacja

- Sprecyzowane kryteria
 - Wyjątkowość
 - Koszty dla producenta
-
- 1988 (Holandia) Max Havelaar – certyfikowana kawa
 - 1997 – FLO i znak FT (produkt)
 - 2004 – IFAT i znak FTO (organizacja)

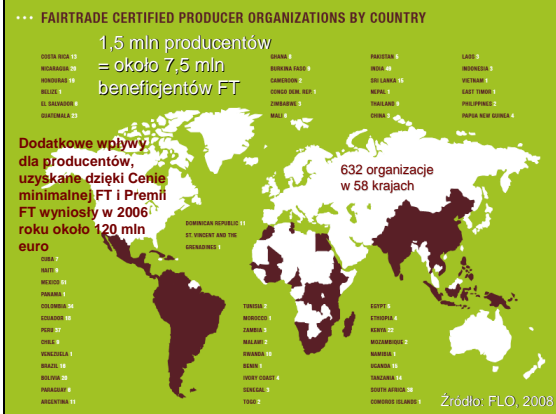


Cena minimalna i Premia FT

- Cena minimalna jest ustalana z uwzględnieniem średnich kosztów produkcji i przeciętnego wynagrodzenia
- Cena minimalna nie może być mniejsza niż cena bazowa (rynkowa)
- Premia FT w przypadku kawy wynosi 0,2\$ za kg (cena minimalna – 2,4 \$).
- Przeznaczana jest w drodze demokratycznego głosowania na rozwój społeczności lokalnej.
- Spółdzielnia COOCAFE, która skupia 4000 rolników, zarobiła dzięki Premii FT 7 mln \$ przez 10 lat

Zasady SH wg FLO

- Rozwój ekonomiczny i społeczny, standardy środowiskowe i warunków pracy – wymagania dla organizacji producenckich
- Warunki handlu – wymagania dla nabywcy
- ✓ Cena minimalna dla każdego produktu
- ✓ Premia FT na rzecz społeczności lokalnej
- ✓ Demokratyczne podejmowanie decyzji
- ✓ Bezpieczne i godne warunki pracy
- ✓ Wspieranie ekoprodukcji
- ✓ Umowy długoterminowe
- ✓ Prefinansowanie
- ✓ Planowanie strategiczne



Korzyści z uczestnictwa w systemie FT

Finansowe: wyższy przychód, dostęp do usług kredytowych i oszczędnościowych, stabilizacja dochodów

Kapitał	Naturalny	Fizyczny	Ludzki	Społeczny
Korzyści	Zrównowazona gospodarka zasobami naturalnymi, ochrona bioróżnorodności	Rozwój infrastruktury – drogi, szkoły, punkty medyczne, ujęcia wody; lepsze warunki mieszkaniowe; łatwiejszy dostęp do zakładów obróbki kawy	Lepsze samopoczucie i kondycja zdrowotna, poprawione bezpieczeństwo żywienia, rzadsze zachorowania związane z brudną wodą; wyższy odsetek dzieci uczęszczających do szkoły; stypendia dla uczących się	Nauka współpracy w społeczności, uczestnictwo w budowaniu i działaniach organizacji

Fairtrade w Polsce

- Sprzedaż w Polsce w 2007 roku – 1 do kilku mln zł
- sprawiedliwyhandel.pl i sprawiedliwy-handel.pl
- Światowy Dzień SH

- zielonasiec.pl
- efte.org



Kategoria	Ilość artykułów	Sprzedaż w mln zł	Sprzedaż w mln PLN
Czekolada	11	707	711,45
Kawa	22	535	1411,35
Herbaty i owoc	14	396	342,00
Ziarno (kawa)	5	211	1048,00
Herbaty i owoc	8	226	210,00
Kakao	3	152	488,00
Herbaty i owoc	4	108	92,60
Herbaty i owoc	3	915	276,30
Miel	2	74	37,00
Produkty mleczne	7	59	61,20
Produkty mleczne	1	53	53,00
Chleb	1	22	55,75
RAZEM		2201	5488,35

Czy ktoś to sprawdza?



- *FLO international* jest organizacją non-profit zajmującą się ustalaniem standardów FT. Skupia przedstawicieli inicjatyw metkujących, producentów, handlowców i osoby niezależne.
- *FLO cert* jest niezależną firmą, która szkoli i zatrudnia inspektorów prowadzących proces certyfikacji i weryfikujących wypełnianie standardów FT.

Dyskusja wokół SH

- * Mainstreaming?
- * Utrzymana logika eksportu z Południa towarów nieprzetworzonych
- * Brak standardów dla handlowców
- * Problemy organizacji producenckich
- * Słabo kontrolowane standardy
- * Biurokracja

5. Medioteka – materiały multimedialne do wykorzystania

Jedną z ciekawszych filmowych propozycji jest „Czarne Złoto” – film o niesprawiedliwościach i krzywdzie w trakcie globalnego handlu kawą. W wersji oryginalnej jest on dostępny na stronie www.blackgoldmovie.com (istnieje też polskie tłumaczenie). Problematykę produkcji kawy dotyka również film „Sprawiedliwszy smak kawy”, będący swoistą relacją z wizyty w Polsce Tadesse Meskela pochodzącego z Etiopii (szefa organizacji skupiającej rolników), który zwraca uwagę m.in. polskim parlamentarzystom na wagę dokonywania zakupów w zgodzie z zasadami sprawiedliwego handlu. Do ciekawego zbioru należy niewątpliwie zaliczyć dwa filmy przetłumaczone na język polski: „Poranek przy kawie” opowiadający o produkcji kawy w Nikaragui i „Pola złota” na temat bananów i ich drogi do brytyjskich supermarketów (dostępne na: stronie www.sprawiedliwyhandel.pl). Warto zwrócić również uwagę na filmy: „Pura Vida?” – o skutkach stosowania chemii rolnej na plantacjach bananów i ananasów na Kostaryce.

Po prezentacji filmu warto zorganizować debatę (np. oksfordzką) lub pogadankę. Można też zaprosić ekspertów z organizacji pozarządowych, rodziców, nauczycieli.

Poniższy wykaz zawiera ponadto fragment audycji radiowej dotyczącej Dnia sprawiedliwego handlu w Krakowie, pokaz z łódzkiej mody ekologicznej z 2010 roku oraz sondaż na temat sprawiedliwego handlu przygotowany przez Licealistów z Łazisk Górnych, który w sposób jednoznaczny obnaża niewiedzę społeczeństwa na temat SH.

Wykaz filmów, programów, kampanii:



- Film „Ananasy-prawdziwa cena luksusowego owocu”, dostępny na <http://www.youtube.com/watch?v=EhD21GBLlLs>
- Film „Sprawiedliwy handel w mieście solidarności” dostępny na: <http://www.youtube.com/watch?v=qcH-3bLxiwk>
- Kampania Make Fruit Fair, dostępna na: http://fairtrade.org.pl/a136_kampania_make_fruit_fair.html
- Film „Sprawiedliwszy smak kawy”, dostępny na: <http://www.youtube.com/watch?v=ARmmYBz6sl8>
- Film „Życie i dług”, dostępny na: www.lifeanddebt.org
- Film „Życie i dług”. Film pokazuje upadek rolnictwa na Jamajce po otwarciu rynku na import taniej żywności z USA; www.lifeanddebt.org
- Film „Krwawe diamenty”. Film fabularny z Leonardem di Caprio. Jego akcja dotyczy niewolniczej pracy przy wydobywaniu diamentów w Afryce, korupcji, przemytu i losu dzieci-żołnierzy; www.blooddiamondmovie.warnerbros.com
- Film „Pura Vida?” – o skutkach stosowania chemii rolnej na plantacjach bananów i ananasów na Kostaryce, dostępny na : www.greengold.org.uk/film.htm

- Film „The Luckiest Nut in the World”. Film porównuje uprawę i handel orzechami z krajów rozwijających z dotowaną przez państwo uprawę orzechów w USA; www.emily-james.com i fulcrumtv.com
- Film „Bonita. Brzydkie banany” – o trudnym losie pracowników plantacji bananów w Ekwadorze www.greengold.org.uk/film.htm
- Film „White Gold. The True Costs of Cotton”. Film o negatywnych aspektów uprawy bawełny; www.vids.myspace.com/index.cfm?fuseaction=vids.individual&videoid=9904973
- Film „Double Take” – o uprawie, handlu i przetwórstwie kakao oraz szkolnej kampanii na rzecz Fair Trade www.papapaa.org/ks2/index_5.htm
- Film „Pola złota”, do pobrania na : http://www.sprawiedliwyhandel.pl/web/guest/71/-/asset_publisher/tT3C/content/materiały-dotyczace-warunkow-zycia-i-pracy-w-krajach-trzeciego-swiata
- Pokaz mody ekologicznej 2010 rok, Łódź; <http://www.youtube.com/watch?v=gPcXOfhtyOI>
- Audycja radiowa – Dzień sprawiedliwego handlu w Krakowie <http://www.youtube.com/watch?v=JtnAcpvjsFk>
- Sondaż na temat sprawiedliwego handlu: <http://www.youtube.com/watch?v=8F67dpXpygA>
- Film promocyjny <http://vimeo.com/3265349>



Inne poradniki dla aktywnych:

- www.zb.eco.pl/article/byCategory/48,1

„Lokalna żywność, globalna pomyślność. Pakiet kampanijny” – porady dla organizatorów imprez promujących żywność

- www.kobietypraca.org/fairplay/publikacje/podrecznik_aktywi%9Cci.pdf „Mój styl, moja odpowiedzialność. Podręcznik dla aktywistek i aktywistów”
- www.zb.eco.pl/bzb/24 „Podręcznik prowadzenia kampanii”
- www.zb.eco.pl/bzb/2 „Teatr mój widzę ekologiczny” – porady dotyczące organizacji heppeningów
- www.zb.eco.pl/bzb/31 „Poradnik zielonego dziennikarza” – porady niezbędne przy pisaniu komunikatów prasowych
- www.fairtrade.org.pl „Jak propagować sprawiedliwy handel” - poradnik dla aktywistów zainteresowanych rozwojem Fair Trade.



6. Projekty i propozycje działań

Zadania projektowe z obszaru Sprawiedliwego Handlu dla uczniów:

WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE

GIMNAZJUM – III ETAP EDUKACYJNY

TREŚCI NAUCZANIA

Problemy współczesnego Świata:

- Uczeń porównuje sytuację w państwach globalnego Południa i globalnej Północy i wyjaśnia na przykładach, na czym polega ich współzależność,
- Uczeń rozważa, jak jego zachowania mogą wpływać na życie innych ludzi na świecie (np. przemyślane zakupy)

Zespół nr 1

Waszym zadaniem jest zebranie informacji na temat połowu krewetek. W jakim kraju się je łowi? Jakie lasy najbardziej im sprzyjają? Jakie są przyczyny ginięcia tych lasów? Jakie są konsekwencje zakładania stawów hodowlanych? Jak stawy hodowlane wpływają na życie ludzi zajmujących się połowem w sposób tradycyjny? Co my możemy zrobić w tej sprawie? Zebrane informacje przedstawcie w formie prezentacji Power Point.

Zespół nr 2

Waszym zadaniem jest zebranie informacji na temat uprawy soi i hodowli prosiaków. Czym są żywione prosiaki w Holandii? W jaki sposób pozyskuje się tereny pod

uprawę soi? Co my możemy zrobić w tej sprawie?
Przygotujcie tablicę informacyjną.

Zespół nr 3

Waszym zadaniem jest zebranie informacji na temat uprawy fasolki. W którym kraju uprawia się fasolkę, którą konsumują zimą ludzie w Europie? Kto jest właścicielem uprawy? Jak ta uprawa wpływa na życie rdzennej ludności Kenii? W jaki sposób można poprawić los ludzi, którym brakuje wody z powodu przemysłowej produkcji roślin? Co my możemy zrobić w tej sprawie?
Zainscenizujcie rozmowę dziennikarza z grupą ekspertów.

Zadanie nr 4

Waszym zadaniem jest zebranie informacji na temat soku pomarańczowego. Skąd dociera do nas najczęściej koncentrat soku pomarańczowego? Jakże ma to

konsekwencje dla środowiska? W jakich warunkach pracują ludzie przy uprawie pomarańczy? Czy pracują również dzieci? Ułóżcie apel/odezwę do swojej klasy o dokonywanie przemyślanych zakupów, wykorzystując informacje zdobyte na temat uprawy i eksportu pomarańczy.



WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE (poziom rozszerzony)

SZKOŁA PONADGIMNAZJALNA – IV ETAP EDUKACYJNY

TREŚCI NAUCZANIA

Stosunki międzynarodowe w wymiarze globalnym:

- Uczeń wyjaśnia przyczyny dysproporcji między globalną Północą i globalnym Południem oraz mechanizmy i działania, które ją zmniejszają lub powiększają,
- Uczeń przedstawia na przykładach wzajemne zależności między państwami biednymi i bogatymi w ekonomii i ekologii.

Zadaniem dla całej klasy jest przygotowanie akcji uświadamiającej - propagującej ideę sprawiedliwego handlu w najbliższym środowisku, np. dla uczniów całej szkoły.

Zespół nr 1

Waszym zadaniem jest przygotowanie reklamy telewizyjnej propagującej przemyślane zakupy.

Zespół nr 2

Waszym zadaniem jest przygotowanie kampanii plakatowej propagującej związek swoich zachowań konsumenckich z życiem innych ludzi i ideą zrównoważonego rozwoju.

Zespół nr 3

Waszym zadaniem jest przygotowanie audycji radiowej: Przyczyny niskiego stanu świadomości Polaków na temat produktów sprawiedliwego handlu.

PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

SZKOŁA PONADGIMNAZJALNA – IV ETAP EDUKACYJNY

TREŚCI NAUCZANIA

Państwo, gospodarka:

- Uczeń ocenia wpływ globalizacji na gospodarkę świata i Polski oraz podaje przykłady oddziaływania globalizacji na poziom życia i model konsumpcji.

Zespół nr 1

Waszym zadaniem jest wybranie trzech zjawisk związanych z modą wpływających istotnie na środowisko naturalne lub ludzi w łańcuchu dostaw. Proszę omówić wybrane zjawiska (może być prezentacja

power point), a za pomocą dyskusji klasowej ustalić hierarchię zjawisk, od tych które mają największy wpływ po te, które mają wpływ najmniejszy.

Zespół nr 2

Waszym zadaniem jest zebranie informacji na temat ruchu Slow Food. Przedstawcie zdobyte wiadomości w formie krótkiego filmu dokumentalnego, przeprowadźcie wywiady, rozmowy z rodzicami, przyjaciółmi.

Zespół nr 3 i nr 4

Przygotujcie się merytorycznie oraz strategicznie do debaty oksfordzkiej na temat: **Moda jest nieetyczna.** Zespół nr 3 broni tezy, natomiast zespół nr 4 próbuje ją obalić (wg zasad klasycznej debaty oksfordzkiej).

Programy

Fairtrade Foundation realizuje kilka programów, w ramach których wspiera poprzez zaopatrywanie w materiały informacyjne lokalne grupy działania, które mogą ubiegać się o tytuły:

- **Miast Fairtrade**
- **Uczelni Wyższych Fairtrade**
- **Szkół Fairtrade**
- **Wspólnot Wyznaniowych Fairtrade (kościół, synagoga i meczety).**

Każdy z wyżej wymienionych programów wiąże się z osiąganiem celów wyznaczonych przez Fairtrade Foundation. Konkretny tytuł/osiągnięcie jest przyznawane grupom, którym udaje się je wszystkie osiągnąć. Celem akcji jest nie tylko zwiększanie sprzedaży i dostępności produktów Fairtrade – w domu, w szkole, w pracy, na uczelni, w gminie, itp., ale także dążenie do lepszego zrozumienia idei Sprawiedliwego Handlu. W 2008 roku na świecie odnotowano ponad 500 Miast Fairtrade (w tym w Wielkiej Brytanii – 401), a kampanie promujące ten program były prowadzone w 17 krajach, m.in. we Francji, w Belgii, Hiszpanii, we Włoszech, w Irlandii, USA, Australii, Kanadzie, Finlandii i Szwecji¹³.

¹³ Materiały dostępne na stronie Koalicji Sprawiedliwego handlu: http://fairtrade.org.pl/s12_dzialania_educacyjne_i_promocyjne.html

Przykłady działań w obszarze sprawiedliwego handlu można odnaleźć (linki):

- strona „Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu Trzeci Świat i My”
link: http://www.sprawiedliwyhandel.pl/web/guest/osiagniecia/-/asset_publisher/ft3C/content/przyk%C5%82adowe-dzia%C5%82ania-sprawiedliwego-handlu;jsessionid=A20F6B0164B5F0261102462416277EA9
- strona koalicji sprawiedliwego handlu, poradnik: „Jak zostać szkołą przyjazną fair trade?” link: http://www.fairtrade.org.pl/materialy/publ_14_broszura_szkolaftp.pdf
- na portalu GoldenLine utworzyła się grupa wspierająca SH, link: <http://www.goldenline.pl/forum/2664660/wspolne-dzialania-sprawiedliwy-handel-fair-trade>
- strona Stowarzyszenia Konsumentów Polskich o Kampanii SH, link: <http://www.konsumenci.org/sh/index.php/jak-mozesh-pomoc/kampania-popieram-sprawiedliwy-handel/>

Wnioski

„Gdybyśmy chcieli wyobrazić sobie docelowy model w rozwoju Sprawiedliwego Handlu w Polsce, wyglądałby on następująco:

- 1) konsumenci posiadają wiedzę na temat Sprawiedliwego Handlu i są gotowi ją aktywnie wspierać, kupując odpowiednio certyfikowane i oznakowane produkty,
- 2) konsumenci mają możliwość dotarcia do takich produktów, innymi słowy są one powszechnie dostępne i łatwo rozpoznawalne,
- 3) konsumentów stać na zakup certyfikowanych produktów, dzięki czemu przestają być one ciekawostką znaną na półce a stają się trwałym elementem koszyka zakupowego”¹⁴.

W obszarze Sprawiedliwego Handlu niezbędne są kompleksowe działania zarówno informacyjne jak i edukacyjne. I nie apeluję tu bynajmniej o natarczywą propagandę, lecz o rzetelne (choć czasem mozolne) wyjaśnienie mechanizmów światowego handlu oraz idei Sprawiedliwego Handlu. Ważne jest, by już dzieci mogły poznać zasady funkcjonowania SH w praktyce, pozwalając im później na wyrobienie sobie własnego zdania i pozostawiając końcową decyzję w ich rękach. Innymi słowy, ważne jest to, by wyposażyć konsumentów (zarówno małych, jak i dużych) w wiedzę pozwalającą na dokonywanie świadomych wyborów, wg zasady: **wiem, co kupuję i wiem, dlaczego to kupuję**.

Mam nadzieję, że podejmując holistyczne działania, można będzie wypracować rozwiązania zmierzające do popularyzacji tej inicjatywy. Z punktu widzenia społecznego rozwój Sprawiedliwego Handlu jest pożądanym nie tylko z uwagi na swoje aspekty etyczne, ale również dlatego, że daje konsumentowi wybór, a możliwość wyboru jest jedną z najcenniejszych cech gospodarki wolnorynkowej.

¹⁴ Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Opracowanie: Sprawiedliwy Handel w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju, Warszawa 2010, s. 13

Za pomoc w realizacji projektu związanego z przygotowaniem materiałów edukacyjnych o Sprawiedliwym Handlu, w tym za udostępnienie prezentacji multimedialnych serdecznie dziękuję Organizacjom:

**Polskiej Akcji Humanitarnej,
Koalicji Sprawiedliwego Handlu,
Grupie eFTe Warszawa.**

Aldona Urbanek