

Α.Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ  
ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



**ΔΙΚΑΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**  
**(FAIR TRADE)**

Εποπτεία:

**Δρ. Ε. Τηλικίδου**

**Καθηγήτρια**

**Φοιτητές:**

**Κουσίδης Σάββας**

**Τσαγκαλίδης Θεοχάρης**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2007**

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

	<b>Σελ.</b>
<b>1. Περίληψη</b>	<b>2</b>
<b>2. Εισαγωγή</b>	<b>4</b>
<b>3. Προκαταρτική Φάση</b>	<b>5</b>
3.1 Ερέθισμα	<b>5</b>
3.2 Πρόβλημα Διοίκησης Μάρκετινγκ	<b>6</b>
3.3 Πρόβλημα Έρευνας Μάρκετινγκ - Σκοπός	<b>6</b>
<b>4. Μεθοδολογία – Σχεδιασμός Της Έρευνας</b>	<b>8</b>
4.1 Θέμα	<b>8</b>
4.2 Εξειδίκευση Απαιτούμενων Πληροφοριών	<b>8</b>
4.3 Στόχοι	<b>9</b>
4.3.1 Γενικός Στόχος	<b>9</b>
4.3.2 Ειδικοί Στόχοι	<b>9</b>
4.4 Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας	<b>11</b>
4.4.1 Ορισμός, Περιεχόμενο, Κριτήρια, Αρχές και Στόχοι του Δίκαιου Εμπορίου	<b>11</b>
4.4.2 Η Ιστορική Αναδρομή Του Δίκαιου Εμπορίου	<b>19</b>
4.4.3 Το Δίκαιο Εμπόριο Παγκοσμίως	<b>26</b>
4.4.4 Το Δίκαιο Εμπόριο στην Ελλάδα	<b>40</b>
4.4.5 Προοπτικές Εξέλιξης	<b>45</b>
4.4.6 Συμπεράσματα Ανασκόπησης Βιβλιογραφίας	<b>47</b>
4.4.7 Ερευνητικό Κενό	<b>49</b>
4.4.8 Περιορισμοί της Εργασίας	<b>49</b>
4.5 Συγκέντρωση Πρωτογενών Στοιχείων	<b>50</b>
4.6 Χρονοδιάγραμμα και Προϋπολογισμός	<b>53</b>
<b>5. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>	<b>55</b>

## **1. Περίληψη**

Τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως αρχίζει και εξαπλώνεται το κίνημα του Fair Trade (Δίκαιο Εμπόριο). Η Fair Trade Hellas άνοιξε το πρώτο μη κερδοσκοπικό κατάστημα με προϊόντα δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στο κέντρο της Αθήνας και πρόσφατα το δεύτερο στη Θεσσαλονίκη.

Η πτυχιακή εργασία που ακολουθεί των φοιτητών Κουσίδη Σάββα και Τσαγκαλίδη Θεοχάρη με επόπτρια - καθηγήτρια την Δρ. Τηλικίδου Ειρήνη αποτελεί πρόταση διεξαγωγής ερευνητικού προγράμματος στα πλαίσια ανάθεσης της Fair Trade Hellas με θέμα την διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς ανδρών και γυναικών ηλικίας άνω των 18 ετών οικονομικά ενεργών και κατοίκων του δήμου Θεσσαλονίκης για τα προϊόντα του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα και το κατά πόσο βιώσιμη είναι η προοπτική ανάπτυξης νεοϊδρυθέντος καταστήματος της στο κέντρο της Θεσσαλονίκης.

Οι βασικές ενότητες της εργασίας απαρτίζονται από την εισαγωγή, την προκαταρκτική φάση, την μεθοδολογία – σχεδιασμό της έρευνας και το παράρτημα.

Τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας δευτερογενών στοιχείων καταλήγουν στο ότι οι προσπάθειες που λαμβάνουν χώρα σε διεθνές επίπεδο, και που συνεχίζουν να γίνονται από μέρους των εθνών, την κοινωνία των πολιτών, τον ιδιωτικό τομέα, και τις τοπικές αυτοδιοικήσεις, πρέπει να υποστηριχθούν από το μεγαλύτερο μέρος των περιφερειών του κόσμου, και κυρίως από τις οικολογικές περιφέρειες όπως η Μεσόγειος, η οποία βρίσκεται στο σταυροδρόμι της Αφρικής της Ευρώπης και της Δυτικής Ασίας. Η εφαρμογή της βιώσιμης ανάπτυξης μπορεί να είναι ένας πολύ ισχυρός καθοδηγητής για το μέλλον αυτής της περιοχής, όπου το Βόρειο και Νότιο μέρος θα μπορούσε να μετατραπεί σε μια συμφιλίωση η οποία θα μπορούσε να γίνει ένα παράδειγμα για τον υπόλοιπο κόσμο.

Οι Μεσογειακές Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) υποστηρίζουν την ιδέα μιας παγκόσμιας διαπραγμάτευσης περιλαμβάνοντας καθαρές δεσμεύσεις και

συγκεκριμένες δράσεις οι οποίες οδηγούν στην εξάλειψη της φτώχειας, βιώσιμη παραγωγή και μοντέλα κατανάλωσης καθώς και τη βελτίωση της διακυβέρνησης και τις δημοκρατικές διαδικασίες σε όλα τα επίπεδα.

Στην χώρα μας είναι άξιο προσοχής ότι παρατηρείται αν και όχι με υψηλούς ρυθμούς μια στροφή προς την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών ως προς το κίνημα του Δίκαιου Εμπορίου, αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την ευνοϊκή προς την Fair Trade Hellas κίνηση για περαιτέρω ανάπτυξη του καταστήματος στην περιοχή του κέντρου της Θεσσαλονίκης μιας και στην Αθήνα εδώ και ένα χρόνο λειτουργεί επιτυχημένα.

Όσον αφορά την συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων επιλέξαμε ως μονάδα πληθυσμού 500 νοικοκυριά της περιοχής του Δήμου Θεσσαλονίκης με μονάδα δειγματοληψίας έναν τουλάχιστον ενήλικα από κάθε ένα νοικοκυριό. Η μέθοδος δειγματοληψίας είναι η σύνθετη τυχαία δειγματοληψία κατά περιοχές με βασικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο που παρατίθεται στο παράρτημα η επεξεργασία του οποίου θα γίνει με την χρήση του SPSS. Οι στόχοι που αναφέρονται στην πρωτογενή έρευνα αφορούν: την διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, τα κριτήρια και ο τρόπος επιλογής των προϊόντων του Δίκαιου Εμπορίου, την πρόβλεψη καταναλωτικής στάσης και το κατά πόσο κοινωνικά ευαισθητοποιημένοι είναι οι καταναλωτές απέναντι στο Δίκαιο Εμπόριο.

## **2. Εισαγωγή**

Η συγκεκριμένη έρευνα πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο πτυχιακής εργασίας με επίπτρια την Δρ. Ειρήνη Τηλικίδου.

Οι φοιτητές που εκπόνησαν την παρούσα έρευνα είναι ο Κουσίδης Σάββας και ο Τσαγκαλίδης Θεοχάρης .

Η Fair Trade Hellas, αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία, μας αναθέτει την εκπόνηση ερευνητικού προγράμματος, την οποία πρέπει να υποβάλλουμε σε μορφή πρότασης για τα προϊόντα Δίκαιου Εμπορίου μέσα από την οποία θα φαίνεται η καταναλωτική συμπεριφορά των κατοίκων του κέντρου της Θεσσαλονίκης με απώτερο σκοπό την ανάπτυξη του νεοϊδρυθέντος καταστήματος στο κέντρο.

Έτσι ασχοληθήκαμε με όλα τα στάδια της Προκαταρκτικής Φάσης, τη συλλογή δευτερογενών στοιχείων και την ανασκόπηση τους, τη διαπίστωση του ερευνητικού κενού και τη συγγραφή του Σχεδιασμού ο οποίος περιλαμβάνει την έρευνα πρωτογενών στοιχείων με πρόβλεψη όλων των ζητημάτων της μεθοδολογίας, του εργαλείου της προτεινόμενης δημοσκόπησης (δομημένο ερωτηματολόγιο) και των σταδίων επεξεργασίας, ανάλυσης, εξαγωγή συμπερασμάτων και προτάσεων. Η παρούσα πρόταση συνοδεύεται από Προϋπολογισμό και Χρονοδιάγραμμα.

### **3. Προκαταρτική Φάση**

#### **3.1 Ερέθισμα**

Είναι γεγονός ότι στον αναπτυσσόμενο Νότο, όλο και περισσότεροι παραγωγοί εξαρτώνται από πολυεθνικές εταιρείες, οι οποίες αγοράζουν τα προϊόντα τους σε πολύ χαμηλές τιμές. Έτσι δεν μειώνουν μόνο τα εισοδήματα τους αλλά και τους πόρους που μπορούν να επενδύσουν για να έχουν ποιοτική παραγωγή, σεβόμενοι τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον. Μερικές φορές, αναγκάζονται να πουλήσουν το εργοστάσιο ή το χωράφι τους, επειδή τα έσοδα τους δεν αρκούν για να επιβιώσουν. Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο τους δίνει την δυνατότητα να συνδέονται με δίκαιους – μεσάζοντες, τόσο για την πώληση των προϊόντων τους όσο και για την παροχή οικονομικών διευκολύνσεων.

Η Fair Trade Hellas είναι μια μη κερδοσκοπική, μη κυβερνητική οργάνωση, που ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2004 με στόχο τη διάδοση του κινήματος του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα και την εκπαίδευση ενσυνείδητων και υπεύθυνων καταναλωτών.

Προωθεί πιστοποιημένα προϊόντα Fair Trade στην ελληνική αγορά μέσα από τη λειτουργία μη κερδοσκοπικών καταστημάτων και τη συμμετοχή της σε σχετικές εκθέσεις και φεστιβάλ.

Αναπτύσσει δράσεις ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης της κοινή γνώμης και εκπαιδευτικά προγράμματα στα σχολεία<sup>1</sup>.

Αυτό ήταν το ερέθισμα σύμφωνα με το οποίο η Fair Trade Hellas (νεοϊδρυόμενη εταιρεία στην Αθήνα, που μόλις πρόσφατα ίδρυσε ένα κατάστημα Δίκαιου Εμπορίου στην Θεσσαλονίκη) απευθύνθηκε σε εμάς για την διεξαγωγή του ερευνητικού προγράμματος σχετικά με την αναζήτηση των καταναλωτικών στάσεων και συμπεριφορών των πολιτών του κέντρου της Θεσσαλονίκης για τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου.

---

<sup>1</sup> Ενημερωτικό φυλλάδιο καταστήματος Fair Trade Hellas, βλ. παράρτημα, σελ.56

### **3.2 Πρόβλημα Διοίκησης Μάρκετινγκ**

Η εμπειρία του καταστήματος της Fair Trade στην Αθήνα δείχνει το αυξημένο ενδιαφέρον για προϊόντα Δίκαιου Εμπορίου<sup>2</sup>.

Με την πάροδο του χρόνου πιστεύουμε ότι οι καταναλωτές γίνονται πιο υπεύθυνοι μιας και τα προβλήματα του περιβάλλοντος (φαινόμενο θερμοκηπίου, κλιματολογικές αλλαγές) τους αγγίζουν όλο και περισσότερο. Με αυτήν την ματιά υπάρχει βιώσιμη προοπτική στην ίδρυση νέων καταστημάτων Fair Trade ευρύτερα στη περιοχή της Μακεδονίας και σε όλη την Ελλάδα;

Άλλωστε η Fair Trade στηρίζεται σε ένα μεγάλο ποσοστό σε εθελοντές<sup>3</sup> και σε βοήθεια υποστηρικτών.

Κατά πόσο υπάρχουν θετικές προοπτικές για τη βιωσιμότητα και ανάπτυξη του νέου καταστήματος στην πόλη της Θεσσαλονίκης; Θα ανταποκριθεί το αγοραστικό κοινό της Θεσσαλονίκης;

### **3.3 Πρόβλημα Έρευνας Μάρκετινγκ - Σκοπός**

Η έρευνα πραγματοποιείται προκειμένου να εξεταστούν οι καταναλωτικές συμπεριφορές (στάσεις) των ανδρών και γυναικών<sup>4</sup>, ηλικίας άνω των 18 ετών, οικονομικά ενεργών και κατοίκων του δήμου Θεσσαλονίκης για τα προϊόντα του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα.

Η βασική μας μεταβλητή στην έρευνα είναι η καταναλωτική συμπεριφορά, η οποία θα εξεταστεί ως εξαρτημένη. Μας ενδιαφέρει η παρελθούσα, η παρούσα καταναλωτική συμπεριφορά, η πρόθεση καταναλωτικής συμπεριφοράς, ο βαθμός ικανοποίησης από τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου και ο τρόπος ενημέρωσης των καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα του.

---

<sup>2</sup> Συνέντευξη Αρμοδίου Προσώπου, βλ. παράρτημα σελ.58

<sup>3</sup> Πίνακας-Διάγραμμα εθελοντών του δίκαιου εμπορίου, βλ. παράρτημα σελ.73

<sup>4</sup> Εννοούμε ανά ένα νοικοκυριό της περιοχής

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που θα διερευνηθούν είναι :

- Η κοινωνική ευαισθητοποίηση των καταναλωτών, όσον αφορά το κίνημα και τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου.
- Τα κριτήρια και ο τρόπος επιλογής των προϊόντων του Δίκαιου Εμπορίου (συγκριτικά με τα συμβατικά προϊόντα).
- Ο ρόλος και η σημασία της διαφήμισης, της τιμής, της συσκευασίας και του προμηθευτή των προϊόντων του Δίκαιου Εμπορίου.
- Οι καταναλωτικές στάσεις – απόψεις για τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου.
- Το φύλο, η ηλικία, το εισόδημα, η εκπαίδευση και το επάγγελμα των καταναλωτών



## **4. Μεθοδολογία - Σχεδιασμός Της Έρευνας**

### **4.1 Θέμα**

Δημοσκόπηση με θέμα την διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των ανδρών και γυναικών ηλικίας άνω των 18 ετών οικονομικά ενεργών και κατοίκων του δήμου Θεσσαλονίκης για τα προϊόντα του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα και το κατά πόσο υπάρχουν θετικές προοπτικές για την βιωσιμότητα και ανάπτυξη του νεοϊδρυθέντος καταστήματος στο κέντρο της Θεσσαλονίκης.

### **4.2 Εξειδίκευση Απαιτούμενων Πληροφοριών**

Οι απαιτούμενες πληροφορίες θα αντληθούν:

A) από το στάδιο της έρευνας των δευτερογενών στοιχείων για τον ορισμό, το περιεχόμενο, τις αρχές, τους στόχους, την ιστορική αναδρομή του Δίκαιου Εμπορίου και των προϊόντων του, παγκοσμίως, στην Ελλάδα και τις προοπτικές εξέλιξης μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας.

B) από το στάδιο του σχεδιασμού της έρευνας των πρωτογενών στοιχείων, τον καθορισμό πληθυσμού, ερευνητικής μεθόδου, δείγματος, την μέθοδο συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων (προσωπική συνέντευξη) με βασική επιδίωξη την διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε σχέση με την κοινωνική ευαισθητοποίηση, τα κριτήρια και τον τρόπο επιλογής των προϊόντων του Δίκαιου Εμπορίου (συγκριτικά με τα συμβατικά προϊόντα) και τον ρόλο και τη σημασία της διαφήμισης, της τιμής, της συσκευασίας και του προμηθευτή των προϊόντων του Δίκαιου Εμπορίου.

### **4.3 Στόχοι**

#### 4.3.1 Γενικός στόχος

Η διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των καταναλωτών για το κίνημα του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου και των προϊόντων του στην Ελλάδα (Fair Trade Hellas) και προοπτικές για την βιωσιμότητα και ανάπτυξη του νεοϊδρυθέντος καταστήματος στην πόλη της Θεσσαλονίκης.

#### 4.3.2 Ειδικοί στόχοι:

##### A) Δευτερογενών στοιχείων

- Να διερευνηθεί η έννοια και το περιεχόμενο του Δίκαιου Εμπορίου
- Πως αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές τους στόχους, τις βασικές αρχές και το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα του Δίκαιου Εμπορίου
- Να διερευνηθεί η αγορά των προϊόντων του Δίκαιου Εμπορίου παγκοσμίως και στην Ελλάδα, καθώς και οι προοπτικές εξέλιξής τους.
- Να ερευνηθεί ο ρόλος των Fair Trade worldshops και η καταναλωτική στάση απέναντι τους ( έως σήμερα)

##### B) Πρωτογενών στοιχείων

- Να διερευνηθεί η καταναλωτική συμπεριφορά για τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου

- Να αναζητηθεί ο βαθμός ικανοποίησης από τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου
- Τα κριτήρια και ο τρόπος επιλογής προϊόντων του Δίκαιου Εμπορίου
- Πόσο κοινωνικά ευαισθητοποιημένοι είναι οι καταναλωτές απέναντι στο Δίκαιο Εμπόριο
- Να αναζητηθούν συγκριτικά οι σχέσεις προτίμησης των καταναλωτών απέναντι στα συμβατικά προϊόντα και στα προϊόντα Δίκαιου Εμπορίου σε σχέση με τις παρακάτω μεταβλητές (διαφήμιση, τιμή, συσκευασία, προμηθευτής )
- Πρόβλεψη καταναλωτικής στάσης

## 4.4 ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

### 4.4.1 Ορισμός, περιεχόμενο, κριτήρια, αρχές και στόχοι του Δίκαιου Εμπορίου.

#### Α. Ορισμός του Δίκαιου Εμπορίου.

Το δίκαιο εμπόριο είναι μια εμπορική εταιρική σχέση που βασίζεται στον διάλογο, στη διαφάνεια και τον σεβασμό και επιδιώκει περισσότερη ισότητα στο διεθνές εμπόριο. Συμβάλλει στην αειφόρο ανάπτυξη μέσω της εξασφάλισης καλύτερων συνθηκών εμπορίας και της διασφάλισης των δικαιωμάτων των περιθωριοποιημένων παραγωγών και εργαζομένων – ιδιαίτερα στον Νότο. Οι οργανώσεις δίκαιου εμπορίου (με τη στήριξη των καταναλωτών) ασχολούνται ενεργά με τη στήριξη των παραγωγών, την αύξηση της ευαισθητοποίησης και τις εκστρατείες για την αλλαγή των κανόνων και της πρακτικής του διεθνούς εμπορίου<sup>5</sup>.



Altromercato, το μη κερδοσκοπικό κατάστημα της Fair Trade Hellas ανοίγει στη Θεσσαλονίκη. Τετάρτη, 26.09.2007, 7.30μμ. Βύρωνος 6, περιοική Διαγώνιος (πλευσίον πλατείας Νουαρίνου). Ελάτε να εγκαινιάσουμε μια άλλη αγορά.

**FAIR TRADE HELLAS**

Η Fair Trade Hellas είναι μια μη κερδοσκοπική, μη κυβερνητική οργάνωση που σπαστεί στα διακεία του κέρδου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα και στην εκπαίδευση εθελοντών και υλοθόνων καταναλωτών.

Υπέρα από τις επισημαίνονται παρτίς του καταστήματος στην Αθήνα και τον ενθουσιασμό απόδοξά της ιδέας του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου από τον κόσμο, προσκινώμε στα θεσπίζοντας το μη κερδοσκοπικό κατάστημα της εθελοντικής μας, κι από αποτέλεσμα της συνεργασίας της Fair Trade Hellas και της υπαρκτής οργάνωσης CEM Altromercato. Το κατάστημα διαθέτει τρόφιμα, είδη υγιεινότητας, είδη οικιακά, ένδυμα, κλιμακωτά, παιχνίδια, αξυνομά και προϊόντα για καθή από παραδοσιακόντων παραγωγών σε σκέλετο τον κόσμο.

Είς περιμένουμε με κατά νουτι ον ο κόσμος χρειάζεται το fair trade, το fair trade χρειάζεται κόσμο!

Altromercato E.E., Βύρωνος 6 (πλευσίον πλατείας Νουαρίνου), Θεσσαλονίκη. Τ +30 210 741448. [thessalonika@fairtrade.gr](mailto:thessalonika@fairtrade.gr)

FAIR TRADE HELLAS, Βύρωνος 16, Αθήνα. Τ +30 210 3616011. [info@fairtrade.gr](mailto:info@fairtrade.gr) [www.fairtrade.gr](http://www.fairtrade.gr)

<sup>5</sup> [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004\\_2009/documents/pr/611/611480/611480el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/pr/611/611480/611480el.pdf) (28/09/2007) βλ παράρτημα σελ 78

## **B. Το περιεχόμενο του Δίκαιου Εμπορίου.**

Το δίκαιο εμπόριο είναι ένας εμπορικός συνεταιρισμός, βασισμένος στο διάλογο, τη διαφάνεια και τον σεβασμό, που αναζητά μεγαλύτερη δικαιοσύνη στο διεθνές εμπόριο. Σκοπός του δίκαιου εμπορίου είναι να δημιουργεί ευκαιρίες για παραγωγούς που έχουν βρεθεί σε οικονομικά μειονεκτική θέση ή έχουν περιθωριοποιηθεί από το συμβατικό εμπορικό σύστημα, δημιουργώντας μια στρατηγική για την καταπολέμηση της φτώχειας και την βιώσιμη ανάπτυξη των κοινωνιών. Το διαφορετικό στοιχείο στο δίκαιο εμπόριο, είναι η έλλειψη μεσαζόντων που να εκμεταλλεύονται και να απομυζούν τους παραγωγούς.

Έτσι, συνεισφέρει στην παρατεινόμενη ανάπτυξη προσφέροντας καλύτερες συνθήκες εμπορίου και διασφαλίζοντας τα συμφέροντα περιθωριοποιημένων παραγωγών και εργατών.

Πρόκειται για ένα κίνημα που ως στόχο έχει την αλληλεγγύη προς τους μικροπαραγωγούς, την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σε θέματα οικονομικής εκμετάλλευσης, απαξίας της εργασίας, θεοποίησης του χρήματος, υπερεκμετάλλευσης του περιβάλλοντος, υπερκαταναλωτισμού και παράλληλα την καταγγελία των επιθετικών οικονομικών πολιτικών που ασκούν οι πολυεθνικές εταιρίες, οι διεθνείς οργανισμοί και οι κυβερνήσεις.

Οι φορείς αυτού του κινήματος λειτουργούν μη κερδοσκοπικά, εθελοντικά και με οργανωτικά σχήματα όπως συνεταιρισμοί και μη κυβερνητικές οργανώσεις. Στόχος τους είναι να αγοράζουν απευθείας το προϊόν από τον παραγωγό, έτσι ώστε να αποφεύγονται οι μεσάζοντες και στη συνέχεια να το διαθέτουν σε σημεία πώλησης όπου θα έρχεται σε επαφή με τον καταναλωτή. Κατά αυτόν τον τρόπο ο καταναλωτής θα αγοράζει φθηνότερα το προϊόν και θα έχει αδιαμεσολάβητη επαφή με την «κουλτούρα» του παραγωγού και του προϊόντος. Οι οργανώσεις αυτές εγγυώνται τα κριτήρια του δίκαιου εμπορίου, δηλαδή την προέλευση, τις συνθήκες παραγωγής (αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας, σεβασμός στο περιβάλλον) και την ποιότητά του, καθώς και το ότι το προϊόν αγοράστηκε σε τιμή «δίκαιη» για τον παραγωγό.

**Γ. Το Δίκαιο Εμπόριο θα πρέπει να πληρεί τα ακόλουθα κριτήρια που καθορίζει το κίνημα του Δίκαιου Εμπορίου<sup>6</sup>:**

- δίκαιη τιμή παραγωγού, η οποία να διασφαλίζει έναν δίκαιο μισθό και να καλύπτει το κόστος της αειφόρου παραγωγής και διαβίωσης. Αυτή η τιμή πρέπει να είναι τουλάχιστον όσο η ελάχιστη τιμή και πριμοδότηση Δίκαιου Εμπορίου οι οποίες έχουν καθοριστεί από τις διεθνείς ενώσεις Δίκαιου Εμπορίου,
- προκαταβολή μέρους της πληρωμής εάν το επιθυμεί ο παραγωγός,
- μακροπρόθεσμες σταθερές σχέσεις με τους παραγωγούς και συμμετοχή των παραγωγών στη θέσπιση κανόνων Δίκαιου Εμπορίου,
- διαφάνεια και ιχνηλασιμότητα μέσω της αλυσίδας προσφοράς για τη διασφάλιση της κατάλληλης πληροφόρησης των καταναλωτών,
- παραγωγικές συνθήκες που να σέβονται τις οκτώ βασικές συμβάσεις της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ΔΟΕ),
- σεβασμός του περιβάλλοντος, προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, και ιδιαίτερα των δικαιωμάτων των γυναικών και των παιδιών, και σεβασμός των παραδοσιακών μεθόδων παραγωγής που ευνοούν την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη,
- ανάπτυξη ικανοτήτων και ενδυνάμωση των παραγωγών, ιδίως των μικρών και περιθωριοποιημένων παραγωγών και εργαζομένων των αναπτυσσομένων χωρών, των οργανώσεών τους, καθώς και των αντίστοιχων κοινοτήτων, προκειμένου να διασφαλιστεί η αειφορία του Δίκαιου Εμπορίου,
- στήριξη της παραγωγής και πρόσβαση των οργανώσεων παραγωγών στις αγορές,
- δραστηριότητες μεγαλύτερης ευαισθητοποίησης σχετικά με την παραγωγή Δίκαιου Εμπορίου και τις εμπορικές σχέσεις, την αποστολή και τους στόχους του Δίκαιου Εμπορίου και την επικρατούσα αδικία των διεθνών κανόνων εμπορίου,

---

<sup>6</sup> <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6+TA-2006-0320+0+DOC+XML+VO//EL> (25/05/2007) βλ παράρτημα σελ 78

- παρακολούθηση και εξακρίβωση της συμμόρφωσης προς τα κριτήρια αυτά, στην οποία οι νότιες οργανώσεις πρέπει να διαδραματίσουν μεγαλύτερο ρόλο, οδηγώντας στη μείωση του κόστους και την αύξηση της τοπικής συμμετοχής στη διαδικασία πιστοποίησης,
- τακτικές αξιολογήσεις επιπτώσεων των δραστηριοτήτων Δίκαιου Εμπορίου.

### **Δ. Βασικές αρχές του Δίκαιου Εμπορίου<sup>7</sup>.**

Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο είναι μια στρατηγική για την καταπολέμηση της φτώχειας και την αειφόρο ανάπτυξη. Ο σκοπός του είναι να δημιουργεί ευκαιρίες για παραγωγούς που έχουν βρεθεί σε οικονομικά μειονεκτική θέση ή έχουν περιθωριοποιηθεί από το συμβατικό εμπορικό σύστημα.

#### **Διαφάνεια και υπευθυνότητα**

Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο προϋποθέτει διαφανείς διοικήσεις, οι οποίες μέσα από τις εμπορικές σχέσεις να φέρονται δίκαια και με σεβασμό στους εμπορικούς συνεργάτες τους.

#### **Κτίσιμο ικανότητας**

Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο αποτελεί ένα μέσο για την ανάπτυξη της ανεξαρτησίας των παραγωγών. Οι σχέσεις μέσω του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου παρέχουν συνέχεια, κατά τη διάρκεια της οποίας οι παραγωγοί και οι οργανισμοί προώθησής τους μπορούν να βελτιώσουν τις διοικητικές τους ικανότητες και την πρόσβασή τους σε νέες αγορές.

---

<sup>7</sup> [http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com\\_content&task=blogsection&id=5&Itemid=56](http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=5&Itemid=56)  
(24/05/2007) βλ παράρτημα σελ 78

### **Πληρωμή μιας δίκαιης τιμής**

Μία δίκαιη τιμή στο εθνικό ή τοπικό πλαίσιο είναι αυτή που έχει συμφωνηθεί μέσα από διάλογο και συμμετοχή. Καλύπτει όχι μόνο το κόστος παραγωγής, αλλά επιτρέπει και μια παραγωγή η οποία είναι κοινωνικά δίκαιη και περιβαλλοντικά σωστή. Παρέχει δίκαιη πληρωμή στους παραγωγούς και λαμβάνει υπόψη την αρχή της ίσης πληρωμής για ίση εργασία από γυναίκες και άντρες. Οι δίκαιοι έμποροι εξασφαλίζουν άμεση πληρωμή στους συνεργάτες τους και όποτε είναι δυνατό, βοηθούν τους παραγωγούς στην πρόσβαση σε οικονομική βοήθεια πριν τη σοδειά ή την παραγωγή τους.

### **Ισότητα των φύλων**

Δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο σημαίνει ότι η εργασία των γυναικών εκτιμάται κατάλληλα και ανταμείβεται. Οι γυναίκες πάντοτε πληρώνονται για τη συνεισφορά τους στην παραγωγική διαδικασία και αποκτούν δύναμη στις οργανώσεις τους.

### **Συνθήκες εργασίας**

Δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο σημαίνει ασφαλές και υγιές περιβάλλον για τους παραγωγούς. Η συμμετοχή παιδιών (αν υφίσταται) δεν επιδρά δυσμενώς στην ευημερία τους, την ασφάλεια, τις εκπαιδευτικές τους ανάγκες και την ανάγκη τους για παιχνίδι και συμβαδίζει με το συνέδριο των Ηνωμένων Εθνών για τα δικαιώματα των παιδιών καθώς και με τους νόμους και τα πρότυπα του εκάστοτε τοπικού πλαισίου.



## **Το περιβάλλον**

Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο ενθαρρύνει ενεργά καλύτερες περιβαλλοντικές πρακτικές και την εφαρμογή υπεύθυνων μεθόδων παραγωγής.

## **Παραγωγή**

Τα αγαθά του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου πρέπει να παράγονται σύμφωνα με συγκεκριμένα πρότυπα περιβαλλοντικά, υγείας και ασφάλειας:

### **Για συνεταιρισμούς μικρών αγροτών:**

- Δημοκρατική δομή που να επιτρέπει σε όλα τα μέλη να συμμετέχουν στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων του συνεταιρισμού.

### **Για φυτείες και εργοστάσια:**

- Αξιοπρεπείς μισθούς, τουλάχιστον τους κατώτερους σύμφωνα με το νόμο.
- Επαρκή στέγαση.
- Τα ελάχιστα όρια υγιεινής και ασφάλειας.
- Το δικαίωμα να συμμετέχουν σε εμπορικά σωματεία.

### **Για τις παραγωγές όλων των ειδών:**

- Καμία παιδική ή καταναγκαστική εργασία.
- Προγράμματα για περιβαλλοντική σταθερότητα.

## **Εμπόριο**

Οι όροι συναλλαγής του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου πρέπει να περιλαμβάνουν:

- Τιμή που να καλύπτει το κόστος παραγωγής
- Κοινωνική ασφάλεια που να βελτιώνει τις συνθήκες διαβίωσης και εργασίας
- Τμηματική πληρωμή με προκαταβολή για να αποτραπεί η χρεοκοπία των μικρών παραγωγικών οργανισμών
- Συμβόλαια που να επιτρέπουν το μακροχρόνιο σχεδιασμό της παραγωγής.

### **Διασφάλιση των αρχών του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου**

Οι αρχές του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου ενισχύονται από τον οργανισμό ετικετοποίησης FLO. Πρόκειται για έναν ανεξάρτητο, παγκόσμιο οργανισμό προστασίας που ιδρύθηκε για να διασφαλίσει ένα πιο δίκαιο διεθνές εμπόριο στις επικρατούσες εμπορικές αγορές.

Κριτήρια δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου έχουν θεσπιστεί για τον καφέ, το τσάι, το κακάο, το μέλι, τις μπανάνες, το χυμό πορτοκαλιού και τη ζάχαρη.

### **Ε. Οι βασικοί στόχοι του Δίκαιου Εμπορίου.**

Το δίκαιο εμπόριο έρχεται να απαντήσει στη νέα παγκόσμια οικονομία όπου η ανταγωνιστικότητα και τα κέρδη των μετόχων κυριαρχούν, και η φτώχεια συνεχώς αυξάνεται. Η αυξανόμενη παγκοσμιοποίηση, σε συνδυασμό με την υποστήριξη της κυβέρνησης των Ηνωμένων Πολιτειών στο ελεύθερο εμπόριο και στις επενδυτικές συμφωνίες, προκαλούν τρία δισεπίλυτα προβλήματα που τώρα πλήττουν σχεδόν κάθε άνθρωπο στον πλανήτη: ανισότητες εισοδημάτων, απώλειες εργασιών και καταστροφές στο περιβάλλον. Στόχοι του δίκαιου εμπορίου<sup>8</sup> είναι λοιπόν:

- Να βελτιώσει την διαβίωση και την ευημερία των παραγωγών διευκολύνοντας την πρόσβασή τους στην αγορά, ενδυναμώνοντας τους οργανισμούς τους, πληρώνοντας μία καλύτερη τιμή και παρέχοντας συνέχεια στην εμπορική σχέση.
- Να προωθήσει ευκαιρίες ανάπτυξης για μη-προνομιούχους παραγωγούς, ιδίως για τις γυναίκες και τον εντόπιο πληθυσμό, και να προστατεύει τα παιδιά από την εκμετάλλευση στην παραγωγική διαδικασία.
- Να ξυπνήσει συνειδήσεις μεταξύ των καταναλωτών για τις αρνητικές συνέπειες για τους παραγωγούς του διεθνούς εμπορίου, έτσι ώστε να ασκούν την αγοραστική τους δύναμη θετικά.
- Να αποτελέσει παράδειγμα εμπορικής συνεργασίας μέσω διαλόγου, ισοτιμίας, διαφάνειας και σεβασμού.
- Να αποκτήσει ο καταναλωτής άμεση πρόσβαση στα προϊόντα και σε καλύτερες τιμές.
- Να μην μετατρέπονται τα πάντα σε εμπορεύματα.

---

8

[http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com\\_content&task=blogcategory&id=26&Itemid=56](http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=26&Itemid=56)  
(24/05/2007) βλ παράρτημα σελ 78

- Να κάνει εκστρατεία για αλλαγές στους κανόνες και τις μεθόδους του συμβατικού διεθνούς εμπορίου.
- Να προστατεύει τα ανθρώπινα δικαιώματα προωθώντας την κοινωνική δικαιοσύνη, σωστές περιβαλλοντικές μεθόδους και οικονομική ασφάλεια.

#### **4.4.2 Η ιστορική αναδρομή του Δίκαιου Εμπορίου<sup>9</sup>.**

Οι ρίζες του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου μπορούν να αναζητηθούν σε εγχειρήματα και προσπάθειες που ξεκίνησαν από εκκλησίες στη Νότιο Αμερική και στην Ευρώπη στα τέλη της δεκαετίας του 40. Αρχικά, οι εμπορικές συναλλαγές γινόντουσαν ως επί το πλείστον με παραγωγούς χειροτεχνιών, κυρίως λόγω των επαφών τους με ιεραποστόλους. Συχνά, οι χειροτεχνίες παρέχουν «συμπληρωματικό εισόδημα» στις οικογένειες. Έτσι στόχος τους ήταν να προσφέρουν ανακούφιση σε πρόσφυγες και σε άλλες κοινότητες ανθρώπων χτυπημένες από τη φτώχεια, πουλώντας τις χειροτεχνίες τους στις Βόρειες αγορές.

Στην συνέχεια, την εποχή των αντιαποικιακών αγώνων, μια ομάδα προοδευτικών καθολικών εθελοντών δημιούργησε μια οργάνωση η οποία ανέλαβε να συστήσει ένα εναλλακτικό δίκτυο εισαγωγής και εμπορίας καφέ το οποίο θα παράκαμπε τους μεσάζοντες και τις πολυεθνικές, που αποκόμιζαν τεράστια κέρδη.

---

<sup>9</sup> [http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com\\_content&task=blogsection&id=5&Itemid=2](http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=5&Itemid=2)  
7 (24/05/2007), βλ παράρτημα σελ.

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '60 και του '70, μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ) και κοινωνικά κινητοποιημένα άτομα σε πολλές χώρες της Ασίας, της Αφρικής και της Λατινικής Αμερικής διέκριναν την ανάγκη για οργανώσεις δίκαιου μάρκετινγκ, οι οποίες θα παρείχαν συμβουλές, βοήθεια και υποστήριξη σε μειονεκτικούς παραγωγούς. Πολλές τέτοιες οργανώσεις δίκαιου εμπορίου ιδρύθηκαν, και δημιουργήθηκαν σύνδεσμοι με τις νέες οργανώσεις δίκαιου εμπορίου του Βορρά. Αυτές οι σχέσεις βασίζονταν στις εταιρικές σχέσεις, τον διάλογο, τη διαφάνεια και τον σεβασμό. Ο στόχος ήταν η επιδίωξη περισσότερης ισότητας στο διεθνές εμπόριο.

Παράλληλα με αυτό το κίνημα των πολιτών, οι αναπτυσσόμενες χώρες οργάνωσαν διεθνή πολιτικά φόρουμ, όπως η δεύτερη διάσκεψη της UNCTAD (Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη) που πραγματοποιήθηκε στο Δελχί το 1968, για να μεταδώσουν το μήνυμα «Trade not Aid – Εμπόριο όχι Βοήθεια». Αυτή η προσέγγιση έδωσε έμφαση στην καθιέρωση δίκαιων εμπορικών σχέσεων με τις αναπτυσσόμενες χώρες, αντί να επιστρέφει ένα μικρό μέρος των οφελών που αποκτήθηκαν στον Βορρά υπό τη μορφή βοήθειας για την ανάπτυξη.

Βλέποντας την επιτυχία του εγχειρήματος, το 1967, ιδρύθηκε η πρώτη εισαγωγική οργάνωση στις Κάτω Χώρες και το 1969 άνοιξε το πρώτο «Κατάστημα του Τρίτου Κόσμου». Με τα χρόνια τα καταστήματα πολλαπλασιάστηκαν, όπως και οι οργανώσεις που καθιέρωσαν το θεσμό του «Δίκαιου Εμπορίου» (Fair Trade ή Commerce Equitable).

Το 1973, ο πρώτος καφές «δίκαιου εμπορίου» εισήχθη στην Ευρώπη από συνεταιρισμούς μικρών αγροτών της Γουατεμάλας. Μετά τον καφέ, το φάσμα των τροφίμων επεκτάθηκε και περιλάμβανε προϊόντα όπως τσάι, κακάο, ζάχαρη, κρασί, χυμούς φρούτων, ξηρούς καρπούς, μπαχαρικά, ρύζι, σοκολάτα, μέλι, ινδική καρύδα, μπανάνες, υφάσματα, παιχνίδια και -από το 2004- νωπά φρούτα και λαχανικά, κρασί, λουλούδια, αλλά και αθλητικές μπάλες. Πρόσφατα, μάλιστα, έκαναν την εμφάνισή τους και καταστήματα ρούχων.

Ωστόσο, ο καφές παραμένει το σημαντικότερο προϊόν του «Δίκαιου Εμπορίου». Από αυτόν εξαρτάται η επιβίωση 25 εκατομμυρίων φτωχών οικογενειών σε ολόκληρο τον κόσμο. Επιπλέον, το 1988, η τιμή του καφέ κατέρρευσε (πτώση κατά 65%) αποτέλεσμα ακόμα και σήμερα, τις περισσότερες φορές να μην καλύπτεται το κόστος της παραγωγής του προϊόντος και να βυθίζονται στην εξαθλίωση οι μικροκαλλιεργητές και οι εργάτες της γης. Αυτή η εξέλιξη προέκυψε, αφενός από την υπερπαραγωγή που προκάλεσαν οι πιέσεις του Διεθνές Νομισματικού Ταμείου και της Παγκόσμιας Τράπεζας σε πολλές χώρες (κυρίως στο Βιετνάμ και στην Ινδονησία) να επιδοθούν μαζικά σε αυτή τη συναλλαγματοφόρο καλλιέργεια και αφετέρου από τις απαιτήσεις των γερακιών του νεοφιλελευθερισμού να διαλυθεί η Διεθνής Συμφωνία για τον Καφέ και όλοι οι αντίστοιχοι εθνικοί φορείς παρέμβασης, που εξασφάλιζαν μια σταθερή τιμή για τους παραγωγούς. Φυσικά, οι μεσάζοντες και οι πέντε πολυεθνικές που ελέγχουν τον κλάδο (και κυρίως η Nestle, η Kraft Foods και η Sara Lee) δεν μετακύλησαν στους καταναλωτές την μείωση του κόστους του προϊόντος, αλλά αύξησαν θεαματικά τα κέρδη τους, για τον λόγο αυτό γεννήθηκε η ανάγκη ενός διακριτικού συμβόλου που θα πιστοποιούσε τα προϊόντα του δίκαιου εμπορίου έτσι το 1988 δημιουργήθηκε στην Ολλανδία το ίδρυμα Max Havelaar για την προστασία των φτωχών παραγωγών του καφέ της Λατινικής Αμερικής. Στόχος της οργάνωσης ήταν να εγκαθιδρύσει δικαιότερους κανόνες εμπορίου και αξιοπρεπέστερες συνθήκες διαβίωσης για τους παραγωγούς. Τότε βέβαια η κίνηση αυτή αντιμετωπίστηκε αρνητικά για ευνόητους λόγους όμως η πιστοποίηση των αγαθών του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου ξεκίνησε και έγινε δημοφιλής μέσα σε ένα χρόνο, όπου το μερίδιο αγοράς που κατείχε ο καφές με το σήμα ήταν σχεδόν 3%.

Τα προϊόντα που αγοράζονταν, διακινούνταν και πωλούνταν τηρώντας τις συνθήκες δίκαιου εμπορίου δικαιούνταν ένα σήμα το οποίο θα τα έκανε να ξεχωρίζουν ανάμεσα στα συνηθισμένα προϊόντα που βρίσκονταν στα ράφια των καταστημάτων, και θα παρείχε τη δυνατότητα σε οποιαδήποτε εταιρεία να

ασχοληθεί με το δίκαιο εμπόριο. Τα επόμενα χρόνια, ιδρύθηκαν παρόμοιες μη κερδοσκοπικές οργανώσεις σήμανσης δίκαιου εμπορίου σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες και στη Βόρεια Αμερική. Η εμφάνιση της πρώτης σφραγίδας είναι ίσως το πιο κρίσιμο σημείο στην ιστορία του κινήματος. Η σήμανση δίκαιου εμπορίου έχει πράγματι βοηθήσει το δίκαιο εμπόριο να εισχωρήσει στις παραδοσιακές επιχειρηματικές δραστηριότητες. Σήμερα, πάνω από τα δύο τρίτα των προϊόντων δίκαιου εμπορίου πωλούνται σε συνηθισμένα καταστήματα τροφοδοσίας και λιανικής πώλησης.

Το 1997, δημιουργήθηκε η παγκόσμια ένωση, Fairtrade Labelling Organizations International – Διεθνής Οργάνωση Σήμανσης Δίκαιου Εμπορίου. Η FLO σήμερα είναι υπεύθυνη για τον καθορισμό διεθνών προτύπων δίκαιου εμπορίου, για την πιστοποίηση της παραγωγής και τον λογιστικό έλεγχο των εμπορικών συναλλαγών σύμφωνα με τα πρότυπα αυτά και για τη σήμανση προϊόντων. Σήμερα, 19 χώρες έχουν τις δικές τους πρωτοβουλίες ετικετοποίησης, που λειτουργούν με τα ίδια κριτήρια υπό την αιγίδα του Οργανισμού Ετικετοποίησης δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου(FLO). Ο Ευρωπαϊκός αυτός οργανισμός συντονίζει τις εισαγωγές και την κοινή στρατηγική των διάφορων οργανώσεων, καθώς και πολλές ανάλογες οργανώσεις - ομπρέλες και δίκτυα.

Παράλληλα με την ανάπτυξη της σήμανσης των προϊόντων, η IFAT, (International Federation for Alternative Trade - Διεθνής Ομοσπονδία Εναλλακτικού Εμπορίου) με 270 μέλη σε 61 χώρες σε όλο τον κόσμο, έχει αναπτύξει πρότυπα και ένα σύστημα παρακολούθησης για τις οργανώσεις δίκαιου εμπορίου.

Συγκριτικά με τις δομές του συμβατικού εμπορίου, οι Οργανώσεις Εναλλακτικού Εμπορίου (ATO) προσέφεραν μεγαλύτερες απολαβές στους

παραγωγούς του αναπτυσσόμενου κόσμου μέσω του άμεσου εμπορίου και των δίκαιων τιμών.

Όμως, εκτός από την καλύτερη αμοιβή των αγροτών (από 30% ως 300%), στην έννοια του «Δίκαιου Εμπορίου» προστέθηκαν και άλλες παράμετροι. Επιδιώχθηκε -όπου αυτό είναι δυνατόν- να πραγματοποιούνται οι αγορές από συνεταιρισμούς, ενώ παράλληλα δόθηκε έμφαση στη δημοκρατική διοίκησή τους και στη δίκαιη κατανομή των κερδών τους. Δόθηκε επίσης προτεραιότητα στο σεβασμό των εργασιακών δικαιωμάτων και των συνθηκών εργασίας. Επιπλέον, παρέχονται στους αγρότες τα εφόδια και η επιμόρφωση που απαιτούνται για την ανάπτυξη της βιολογικής καλλιέργειας και τεχνικών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Ταυτοχρόνως, παρακινούνται να εγκαταλείψουν τη μονοκαλλιέργεια, ώστε να μην εξαρτάται η επιβίωσή τους από τα скаμπανεβάσματα της τιμής του καφέ στις χειραγωγούμενες διεθνείς αγορές, να διαφοροποιήσουν την παραγωγή τους και να εξασφαλίζουν την αυτάρκεια της οικογένειάς τους σε τρόφιμα. Ακόμα, ένα σημαντικό ποσοστό από την τιμή του προϊόντος που πληρώνει ο δυτικός καταναλωτής διατίθεται για κοινωνικές επενδύσεις στην ευρύτερη περιοχή (δρόμους, σχολεία, επιμόρφωση, υποτροφίες, ιατρεία, συστήματα πόσιμου νερού), έτσι ώστε να διαχέονται τα οφέλη του «Δίκαιου Εμπορίου» σε ολόκληρη την τοπική κοινωνία.

Σήμερα, το κίνημα του δίκαιου εμπορίου είναι ένα παγκόσμιο κίνημα. Πάνω από ένα εκατομμύριο μικροί παραγωγοί και εργαζόμενοι είναι οργανωμένοι σε 3000 πολιτικές οργανώσεις και τις κεντρικές τους δομές σε πάνω από 50 χώρες στον Νότο. Τα προϊόντα τους πωλούνται σε χιλιάδες εξειδικευμένα καταστήματα, τα λεγόμενα Worldshops, σούπερ μάρκετ και πολλά άλλα σημεία πώλησης στον Βορρά και, όλο και περισσότερο σε εμπορικά καταστήματα στις αναπτυσσόμενες χώρες. Η πώληση προϊόντων πάντα συνοδευόταν από πληροφορίες για την παραγωγή, τους παραγωγούς και τις συνθήκες διαβίωσής τους.



Επομένως, το κίνημα του δίκαιου εμπορίου έχει διαδραματίσει πρωτοποριακό ρόλο στην ευαισθητοποίηση των ευρωπαϊών καταναλωτών ως προς τις κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές συνθήκες παραγωγής στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Τέλος, ενθαρρύνεται η δημιουργία ευρύτερων μορφών συνεργασίας όπως οι ομοσπονδίες και οι συνομοσπονδίες συνεταιρισμών, αλλά και διεθνών ενώσεων όπως το Μέτωπο Αλληλεγγύης των Μικροκαλλιεργητών Καφέ της Λατινικής Αμερικής, που συσπειρώνει 200.000 αγρότες. Σήμερα υπάρχει πλήθος οργανώσεων του «Δίκαιου Εμπορίου» (Max Havelaar, Artisans du Monde, Magasins du Monde, Oxfam, Solidar'Monde, Alter Eco, CTM-Cooperazione Terzo Mondo, Transfair, Welt-Laden) με περισσότερα από 3.000 καταστήματα, χιλιάδες εργαζόμενους και τρία σήματα πιστοποίησης (Fairtrade Mark, Transfair, Max Havelaar) τα οποία χορηγούνται από αξιόπιστους φορείς, με βάση αυστηρές προδιαγραφές. Αυτά τα σήματα έχουν κατορθώσει να γίνουν πολύ γνωστά στο ευρύ κοινό της Ευρώπης, των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας. Έτσι, πολλές μεγάλες ευρωπαϊκές αλυσίδες σουπερμάρκετ ενδιαφέρθηκαν να τα τοποθετήσουν στα ράφια τους (στη Γερμανία, ο αριθμός των καταστημάτων τους φτάνει τις 25.000). Ακόμα, πολλές γνωστές επιχειρήσεις όπως τα Body Shop προμηθεύονται πρώτες ύλες ακολουθώντας τους κανόνες του «Δίκαιου Εμπορίου».

Μερικοί αριθμοί μας δίνουν μια εικόνα για την επιτυχία του κλάδου: το 2004, ο τζίρος του Max Havelaar έφτασε τα 400 εκατομμύρια ευρώ (αυξημένος κατά 20% σε σχέση με το 2003). Ενώ το 1988 είχαν πωληθεί 1.380 τόνοι καφέ, το 2003 οι πωλήσεις έφτασαν τους 19.000 τόνους. Στην Ελβετία, το μερίδιο της αγοράς του «Δίκαιου Εμπορίου» φτάνει το 6% για τον καφέ, το 10% για το μέλι και το 50% για τις μπανάνες. Το «Δίκαιο Εμπόριο» έχει βελτιώσει τις συνθήκες ζωής 800.000 οικογενειών του Τρίτου Κόσμου. Τέλος, οι ετήσιες συνολικές πωλήσεις φτάνουν τα 2 δις. ευρώ στην Ευρώπη και τα 800 εκατομμύρια στις ΗΠΑ.

Αυτή η ραγδαία ανάπτυξη των δραστηριοτήτων του κλάδου στηρίχθηκε σε μεγάλο βαθμό στη χρηματοδότηση των τραπεζών και των αμοιβαίων κεφαλαίων της κοινωνικής οικονομίας. Μάλιστα, αυτή η επέκταση, σε συνδυασμό με τον κατακερματισμό του κλάδου, έκανε αναγκαία τη δημιουργία δικτύων, ομοσπονδιών και συντονιστικών οργάνων (όπως η EFTA), ενός πολύπλοκου και παράδοξου, αλλά αρκετά αποτελεσματικού σε τελική ανάλυση συστήματος. Πάντως, οι μεγαλύτερες οργανώσεις του κλάδου έχουν σταδιακά υποχρεωθεί να κινηθούν σε ένα νέο -καθαρά επαγγελματικό- πλαίσιο και να εγκαταλείψουν τον εθελοντικό χαρακτήρα που αποτέλεσε το κυρίαρχο χαρακτηριστικό τους. Φυσικά, η επιτυχία έχει και το τίμημα της, καθώς αποτέλεσε αφορμή και για οξύτατες κριτικές από όσους πιστεύουν ότι το «Δίκαιο Εμπόριο» «χάνει την ψυχή του». Οι περισσότερο ριζοσπαστικές οργανώσεις διαφώνησαν με τη διάθεση των προϊόντων του κλάδου από τα σουπερμάρκετ ή από επιχειρήσεις όπως τα Starbucks και τα McDonalds, επειδή με αυτόν τον τρόπο χάνεται η αμφίδρομη σχέση του παραγωγού του Νότου και του καταναλωτή του Βορρά, ενώ ταυτοχρόνως δίνεται ένα πολύτιμο άλλοθι σε επιχειρήσεις οι οποίες έχουν τεράστιες ευθύνες για το απάνθρωπο πρόσωπο του παγκόσμιου εμπορίου. Πιστεύουν δε πως εξακολουθούν να είναι επίκαιρες οι αρχικές ιδέες του κινήματος, δηλαδή, αφενός η επιδίωξη της δημιουργίας ενός δικτύου εναλλακτικού εμπορίου το οποίο θα είναι ανεξάρτητο από τις υπάρχουσες δομές του οικονομικού κατεστημένου και, αφετέρου, η προβολή ενός διαφορετικού μοντέλου κατανάλωσης.

Όσο για τους καταναλωτές απαντώντας θετικά στην ευαισθησία και στην ανθρωπιά δείχνουν να στηρίζουν απόλυτα τα προϊόντα που φέρουν κοινωνικά υπεύθυνες ετικέτες προωθώντας την κοινωνική ισότητα αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος.

Ο ιδανικός στόχος είναι να μη λειτουργεί το εμπόριο αυτό σαν φιλανθρωπία για τα φτωχά παιδάκια του κόσμου, για να επιβιώσουν άλλη μια μέρα, αλλά να τους μάθει με ποιον τρόπο δεν θα είναι πια τόσο φτωχά και ευάλωτα στη

σαρκοφάγο μηχανή χρήματος που λαδώνουμε ανελλιπώς με τις επιλογές και τον τρόπο ζωής μας. Και από την άλλη να μάθουμε και εμείς να είμαστε περισσότερο συνειδητοποιημένοι σαν καταναλωτές και να αναρωτιόμαστε ποιος, πού και σε τι συνθήκες έφτιαξε την πανάκριβη και πανέμορφη τσάντα μας ή την τέλεια σοκολάτα μας.

### **Προϊόντα Δίκαιου Εμπορίου<sup>10</sup>**

Η Fair Trade Hellas διαθέτει τρόφιμα, δώρα, είδη χειροτεχνημάτων, μικρά έπιπλα, ρούχα, καλλυντικά, ποτά, αναψυκτικά, καφέ, ζάχαρη, κακάο, κρασί.

Πιο συγκεκριμένα και ενδεικτικά σας δείχνουμε κάποια από αυτά στο παράρτημα.

### **4.4.3.ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ<sup>11</sup>**

Τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως αρχίζει και εξαπλώνεται η μόδα του fair trade (δίκαιο εμπόριο). Τα προϊόντα που φέρουν την σφραγίδα fair trade έχουν ένα μεγαλύτερο κόστος, αλλά όμως εξασφαλίζουν ένα δίκαιο ύπνο στον αγοραστή τους. Ο αγοραστής ενός τέτοιου προϊόντος παίρνει μία πιστοποίηση πως τα παραπάνω χρήματα που θα διαθέσει θα τα καρπωθούν οι φτωχοί αγρότες των αναπτυσσόμενων χωρών (Λατινική Αμερική, Αφρική, Νοτιοανατολική Ασία).

Τα προϊόντα που φέρουν αυτή τη σφραγίδα έχουν παραχθεί ή κατασκευαστεί από τους αδικημένους, από καλλιεργητές και εργάτες των αναπτυσσόμενων χωρών που στηρίζονται από αυτό το θεσμό καθώς τα παραπάνω χρήματα του κόστους αυτών των προϊόντων θα επενδυθούν σε οργανισμούς υπεύθυνους για

---

<sup>10</sup> Προϊόντα Δίκαιου Εμπορίου βλ παράρτημα σελ 61

<sup>11</sup> [http://www.shell.com/home/content/gr-el/society\\_environment/sustainable\\_development/grossaire\\_enjeux.html](http://www.shell.com/home/content/gr-el/society_environment/sustainable_development/grossaire_enjeux.html) (28/09/2007) βλ παράρτημα σελ. 78

τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας των εργαζομένων και για την οικονομική στήριξη αυτών των ανθρώπων.

Στην Ευρώπη υπάρχουν περισσότερα από 3000 καταστήματα και 70.000 σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων fair trade , που απασχολούν εκατοντάδες εργαζόμενους και σχεδόν 100.000 εθελοντές.

Τα πρώτα ίχνη του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ευρώπη χρονολογούνται από τα τέλη της δεκαετίας του 50, όταν η Oxfam UK άρχισε να πουλά χειροτεχνίες που έφτιαχναν Κινέζοι πρόσφυγες στα μαγαζιά της και το 1964 δημιούργησε τον πρώτο Οργανισμό δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου. Παράλληλα, πρωτοβουλίες γίνονταν και στην Ολλανδία, ενώ το 1967 ιδρύθηκε ο εισαγωγικός οργανισμός Fair Trade Organisatie.

Το δίκαιο εμπόριο συμβάλλει στην εκπλήρωση των δεσμεύσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως ορίζονται στο άρθρο 177 της Συνθήκης ΕΚ, σύμφωνα με το οποίο η πολιτική ανάπτυξης της ΕΕ θα ευνοήσει «τη σταθερή και διαρκή οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των αναπτυσσόμενων χωρών, και ιδιαιτέρως των πιο μειονεκτικών, - την αρμονική και προοδευτική ένταξη των αναπτυσσόμενων χωρών στη διεθνή οικονομία, - την καταπολέμηση της ένδειας στις αναπτυσσόμενες χώρες». Το δίκαιο εμπόριο έχει αναγνωριστεί επανειλημμένως από τα ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα ως βασικό εργαλείο για την αειφόρο ανάπτυξη και τη μείωση της φτώχειας.

Ένα ευρωπαϊκό πλαίσιο πολιτικής και η στήριξη του δίκαιου εμπορίου είναι άριστα εργαλεία για την εκπλήρωση των δεσμεύσεων αυτών και για την επίτευξη των αναπτυξιακών στόχων της Χιλιετίας.

Με την υπογραφή της συμφωνίας Κοτονού το 2000, η Ευρωπαϊκή Ένωση δεσμεύτηκε να υποστηρίξει το δίκαιο εμπόριο. Ωστόσο, η υφιστάμενη υποστήριξη του δίκαιου εμπορίου και των οργανώσεων δίκαιου εμπορίου είναι περιορισμένη και κατακερματισμένη. Οι νομικές υποχρεώσεις της Ευρωπαϊκής

Ένωσης εντοπίζονται στο άρθρο 23, στοιχείο ζ, και στην επίτομη συλλογή της συμφωνίας Κοτονού.

### **Οι υφιστάμενες μέθοδοι εμπορευματοποίησης των προϊόντων δίκαιου εμπορίου**

Τα προϊόντα δίκαιου εμπορίου εμπορευματοποιούνται με δύο διαφορετικές μεθόδους. Η παραδοσιακή ή ολοκληρωμένη μέθοδος είναι η μέθοδος σύμφωνα με την οποία τα προϊόντα (κυρίως χειροτεχνίες) παράγονται, εισάγονται ή/και διανέμονται από μια οργάνωση δίκαιου εμπορίου. Μια άλλη μέθοδος εμπορικής διάθεσης είναι μέσω των πρωτοβουλιών σήμανσης και πιστοποίησης δίκαιου εμπορίου. Στην περίπτωση αυτή, τα προϊόντα φέρουν το σήμα εξειδικευμένων υπηρεσιών πιστοποίησης δίκαιου εμπορίου, επιβεβαιώνοντας ότι οι αλυσίδες παραγωγής τους τηρούν τα πρότυπα δίκαιου εμπορίου. Οι εισαγωγείς και οι έμποροι μπορεί να είναι παραδοσιακές εμπορικές εταιρείες και τα δίκτυα διανομής μπορεί να είναι κανονικά καταστήματα λιανικής πώλησης.

### **Η ολοκληρωμένη μέθοδος**

Τα προϊόντα δίκαιου εμπορίου διατίθενται στους καταναλωτές μέσω οργανώσεων δίκαιου εμπορίου οι οποίες εντοπίζουν και προμηθεύονται προϊόντα απευθείας από μικρούς παραγωγούς και συνεταιρισμούς, τα οποία εισάγουν και διαθέτουν σε εξειδικευμένα καταστήματα όπως τα Worldshops. Όλες οι πτυχές των εμπορικών τους πράξεων βασίζονται στην ηθική του δίκαιου εμπορίου, και το κατά το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος της τελικής τιμής αποδίδεται στους παραγωγούς.

Σε πολλές περιπτώσεις τα κέρδη που επιτυγχάνονται διατίθενται για αναπτυξιακούς σκοπούς. Η πλειοψηφία των προϊόντων που διατίθενται μέσω

των Worldshops δεν φέρουν τέτοια σήμανση, η αγορά πραγματοποιείται με βάση την εμπιστοσύνη. Οι εμπορικές ονομασίες ή το σήμα δίκαιου εμπορίου των οργανώσεων αυτών αποτελούν από μόνα τους σημεία προς τους καταναλωτές ότι τα προϊόντα και οι επιχειρηματικές πρακτικές είναι σύμφωνες με τις αρχές του δίκαιου εμπορίου.

Οι περισσότερες οργανώσεις δίκαιου εμπορίου και οι οργανώσεις παραγωγών είναι μέλη της IFAT (International Federation for Alternative Trade - Διεθνής Ομοσπονδία Εναλλακτικού Εμπορίου). Η χρήση ενός σήματος οργάνωσης δίκαιου εμπορίου (Fair Trade Organisation - FTO) χορηγείται σε μια οργάνωση δίκαιου εμπορίου η οποία έχει ικανοποιήσει επιτυχώς τις απαιτήσεις του συστήματος προτύπων και παρακολούθησης IFAT.

### **Η μέθοδος της σήμανσης δίκαιου εμπορίου**

Με αυτήν τη μέθοδο, εθνικές πρωτοβουλίες σήμανσης παρακολουθούν τη συμμόρφωση προς τα πρότυπα δίκαιου εμπορίου των παραγωγών ή εμπόρων σε σχέση με ένα σύνολο διεθνών εναρμονισμένων προτύπων. Όλες αυτές οι οργανώσεις είναι μέλη της FLO (Fairtrade Labelling Organisations International – Διεθνής Οργάνωση Σήμανσης Δίκαιου Εμπορίου), της οργάνωσης ανάπτυξης προτύπων και πιστοποίησης δίκαιου εμπορίου. Τα διεθνή πρότυπα δίκαιου εμπορίου αναπτύσσονται και αναθεωρούνται τακτικά και παρακολουθούνται από ανεξάρτητους φορείς.

Το κίνημα του δίκαιου εμπορίου οργανώνεται σε τέσσερις διεθνείς ενώσεις:

Η **IFAT** (International Federation for Alternative Trade – Διεθνής Ομοσπονδία Εναλλακτικού Εμπορίου) είναι το παγκόσμιο δίκτυο οργανώσεων δίκαιου εμπορίου, με 270 μέλη σε 61 χώρες. Τα μέλη είναι παραγωγοί, εξαγωγείς, εισαγωγείς και λιανοπωλητές οι οποίοι πιστεύουν ότι το εμπόριο θα πρέπει να βελτιώνει τη ζωή των περιθωριοποιημένων ατόμων χωρίς να βλάπτει τον πλανήτη.

Η **FLO**, (Fairtrade Labelling Organizations International – Διεθνής Οργάνωση Σήμανσης Δίκαιου Εμπορίου) είναι ο παγκόσμιος φορέας ανάπτυξης προτύπων και πιστοποίησης δίκαιου εμπορίου. Η FLO αποτελείται από δύο οργανώσεις, την πολυμερή FLO e.V. η οποία αναπτύσσει και αναθεωρεί πρότυπα και την FLO Certification Ltd η οποία διασφαλίζει την εκπλήρωση των προτύπων αυτών. Η FLO παρέχει επίσης την κεντρική ένωση για είκοσι εθνικές πρωτοβουλίες σήμανσης σε 15 ευρωπαϊκές πόλεις, την Ιαπωνία, τις ΗΠΑ, τον Καναδά, το Μεξικό, την Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία.

Η **EFTA**<sup>12</sup>, (European Fair Trade Association – Ευρωπαϊκή Ένωση Δίκαιου Εμπορίου), ανήκει στη διεθνή ένωση μαζί με τα ένδεκα μέλη της σε εννέα ευρωπαϊκές χώρες, τα οποία είναι σημαντικοί εισαγωγείς δίκαιου εμπορίου. Στόχος της EFTA είναι να στηρίξει τις οργανώσεις-μέλη της στο έργο τους και να τις ενθαρρύνει να συνεργάζονται και να συντονίζονται.

Το **NEWS!** (Network of European World Shops – Δίκτυο Ευρωπαϊκών Παγκοσμίων Καταστημάτων) είναι επίσης μέλος της διεθνούς ένωσης. Είναι το κεντρικό δίκτυο 15 εθνικών ενώσεων Worldshop σε 13 χώρες στην Ευρώπη. Μεταξύ τους έχουν 2.500 Worldshops ως μέλη, τα οποία διευθύνονται από περισσότερους από 100.000 εθελοντές και περισσότερους από εκατό υπαλλήλους, πωλώντας προϊόντα δίκαιου εμπορίου και πραγματοποιώντας εκστρατείες για ένα δικαιότερο παγκόσμιο σύστημα εμπορίου.

---

<sup>12</sup> Μέλη και διευθύνσεις του EFTA βλ παράρτημα σελ. 73

## **Ο αντίκτυπος του δίκαιου εμπορίου**

Ο αντίκτυπος του δίκαιου εμπορίου έχει μελετηθεί με πολλούς και διάφορους τρόπους, π.χ. μετρώντας τα οικονομικά και χρηματοδοτικά οφέλη των παραγωγών, αξιολογώντας τον αντίκτυπο στις γυναίκες, μελετώντας τον έμμεσο αντίκτυπο και τα δευτερογενή αποτελέσματα στις κοινότητες κλπ. Οι οργανώσεις δίκαιου εμπορίου παρακολουθούν τακτικά τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους: Η IFAT απαιτεί από όλες τις οργανώσεις που είναι μέλη της να αναφέρουν τα επιτεύγματά τους σε σχέση με τα πρότυπα δίκαιου εμπορίου ανά δύο έτη και ορίζει στόχους για περαιτέρω βελτιώσεις. Η FLO διεξάγει ετήσιες επιθεωρήσεις παραγωγών επί των μητρών τους και ελέγχει τις ροές συναλλαγών. Επιπλέον, υπάρχει μια σειρά ανεξάρτητων μελετών του αντίκτυπου, οι οποίες διεξάγονται από ερευνητικά κέντρα, κυβερνητικούς φορείς και πανεπιστήμια.

Τα χρηματοδοτικά και οικονομικά οφέλη του δίκαιου εμπορίου μπορούν να μετρηθούν σχετικά εύκολα: Το 2003, τα επιπλέον οφέλη για τους παραγωγούς καφέ<sup>13</sup>, παραδείγματος χάρη, λαμβάνοντας την τιμή της διεθνούς αγοράς όπως ορίστηκε για την ποικιλία Arabica από το χρηματιστήριο αξιών της Νέας Υόρκης και για την ποικιλία Robusta από το χρηματιστήριο αξιών του Λονδίνου, σε σύγκριση με την ελάχιστη τιμή και πριμοδότηση δίκαιου εμπορίου, ανέρχονταν σε πάνω από 23 εκατομμύρια ευρώ.

Ωστόσο, οι έρευνες έχουν δείξει ότι ο αντίκτυπος είναι ακόμα πιο σημαντικός στους μη οικονομικούς τομείς, όπως η ενδυνάμωση των παραγωγών μέσω ανάπτυξης ικανοτήτων και τεχνικής βοήθειας, η ασφάλεια του εισοδήματος, απευθείας συναλλαγές και η παροχή πιστώσεων κλπ. Σε πολλές μελέτες διαπιστώθηκε επίσης ένα βελτιωμένο επίπεδο εκπαίδευσης, η διατήρηση των ιθαγενών πολιτισμών και άλλα κοινωνικά οφέλη.

---

<sup>13</sup> Διάγραμμα πωλήσεων προϊόντων Δίκαιου Εμπορίου 2003 βλ. παράρτημα σελ. 77



Εκτός από αυτές τις άμεσες επιδράσεις, υπάρχει ένα ευρύ φάσμα δευτερογενών αποτελεσμάτων και έμμεσων επιδράσεων σε παραγωγούς μη δίκαιου εμπορίου. Η παρουσία μεσαζόντων δίκαιου εμπορίου μπορεί να επιφέρει αλλαγές στον υπολογισμό των πρακτικών και την πληροφόρηση για τις τιμές, η οποία τελικά ωφελεί όλους τους παραγωγούς του τομέα. Η οργάνωση παραγωγών βοηθά στην κατάργηση των μονοπωλίων σε ότι αφορά τις τιμές και τις μεταφορές.

Οι φορείς που διεξήγαγαν αξιολογήσεις επιπτώσεων δίκαιου εμπορίου είναι το DFID (Υπουργείο διεθνούς ανάπτυξης του Ηνωμένου Βασιλείου), το πανεπιστήμιο Colorado State University, το πανεπιστήμιο Sussex University, η Παγκόσμια Τράπεζα, το διεθνές ινστιτούτο για το περιβάλλον και την ανάπτυξη (International Institute for Environment and Development) κλπ. Πληροφορίες για τον αντίκτυπο του δίκαιου εμπορίου βρίσκονται στο βιβλίο «Fair Trade: Market-driven Ethical Consumption» των Nicholls and Opal, εκδόσεις SAGE, 2005, στους ιστοτόπους [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net) και [www.fairtraderesource.org](http://www.fairtraderesource.org)

## **Δίκαιο Εμπόριο: Ένα μοντέλο για την ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ).<sup>14</sup>**

Μία νέα έρευνα που δημοσιεύθηκε από το επιχειρηματικό δίκτυο CSR Europe, δείχνει ότι οι συμμετέχοντες σε αυτή περιμένουν από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (WTO), τη θέσπιση διεθνών προτύπων που να αφορούν στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές πλευρές του διεθνούς εμπορίου. Τέσσερις στους δέκα συμμετέχοντες στην έρευνα, διατυπώνουν την άποψη ότι ο ΠΟΕ θα πρέπει να ηγηθεί στις συζητήσεις που αφορούν στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές προσπάθειες σε σχέση με το χώρο του εμπορίου.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα προτίμησαν την παραπάνω προσέγγιση σε σχέση με αυτή που θέλει τις επιχειρήσεις να θέτουν τα πρότυπα μόνες τους (μόνο 4% των ερωτηθέντων εκτιμά ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να αναλάβουν έναν τέτοιο ρόλο). Οι ερωτώμενοι έδειξαν έντονη προτίμηση για το «δίκαιο εμπόριο» καθώς και την παροχή εγγύησης προς τους προμηθευτές, όπως είναι, για παράδειγμα, η εξασφάλιση ενός minimum εισοδήματος ανεξάρτητα από τις τιμές των προϊόντων σε παγκόσμιο επίπεδο στους καλλιεργητές καφέ στον αναπτυσσόμενο κόσμο. Σχεδόν 8 στους 10 που ερωτήθηκαν, αισθάνονται ότι οι πολυεθνικοί οργανισμοί πρέπει να υποστηρίξουν αυτό το μοντέλο, παρέχοντας στους προμηθευτές τους κάποια αμοιβή ικανή να εξασφαλίσει ένα επίπεδο διαβίωσης ακόμη και όταν η πίεση των αγορών ωθεί τις τιμές σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, 57% υποστηρίζει ότι θα ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για ένα ηθικό προϊόν, ενώ 28% έχει ήδη αγοράσει τέτοιου τύπου προϊόντα.

Τις τελευταίες δεκαετίες, οι επιχειρήσεις έχουν αυξήσει σημαντικά την παρουσία τους στο διεθνές εμπόριο και τις επενδύσεις. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις διαπιστώνουν τον κοινωνικό και

---

<sup>14</sup> Αντίγραφο ιστοσελίδας Βλ: παράρτημα σελ. 65

περιβαλλοντικό αντίκτυπο αυτών των δραστηριοτήτων τους και αναπτύσσουν δραστηριότητες και πολιτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, εκτιμώντας ότι οι καταναλωτές θα αναγνωρίσουν τη σημασία των πρωτοβουλιών τους. Το Δίκαιο Εμπόριο είναι η εμπορική συνεργασία που βασίζεται στο διάλογο, τη διαφάνεια και το σεβασμό που προσβλέπει σε μεγαλύτερη ισότητα στο διεθνές εμπόριο. Συνεισφέρει στη βιώσιμη ανάπτυξη μέσα από την παροχή καλύτερων εμπορικών συνθηκών αλλά και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων των περιθωριοποιημένων παραγωγών και εργαζομένων ειδικά στο Νότο.

Οι δίκαιες εμπορικές οργανώσεις (βασισμένες στους καταναλωτές) δεσμεύονται για την υποστήριξη των παραγωγών αλλά και την αύξηση της ευαισθητοποίησης καθώς και την αλλαγή των κανόνων και των πρακτικών του διεθνούς εμπορίου. Το δίκαιο εμπόριο αναπτύσσεται ταχύτατα, τόσο ως προς το μέγεθος, όσο και ως προς τον αντίκτυπό του στις αγορές. Σήμερα υπάρχουν περισσότεροι από 800.000 μικρής κλίμακας παραγωγοί που εργάζονται σε σχεδόν 3.000 οργανώσεις παράγοντας «δίκαια» εμπορικά αγαθά. Το 2002, τα ευρωπαϊκά δίκαια μέλη εμπορικής ένωσης είχαν κύκλο εργασιών που άγγιζε τα 150 εκατ. ευρώ, ενώ το 2002, οι πωλήσεις του δίκαιου εμπορίου αυξήθηκαν κατά 22% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και το δίκαιο εμπόριο έχουν κοινά σημεία ως προς την επιδίωξη βελτίωσης του περιβαλλοντικού και κοινωνικού αντίκτυπου των επιχειρηματικών δράσεων. Ωστόσο, υπάρχουν και σημαντικές διαφορές μεταξύ των δύο προσεγγίσεων. Για παράδειγμα, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στηρίζεται στην ισχύ που της δίνει (κυρίως μέσα από το καταναλωτικό κίνημα) η συμμόρφωση των επιχειρήσεων με τα διεθνή πρότυπα, χωρίς ωστόσο, να εστιάζει σε τοπικές διαβουλεύσεις. Αντίθετα, το δίκαιο εμπόριο αναπτύσσει πρότυπα μέσω της συνεργασίας με τους προμηθευτές και τα περιλαμβάνει στον έλεγχο του αντίκτυπου. Η ΕΚΕ έχει σαν στόχο την παροχή βοήθειας στις επιχειρήσεις προκειμένου να συμμορφωθούν εθελοντικά με τους ήδη συμφωνηθέντες και αποδεκτούς κανόνες (Παγκόσμια Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων των Η.Ε.), μερικοί από τους οποίους συνεχίζουν να

παραβιάζονται. Επίσης, η ΕΚΕ μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη μεγαλύτερη περιθωριοποίηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όταν εμπλέκει αιτήματα περισσότερο ρητορικά και μακριά από τις τοπικές συζητήσεις και ανάγκες, καθώς οι μικροί παραγωγοί μπορεί να «βγουν εκτός συστήματος» καθώς αποτελούν «ρίσκο» και δεν μπορούν να «συμμορφωθούν» με τα πρότυπα που τίθενται. Το γεγονός αυτό μπορεί να επιδράσει αυξάνοντας τη φτώχεια σε τοπικό επίπεδο.

Για το λόγο αυτό, το δίκαιο εμπόριο μπορεί να συμβάλει θετικά στην ανάπτυξη νέων πρακτικών γύρω από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που θα επικεντρώνουν σε θετικά οφέλη βιώσιμων επιχειρηματικών πρακτικών. Η επιτυχία του δίκαιου εμπορίου έγκειται στο συνδυασμό του κέρδους και της οικονομικής αποτελεσματικότητας με τους στόχους της διεθνούς ανάπτυξης καθιστώντας το αξιόλογο μοντέλο για την ανάπτυξη της σκέψης γύρω από μια Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη λιγότερο ρητορική και περισσότερο αποτελεσματική.

## **Δίκαιο Εμπόριο και ανάπτυξη των αγορών<sup>15</sup>**

Στην παγκόσμια Διάσκεψη του Johannesburg γύρω από την βιώσιμη Ανάπτυξη, (WSSD), η οποία πραγματοποιήθηκε το Σεπτέμβριο του 2002 οι σημαντικότερες επιχειρήσεις συμφώνησαν σε μέτρα προώθησης της βιώσιμης παγκοσμιοποίησης. Η παραπάνω δέσμευση υποστηρίζει το εμπόριο που παράγει περιβαλλοντικά φιλικά και οργανικά προϊόντα, την αξιολόγηση της διασύνδεσης εμπορίου, περιβάλλοντος και ανάπτυξης, την ενδυνάμωση της διεθνούς δράσης για την υποστήριξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αλλά και των εμπορικών συμφωνιών και συμφωνιών συνεργασίας που περιλαμβάνουν όρους που προωθούν την βιώσιμη ανάπτυξη.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή καθόρισε ως στόχο το βιώσιμο εμπόριο το οποίο εξ ορισμού σημαίνει και ηθικό ή δίκαιο επιχειρείν. Η Επιτροπή αναζητά τρόπους για να προωθήσει αποτελεσματικά επιχειρηματικές προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση ενώ ταυτόχρονα είναι ιδιαίτερα σημαντικό να αποφευχθεί η δημιουργία απορρύθμισης στις αγορές καθώς η ίδια αγορά θα πρέπει να συνεχίσει να υφίσταται πίσω από τον όρο «δίκαιο εμπόριο». Παρόμοια, οι περιορισμοί στο εμπόριο που αφορούν στις διεθνείς δεσμεύσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ιδιαίτερα αυτές που αφορούν στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου θα πρέπει να αρθούν. Πώς μπορεί όμως η Ευρώπη να διευρύνει τις γνώσεις και κατά συνέπεια την εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε προϊόντα που φέρουν την ετικέτα «βιώσιμο εμπόριο», «δίκαιο» ή «ηθικό» επιχειρείν;

Πίσω από την ιδέα αυτή κρύβεται ένα σύστημα πιστοποίησης για branding σχετικό με το «δίκαιο εμπόριο» το οποίο απαντά σε βασικά κριτήρια όπως η διαφάνεια γύρω από τον τρόπο ανάπτυξης και εφαρμογής των προϊόντων. Η Επιτροπή δηλώνει έτοιμη να υποστηρίξει πρωτοβουλίες υποστήριξης καινοτομικών μη κυβερνητικών πρωτοβουλιών που θα βοηθήσουν και θα

---

<sup>15</sup> Αντίγραφο ιστοσελίδας Βλ: παράρτημα σελ 67

υποστηρίζουν την βιώσιμη παραγωγή αγαθών με στόχο την ανάπτυξη των εξαγωγών των χωρών σε βιώσιμα προϊόντα.

Πρόσφατο παράδειγμα επιχειρηματικών πρωτοβουλιών αποτελεί η Kraft Foods η οποία ανακοίνωσε μία νέα συνεργασία με την μη κυβερνητική οργάνωση Rainforest Alliance με την οποία δεσμεύεται να υποστηρίξει την ανάπτυξη συνεχούς παραγωγής καφέ στο Μεξικό, την Κολομβία, τη Βραζιλία και την Κεντρική Αμερική. Σύμφωνα με την συμφωνία η Kraft Foods θα χρηματοδοτήσει την παροχή τεχνικής βοήθειας και εκπαίδευσης σχετικά με την βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και εργασίας στους παραγωγούς καφέ των παραπάνω χωρών και θα προμηθευτεί σημαντικές ποσότητες καφέ που φέρει την πιστοποίηση του «βιώσιμου καφέ», ο οποίος θα αναμειγνύεται με τα συνήθη brands της στην Ευρώπη. Ο καφές αυτός θα προέρχεται από παραγωγούς στην Λατινική Αμερική που ελέγχθηκαν από την Rainforest Alliance και άλλα μέλη του Sustainable Agriculture Network. Το πόσο σημαντικές είναι τέτοιες προσπάθειες καταγράφεται στο παράδειγμα που ακολουθεί: τα γραφεία του ομίλου Citigroup στις ΗΠΑ ανακοίνωσαν ότι θα χρησιμοποιούν καφέ 100% πιστοποιημένο από τη Rainforest Alliance. Η εταιρεία δίνει έμφαση στο γεγονός ότι η νέα εταιρική σχέση θα ενισχύσει άμεσα τους παραγωγούς καφέ στη Λατινική Αμερική που συνεργάζονται με τη Rainforest Alliance και πιστοποιούνται από αυτή.

Το δίκαιο εμπόριο έχει ως στόχο να εξασφαλίσει ένα αξιοπρεπές εισόδημα στους παραγωγούς δημιουργώντας τις απαραίτητες συνθήκες που θα επιτρέψουν τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους. Προκειμένου να εξασφαλιστούν αυτές οι συνθήκες, το δίκαιο εμπόριο διέπεται από αυστηρούς κανόνες που δεσμεύουν όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

Οι φορείς που υποστηρίζουν το δίκαιο εμπόριο επιλέγουν να βοηθήσουν συνεταιρισμούς λιγότερο ευνοούμενων μικροπαραγωγών στις αναδυόμενες χώρες. Για να πληρούνται τα κριτήρια επιλογής, αυτοί οι συνεταιρισμοί πρέπει

να διοικούνται με δημοκρατικό τρόπο. Μέσω του δίκαιου εμπορίου, πωλούν τα προϊόντα τους σε καλύτερες τιμές, κάτι που είναι δυνατό κυρίως λόγω του περιορισμού των μεσαζόντων στην εμπορική συναλλαγή, και είναι λιγότερο εκτεθειμένοι στις διακυμάνσεις της αγοράς. Παράλληλα, η σύναψη μακροπρόθεσμης εμπορικής σχέσης τους επιτρέπει να προγραμματίσουν τη σοδειά τους. Μέσω της προπληρωμής ενός μέρους των προϊόντων, ή ακόμη και με τη χορήγηση δανείου με ευνοϊκούς όρους, αποφεύγεται ο δανεισμός από τους τοκογλύφους. Οι πριμοδοτήσεις διευκολύνουν την τοπική ανάπτυξη μέσω συλλογικών επενδύσεων οικονομικού και κοινωνικού χαρακτήρα. Τέλος, οι φορείς που υποστηρίζουν το δίκαιο εμπόριο ενθαρρύνουν τους παραγωγούς να υιοθετήσουν μεθόδους καλλιέργειας φιλικές προς το περιβάλλον, όπως είναι η βιολογική γεωργία. Το δίκαιο εμπόριο σε παγκόσμια κλίμακα είναι εξαιρετικά περιορισμένης εμβέλειας (λιγότερο από το 1% των διεθνών συναλλαγών).

## **Προς ένα δικαιότερο παγκόσμιο εμπορικό σύστημα<sup>16</sup>**

### **Μια προοπτική δίκαιου εμπορίου.**

#### Γενικές αρχές

1. Το δίκαιο εμπόριο έχει δείξει ότι μπορεί να μειώσει την φτώχεια υπό ορισμένες προϋποθέσεις. Οι περισσότερες εταιρείες συνεχίζουν να αγνοούν την δυναμική τους.
2. Το ελεύθερο εμπόριο χρειάζεται να είναι δίκαιο ώστε να αποτελεί βιώσιμη πραγματικότητα. Η βεβιασμένη φιλελευθεροποίηση καταστρέφει τους φτωχούς, οι αναπτυσσόμενες χώρες πρέπει να έχουν το δικαίωμα να προστατεύουν τις εσωτερικές ευμετάβλητες αγορές.

---

<sup>16</sup> Ξένη βιβλιογραφία Βλ: παράρτημα σελ 69

3. Η αποτελεσματική αξιολόγηση δυναμικής απαιτείται πριν από οποιαδήποτε υπογραφή συμφωνίας, η τρέχουσα είναι αδύναμη. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στις αναπτυσσόμενες χώρες πρέπει να δραστηριοποιηθούν ενεργά.

#### Ειδικές αρχές

1. Η προοπτική των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ζωτικής σημασίας στο να κάνουν ουσιώδες το εμπόριο αλλά αυτή η προοπτική απουσιάζει από τον παγκόσμιο οργανισμό εμπορίου.
2. Η προσοχή του παγκοσμίου οργανισμού εμπορίου στην διαδικασία του εμπορίου είναι πολύ απλοϊκή, αυτό που χρειάζεται είναι μια ουσιαστική στρατηγική για την δημιουργία δυναμικών αγορών στις αναπτυσσόμενες χώρες.
3. Απαιτείται μεγαλύτερη ικανότητα πολιτικών μεταρρυθμίσεων στις αναπτυσσόμενες χώρες, αυτό πρέπει να περιλαμβάνει την φωνή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και την αναγνώριση αδυναμίας διαπραγματεύσεων των κυβερνήσεων των χωρών αυτών.
4. Η ανεκτικότητα του παγκοσμίου οργανισμού εμπορίου δεν θα πρέπει να είναι μεγάλη μέχρι αυτά τα προβλήματα να διευθετηθούν.

Ο IFAT είναι το διεθνές δίκτυο των οργανισμών δίκαιου εμπορίου και τα μέλη του έχουν μια μοναδική προοπτική καθώς και οι δύο (οντότητες και συνασπισμοί) εμπορεύονται με στόχο την κοινωνική δικαιοσύνη. Τα μέλη του IFAT αποτελούνται από 111 ομάδες παραγωγών, οργανισμούς εξαγωγικού μάρκετινγκ και μάρκες σε 35 χώρες της Λατινικής Αμερικής, Αφρικής και Ασίας. Περιλαμβάνει επίσης 15 οργανισμούς Δίκαιου Εμπορίου σε ΗΠΑ, Καναδά, Αυστρία, Νέα Ζηλανδία και Ιαπωνία. Στην Ευρώπη περιλαμβάνει



3000 world shops που πρόσκεινται στον NEWS! και 53 οργανισμούς Δίκαιου Εμπορίου σε 11 ευρωπαϊκές χώρες συμπεριλαμβανομένου του ΕΕΤΑ.

#### **4.4.4. Το Δίκαιο Εμπόριο στην Ελλάδα<sup>17</sup>**

Τα πρώτα βήματα για την προώθηση του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου παρατηρούνται έστω και αργοπορημένα το τελευταίο διάστημα στη χώρα μας. Σήμερα, δύο πρωτοβουλίες, ο «**σπόρος**» και το «**altro mercato**» στηρίζουν αυτήν τη προσπάθεια και έχουν ως σκοπό να προβάλλουν ένα διαφορετικό μοντέλο εμπορίας και οικονομίας.

##### **Ο «σπόρος»**

Το ένα από τα δύο εγχειρήματα που πραγματοποιούνται αυτήν τη στιγμή στην Ελλάδα για την εξάπλωση του εναλλακτικού εμπορίου είναι ο σπόρος. Ένας συνεταιρισμός μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ο οποίος δημιουργήθηκε το φθινόπωρο του 2004 και έχει καταφέρει να έχει πρόσβαση σε προϊόντα οργανωμένων παραγωγών του παγκόσμιου νότου που αγωνίζονται να απεξαρτηθούν από τους τοπικούς μεσάζοντες και τις μεγάλες εταιρείες. Έτσι ο «σπόρος» εμπορεύεται: Καφέ από τους ζαπατίστικους συνεταιρισμούς της Τσιάπας του Μεξικού, κακάο από την κοοπερατίβα el ceibo της Βολιβίας, μάτε από το «κίνημα των χωρίς γη» της Βραζιλίας, τσάι από το κίνημα των adivasi και άλλους παραγωγούς της Ινδίας, ζάχαρη από συνεταιρισμούς στο Εκουαδόρ. Βασική έμπνευση και κορμό της δραστηριότητας του «σπόρου» αποτελεί ο καφές από τους ζαπατίστικους συνεταιρισμούς της Τσιάπας, ο οποίος είναι και εξαιρετικής ποιότητας.

---

17

<http://www.paseges.gr/dynamic/contentLoader/showcontentObject.jsf?contentObjectId=ce460656-930e-4bc8-bob3-adf838749748&topicId=72949883-5c44-4307-9406-40972e3edb63> (28/09/2007)  
βλ παράρτημα σελ 78

Ο «σπόρος» αποτελείται από ένα δίκτυο ανθρώπων που αγωνίζονται συλλογικά και λειτουργούν με βάση τον εθελοντισμό και την αλληλεγγύη. Συζητούν, προβληματίζονται και παίρνουν τις αποφάσεις από κοινού με συναίνεση, επιδιώκοντας να γίνεται αυτό όσο το δυνατό πιο ισότιμα, χωρίς επίσημες ιεραρχίες. Όλοι αυτοί οι άνθρωποι κάνουν μια προσπάθεια που αποσκοπεί στο κοινωνικό και όχι στο προσωπικό κέρδος.

Βασικός στόχος του «σπόρου» είναι να περάσει μια άλλη αντίληψη στον κόσμο για τις εμπορικές σχέσεις. «Ένα δίκτυο ανταλλαγής και διάδοσης προϊόντων και ιδεών των οποίων η αξία δεν αποτιμάται σε χρήμα και οι λέξεις αλληλεγγύη, ισοτιμία, εμπιστοσύνη, συμμετοχή δοκιμάζονται στην πράξη και διαχέονται στην κοινωνία σαν έμπρακτα παραδείγματα» όπως λένε χαρακτηριστικά.

Στις προτεραιότητες της οργάνωσης είναι να δημιουργήσει «ένα εναλλακτικό παζάρι που βάση του θα είναι η ανταλλαγή προϊόντων, ένα δίκτυο καταναλωτών όπου θα έχουν άμεση πρόσβαση στους παραγωγούς και τα προϊόντα τους». Οι διαφορετικές δομές βέβαια απαιτούν την ενεργή συμμετοχή όλων (παραγωγών-καταναλωτών-διακινητών), καθώς και την αλλαγή αντιλήψεων για την κατανάλωση και τα προϊόντα. Η επανεξέταση των προσωπικών αναγκών με κοινωνικά κριτήρια αποτελεί βασική προτεραιότητα για τα μέλη του «σπόρου».

Απώτερος σκοπός του «σπόρου» όπως χαρακτηριστικά λένε «είναι να βγάλει ρίζες, να μεγαλώσει και γιατί όχι να φυτρώσει και αλλού». Άλλωστε η χαρά της ελεύθερης συνεργασίας και της συλλογικής δημιουργίας καθώς και η ανταπόκριση που δείχνει ο κόσμος σε αυτό το εγχείρημα δείχνουν το δρόμο για την εξάπλωση αυτής της φιλοσοφίας.

Σύμφωνα με τους ανθρώπους του «οι εμπορικές σχέσεις δεν καθορίζονται «εκ φύσεως» από το κέρδος των λίγων αλλά αντιθέτως μπορούν να παραμείνουν ανθρώπινες ικανοποιώντας πραγματικές ανάγκες. Στη θέση του κέρδους

μπορούν να μπουν ένα πλήθος στόχων όπως: η αυτονομία και η αξιοπρεπής διαβίωση του παραγωγού, η βιωσιμότητα της δομής διακίνησης, η ποιότητα και η προσιτή τιμή για το χρήστη, η διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος».

### **Το «altro merkato»**

Μια άλλη προσπάθεια που γίνεται για την εξάπλωση του δίκαιου εμπορίου στη χώρα μας ακούει στο όνομα altro merkato. Το altro merkato είναι ένα κατάστημα που δημιουργήθηκε το προηγούμενο Μάρτη από ανθρώπους της οργάνωσης fair trade hellas. Η οργάνωση αυτή δημιουργήθηκε πριν από δύο χρόνια και οφείλεται σε μια Ιταλίδα που ήρθε στην Ελλάδα για προσωπικούς λόγους και είχε την αγάπη για τη διάδοση αυτής της ιδέας.

Συμπαραστάτες της στάθηκαν αρκετοί εθελοντές που βοήθησαν σε πολλούς τομείς: στην οργάνωση, στην επικοινωνία, στα προϊόντα, στη δημιουργία του altro merkato. Η Fair Trade Ελλάς λειτουργεί σε συνεργασία με την ιταλική οργάνωση CTM Altromercato.

Το κατάστημα διαθέτει τρόφιμα, δώρα, είδη χειροτεχνημάτων, μικρά έπιπλα, ρούχα, καλλυντικά, ποτά, αναψυκτικά, καφέ, ζάχαρη, κακάο, κρασί<sup>18</sup>. Το altro merkato λειτουργεί κυρίως από άτομα που δρουν εθελοντικά και υποστηρικτικά για την ιδέα τους. Παρόλα αυτά υπάρχουν και δύο άτομα στο μαγαζί που αμείβονται κανονικά.

Το εγχείρημα αυτό δείχνει να βρίσκεται σε καλό δρόμο καθώς ο κόσμος ενδιαφέρεται για αυτό ολοένα και περισσότερο. «Ο κόσμος που έρχεται σε επαφή με το μαγαζί είναι όλων των ηλικιών, όλων των κοινωνικών τάξεων και όλων των κομμάτων» μας λέει εθελοντής του καταστήματος και συνεχίζει: «Υπάρχουν οι πολύ ευαισθητοποιημένοι οι οποίοι ξέρουν πολύ καλά γιατί

---

<sup>18</sup> Εφημερίδα ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ τεύχος 231 σελ. 7 'Αλληλέγγυο εμπόριο στη Θεσσαλονίκη' (28/09/2007) βλ. παράρτημα σελ. 88

στηρίζουν αυτή τη προσπάθεια, άνθρωποι που απλώς έχουν ακούσει κάτι, αλλά και ανυποψίαστοι που μπορεί να περνούν τυχαία από το μαγαζί».

Σύμφωνα με τον συγκεκριμένο εθελοντή στο μαγαζί οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν για να κερδίσουν τον κόσμο είναι αρκετές. Το πιο δύσκολο κομμάτι είναι ότι καλείσαι να μιλήσεις για κάτι νέο για το οποίο οι περισσότεροι δεν έχουν καθόλου γνώσεις. Είναι σημαντικό να δώσεις μια ουσιαστική διάσταση για το πως βοηθάς μια μικρή ομάδα παραγωγών αγοράζοντας π.χ. καλλυντικά από την Αφρική.

Στόχος του *altro mercato* είναι η δημιουργία ενός δικτύου καταστημάτων δίκαιου εμπορίου και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας. Βέβαια αυτό είναι πολύ δύσκολο καθώς μιλάμε για μη κερδοσκοπικές εταιρίες. Πρέπει στις άλλες πόλεις να υπάρχουν εθελοντές, κατάλληλες συνθήκες, χαμηλά ενοίκια. Σκοπός της οργάνωσης είναι ακόμα να επικοινωνήσει με τον κόσμο για να μάθει τι ακριβώς είναι το *fair trade*. Χαρακτηριστικό είναι ότι έχει υπάρξει σχεδιασμός προγράμματος ενημέρωσης που θα «τρέχει» στα σχολεία.

Οι άνθρωποι του *altro mercato* είναι αισιόδοξοι για το κίνημα του δίκαιου εμπορίου και πιστεύουν ότι «αν θες να αλλάξεις τον κόσμο πρέπει να ξεκινήσεις από κάπου προσφέροντας ότι μπορείς».

## **FAIR – TRADE ΕΛΛΑΣ<sup>19</sup>**

Η Fair Trade Ελλάς είναι μια μη κερδοσκοπική, μη κυβερνητική οργάνωση, που ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2004 με στόχο τη διάδοση του κινήματος του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα και την εκπαίδευση ενσυνείδητων και υπεύθυνων καταναλωτών.

Προωθεί πιστοποιημένα προϊόντα fair trade στην ελληνική αγορά μέσα από τη λειτουργία μη κερδοσκοπικών καταστημάτων και τη συμμετοχή μας σε σχετικές εκθέσεις και φεστιβάλ, αναπτύσσει δράσεις ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης της κοινής γνώμης και εκπαιδευτικά προγράμματα στα σχολεία, ενώ συμμετέχει και σε αναπτυξιακές συνεργασίες με στόχο την τοπική ανάπτυξη και την επιμόρφωση παραγωγών σε αναπτυσσόμενες χώρες.

Από το Μάρτιο του 2006 αρχίζει να δραστηριοποιείται το μη κερδοσκοπικό κατάστημα Altromercato στην Αθήνα όπως επίσης και πρόσφατα στην Θεσσαλονίκη με την υποστήριξη δεκάδων εθελοντών.

Η Fair Trade Hellas από το 2005 έγινε το ελληνικό μέλος του διεθνούς συνεταιρισμού CTM Altromercato, ενώ βρίσκεται στη διαδικασία έγκρισης αιτήσεως ως νέο μέλος της IFAT.



---

<sup>19</sup> <http://agonaskritis.gr/?q=node/3099> (28/09/2007) βλ παράρτημα σελ 78

#### 4.4.5 Προοπτικές εξέλιξης<sup>20</sup>

##### **Γιατί το δίκαιο εμπόριο έχει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης**

Σύμφωνα με τις πρόσφατες έρευνες, από το 2000, οι πωλήσεις δίκαιου εμπορίου στην Ευρώπη αυξάνονται κατά μέσο όρο κατά 20% ετησίως. Οι ευρωπαίοι καταναλωτές ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για την αγορά προϊόντων τα οποία παράχθηκαν και διακινήθηκαν υπό δίκαιες συνθήκες. Παρόλα αυτά, αυτή η ζήτηση ποικίλλει σε μεγάλο βαθμό μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ.

Οι συνολικές πωλήσεις δίκαιου εμπορίου στην Ευρώπη ανήλθαν σε 660 εκατομμύρια ευρώ το 2005. Τα συνήθη προϊόντα δίκαιου εμπορίου κατέχουν σήμερα σημαντικά μερίδια αγοράς σε ορισμένες χώρες: το 20% του αλεσμένου καφέ στο Ηνωμένο Βασίλειο και το 2% περίπου όλων των πωλήσεων καφέ στην Αυστρία, τη Δανία, την Ιρλανδία, το Βέλγιο και τη Γερμανία φέρουν σήμανση δίκαιου εμπορίου. Οι μπανάνες δίκαιου εμπορίου κατέχουν μερίδια αγοράς έως και 5,5% στην Αυστρία, το Βέλγιο, τη Φινλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Παρόλα αυτά, σε ορισμένα κράτη μέλη της ΕΕ όπως η Ελλάδα, η Ουγγαρία, οι χώρες της Βαλτικής και η Σλοβενία, το δίκαιο εμπόριο είναι σχεδόν άγνωστο.

Με ένα συνεκτικό πλαίσιο πολιτικής σε επίπεδο ΕΕ και επαρκή υποστήριξη του δίκαιου εμπορίου και των οργανώσεων δίκαιου εμπορίου, η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών και η ζήτηση των προϊόντων δίκαιου εμπορίου θα μπορούσαν να ενισχυθούν, ιδίως στις χώρες όπου το δίκαιο εμπόριο δεν έχει καθιερωθεί ακόμα.

---

<sup>20</sup> [http://www.eyropael.europa.eu/meetdocs/2004\\_2009/documents/pr/611/611480/611480el.pdf](http://www.eyropael.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/pr/611/611480/611480el.pdf)  
(28/09/2007) βλ παραρτημα σελ78

Οι οργανισμοί Δίκαιου Εμπορίου λειτουργούν υπό την προϋπόθεση ότι το εμπόριο μπορεί να δημιουργήσει μια βιώσιμη και σημαντική συνεισφορά στη μείωση της φτώχειας. Έχει υπολογιστεί ότι περισσότεροι από 5 εκατομμύρια παραγωγοί ανά τον κόσμο έχουν ωφεληθεί από τους όρους του Δίκαιου Εμπορίου και από την υποστήριξη που τους παρέχεται. Με αυτόν τον τρόπο το Δίκαιο Εμπόριο συνεισφέρει στην πραγματοποίηση των αναπτυσσόμενων στόχων της νέας χιλιετίας, οι οποίοι αποβλέπουν στο να μειωθεί ο αριθμός των ανθρώπων που ζουν κάτω από το όριο της φτώχειας μέχρι τα μισά του 2015. Μέσω της συνεργασίας των παγκόσμιων δικτύων παραγωγών και των συνεργατικών οργανισμών που συναλλάσσονται με μερικές από τις φτωχότερες κοινότητες του κόσμου, το κίνημα του Δίκαιου Εμπορίου είχε πρώτο την επίγνωση των συνθηκών υπό τις οποίες το εμπόριο μπορεί να αποδειχθεί μια πανίσχυρη δύναμη για βιώσιμη - ουσιαστική οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.

#### **4.4.6 Συμπεράσματα Ανασκόπησης Βιβλιογραφίας**

Η απελευθέρωση του εμπορίου είχε σαν αποτέλεσμα οι μικρές επιχειρήσεις στις αναπτυσσόμενες χώρες να μειώνονται όλο και περισσότερο και να προσπαθούν να ανταγωνιστούν τις πολυεθνικές χωρίς αποτέλεσμα.

Εξαιτίας αυτού του φαινομένου που παρουσιάστηκε αναπτύχθηκε στη διεθνή αγορά η έννοια του Δίκαιου Εμπορίου.

Το Δίκαιο Εμπόριο πρωτοεμφανίστηκε σε μικρές ομάδες παραγωγών στις υποανάπτυκτες χώρες και τα τελευταία δέκα χρόνια υποστηρίζεται από παγκόσμιους οργανισμούς Δίκαιου Εμπορίου. Η φιλοσοφία του Δίκαιου Εμπορίου βασίζεται στον διάλογο, την διαφάνεια, τον σεβασμό και αναζητά μεγαλύτερη δικαιοσύνη στο διεθνές εμπόριο.

Οι στόχοι του Δίκαιου Εμπορίου είναι η βελτίωση της διαβίωσης των παραγωγών, η προώθηση ευκαιριών ανάπτυξης τους, η αφύπνιση των συνειδήσεων των καταναλωτών, η παραδειγματική εμπορική συνεργασία μέσω του διαλόγου, της ισοτιμίας και του σεβασμού, η αλλαγή στους κανόνες του συμβατικού διεθνούς εμπορίου, η άμεση πρόσβαση των καταναλωτών στα προϊόντα και σε καλύτερες τιμές.

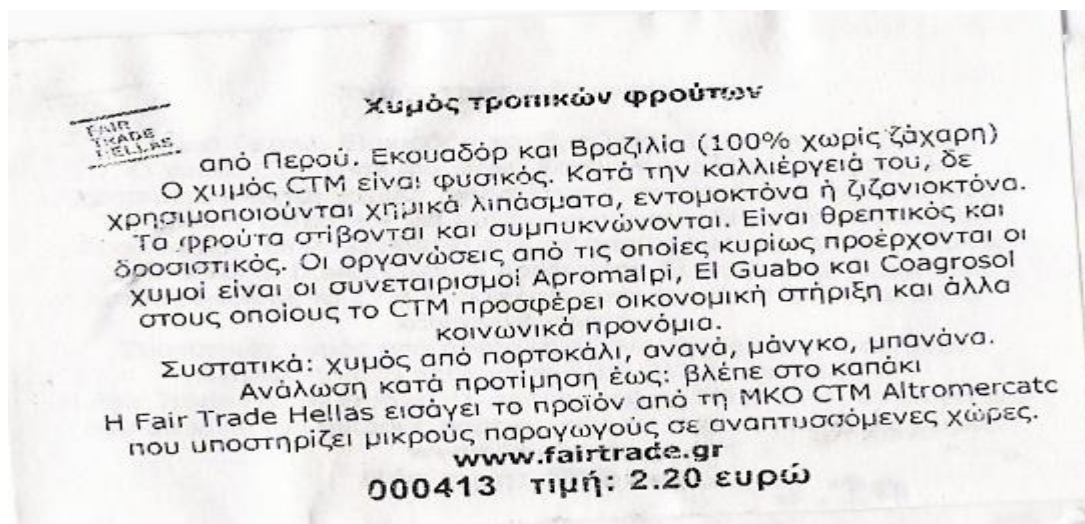
Οι βασικές αρχές του Δίκαιου Εμπορίου είναι η δημιουργία ευκαιριών, η διαφάνεια και η υπευθυνότητα, η πληρωμή μιας δίκαιης τιμής και οι συνθήκες εργασίας για τους παραγωγούς που βρίσκονται σε οικονομικά μειονεκτική θέση, η ισότητα των φύλων, η προστασία του περιβάλλοντος, η παραγωγή και το εμπόριο.

Ο αντίκτυπος του Δίκαιου Εμπορίου στην Ευρώπη βελτιώνεται με την πάροδο του χρόνου με όλο και περισσότερες χώρες να εντοπίζουν τα προϊόντα της οργάνωσης στις κοινωνίες τους αλλά και σε αυτές που το κίνημα έχει ήδη έχει μια ιστορία βλέπουμε το τζίρο των επιχειρήσεων να βελτιώνεται με ραγδαίους ρυθμούς και να καταλαμβάνουν σημαντικό μερίδιο αγοράς.



Τα καταστήματα fair-trade world shops έχουν εισχωρήσει δυναμικά στην αγορά κυρίως της Κεντρικής Ευρώπης προσφέροντας νέες θέσεις εργασίας προωθώντας παράλληλα το κίνημα μέσω της ενημέρωσης του καταναλωτικού κοινού. Στην αγορά της Θεσσαλονίκης δραστηριοποιείται η Fair-Trade Hellas με το σχεδιασμό της για την ανάπτυξη του νεοιδρυθέντος καταστήματος, οι συνθήκες είναι αντίξοες ακόμα για την δραστηριοποίηση ιδιώτη αφού η Fair-Trade Hellas έχει τα αποκλειστικά δικαιώματα των προϊόντων του πιο κοντινού προμηθευτή για την Ελλάδα, της ιταλικής εταιρείας altromercato, αυτό σημαίνει μεγαλύτερο κόστος μεταφοράς προϊόντων για έναν επιχειρηματία που θέλει να ασχοληθεί δεδομένου ότι θα αναγκαστεί να εισάγει προϊόντα από Αγγλία ή Γερμανία. Επίσης σημαντικό είναι ότι ο κοινωνικός χαρακτήρας της Fair-Trade Hellas την κάνει δημοφιλέστερη στο καταναλωτικό κοινό.

Τέλος τα μικρά ποσοστά κέρδους και η άγνοια του κοινού για τα προϊόντα Fair-Trade, 0,1% είναι η συμμετοχή του στην ελληνική αγορά, συνιστούν παράγοντες αποθάρρυνσης για την επαγγελματική ενασχόληση με το αντικείμενο.



Ετικέτα προϊόντος Fair Trade Hellas, κατάστημα Θεσσαλονίκης, Βύρωνος 6

#### **4.4.7 Ερευνητικό Κενό**

Όσον αφορά το ερευνητικό κενό στην Ελλάδα, διαπιστώνουμε ότι δεν έχουν γίνει έρευνες που να έχουν ασχοληθεί με την καταναλωτική συμπεριφορά του κοινού ως προς το Δίκαιο Εμπόριο.

Δεν υπάρχουν στοιχεία για τις στάσεις, τις απόψεις, την πρόθεση συμπεριφοράς των Ελλήνων ως προς το Δίκαιο Εμπόριο.

Στοιχεία δεν υπάρχουν επίσης για την ευαισθητοποίηση του κοινού σε θέματα που αφορούν τα προβλήματα αναπτυσσόμενων χωρών για τα επίπεδα ενημέρωσης τους γύρω από το κίνημα του Δίκαιου Εμπορίου και για την πρόθεση καταναλωτικής συμπεριφοράς ως προς τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου.

#### **4.4.8 Περιορισμοί εργασίας**

Σχετικά με τους περιορισμούς της εργασίας αναφέρουμε την ανεπαρκή παροχή εξειδικευμένων πληροφοριών από ειδικευμένο προσωπικό ( Mrk manager) της εταιρείας εφόσον η εταιρεία είναι μια μη κερδοσκοπική και δεν έχει την οργανωτική δομή των κερδοσκοπικών εταιρειών του συμβατικού εμπορίου, εξαιτίας της λειτουργίας της από διοικητικό συμβούλιο, εργαζόμενους και εθελοντές ( οι τελευταίοι έχουν την ευθύνη για την σχεδίαση των ενημερωτικών φυλλαδίων, της ετικετοποίησης των προϊόντων και την λειτουργία της ιστοσελίδας).

## **4.5 Συγκέντρωση Πρωτογενών Στοιχείων**

### **Καθορισμός Πληθυσμού**

Ως πληθυσμός ορίζεται ένα σύνολο φυσικών ή μη προσώπων, τα οποία έχουν ένα ή περισσότερα κοινά χαρακτηριστικά και αποτελούν το αντικείμενο μελέτης μιας έρευνας μάρκετινγκ.

Ο σαφής καθορισμός του πληθυσμού πρέπει να περιλαμβάνεται και στο θέμα επομένως στην έρευνα μας έχουμε τις εξής συνιστώσες:

**Μονάδα πληθυσμού:** το ένα νοικοκυριό της περιοχής του Δήμου Θεσσαλονίκης

**Μονάδα δειγματοληψίας:** ένας ενήλικας από κάθε ένα νοικοκυριό

**Έκταση:** Ο Δήμος της Θεσσαλονίκης

**Χρόνος:** 01/11/2007 έως 30/11/2007

### **Καθορισμός ερευνητικής μεθόδου**

Η μέθοδος την οποία θα χρησιμοποιήσουμε κατά την διεξαγωγή της έρευνας είναι η μέθοδος της δειγματοληψίας ενός μέρους από το συνολικό πληθυσμό της Θεσσαλονίκης και συγκεκριμένα των κατοίκων του Δήμου Θεσσαλονίκης.

### **Μέγεθος δείγματος**

Ως αντιπροσωπευτικό δείγμα της περιοχής του Δήμου Θεσσαλονίκης θεωρούμε τα 500 νοικοκυριά.

### **Μέθοδος δειγματοληψίας**

Επιλέγουμε την δειγματοληψία με πιθανότητες, πιο συγκεκριμένα την σύνθετη τυχαία δειγματοληψία: κατά περιοχές

### **Μέθοδος συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων – μεταβλητές - επεξεργασία**

Σχετικά με την μέθοδο συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων θα χρησιμοποιήσουμε την μέθοδο της δημοσκόπησης. Συγκεκριμένα θα επιλέξουμε το είδος της προσωπικής συνέντευξης και το δομημένο όργανο συλλογής, το ερωτηματολόγιο<sup>21</sup>.

Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα.

Όσον αφορά τις μεταβλητές που θα χρησιμοποιήσουμε στο ερωτηματολόγιο τις αναφέρουμε παρακάτω.

- Στην πρώτη ερώτηση έχουμε εξαρτημένη μεταβλητή ‘παρελθούσας καταναλωτικής συμπεριφοράς αγοράς προϊόντων δίκαιου εμπορίου’ η οποία θα μετρηθεί σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης.
- Στην δεύτερη ερώτηση έχουμε εξαρτημένη μεταβλητή ‘βαθμού ικανοποίησης καταναλωτή’ η οποία θα μετρηθεί σε τακτικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα Likert 5 σημείων.
- Στην τρίτη ερώτηση έχουμε εξαρτημένη μεταβλητή ‘τρόπου ενημέρωσης των προϊόντων του Δίκαιου Εμπορίου’ η οποία θα μετρηθεί σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ενός δείκτη.
- Στην τέταρτη ερώτηση έχουμε ανεξάρτητη μεταβλητή ‘ανταγωνισμός με συμβατικά προϊόντα’ η οποία θα μετρηθεί σε τακτικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα συγκριτικής αξιολόγησης.

---

<sup>21</sup> Ερωτηματολόγιο Βλ: Παράρτημα σελ 80

- Στην πέμπτη ερώτηση έχουμε ανεξάρτητη μεταβλητή ‘σπουδαιότητας ζητημάτων κοινωνικής ευαισθητοποίησης’ η οποία θα μετρηθεί σε αναλογικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα σπουδαιότητας.
- Στην έκτη ερώτηση έχουμε ανεξάρτητη μεταβλητή ‘καταναλωτικές στάσεις’ η οποία θα μετρηθεί με πολυθεματικό μέτρο μέτρησης 7 ερωτήσεων και θα μετρηθεί με κλίμακα Likert 5 σημείων.
- Στην έβδομη ερώτηση έχουμε ανεξάρτητη μεταβλητή ‘τρόπου επιλογής προϊόντων’ η οποία θα μετρηθεί σε τακτικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα συγκριτικής αξιολόγησης.
- Στην όγδοη ερώτηση έχουμε ανεξάρτητη μεταβλητή ‘κριτήρια επιλογής προϊόντων Δίκαιου Εμπορίου’ η οποία θα μετρηθεί σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ιεράρχηση σημαντικότητας.
- Στην ένατη ερώτηση έχουμε ανεξάρτητη μεταβλητή ‘εκπαιδευτικά προγράμματα ευαισθητοποίησης’ η οποία θα μετρηθεί σε τακτικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα μη συγκριτικής αξιολόγησης.
- Στην δέκατη ερώτηση έχουμε εξαρτημένη μεταβλητή ‘πρόθεσης καταναλωτικής συμπεριφοράς’ η οποία θα μετρηθεί σε τακτικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα μη συγκριτικής αξιολόγησης.
- Στην ενδέκατη ερώτηση έχουμε ανεξάρτητη μεταβλητή ‘καταναλωτική άποψη’ η οποία θα μετρηθεί σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ιεράρχησης σημαντικότητας.
- Στην δωδέκατη ερώτηση έχουμε ανεξάρτητη μεταβλητή ‘πρόθεση εθελοντικής εργασίας’ η οποία θα μετρηθεί σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ενός δείκτη.

Όσον αφορά τις ερωτήσεις των προσωπικών στοιχείων είναι ανεξάρτητες μεταβλητές και αντίστοιχα με τον αριθμό των ερωτήσεων έχουμε στην 13 ονομαστικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ενός δείκτη, στην 14 έχουμε αναλογικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ενός δείκτη, στην 15 έχουμε αναλογικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ενός δείκτη, στην 16 έχουμε

ονομαστικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ενός δείκτη και στην 17 έχουμε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης με κλίμακα ενός δείκτη.

Μετά την αρίθμηση και τον έλεγχο των ερωτηματολογίων θα συνεχίσουμε με το στάδιο της επεξεργασίας.

Η επεξεργασία θα γίνει με την χρήση των ειδικών στατιστικών πακέτων SPSS και αποτελείται από την εξαγωγή και ανάλυση αποτελεσμάτων, τα οποία θα αποτυπωθούν σε κείμενο έκθεσης/πρότασης και θα απευθυνθεί προς φορέα – πελάτη.

#### **4.6 Χρονοδιάγραμμα και Προϋπολογισμός**

Υπολογίζουμε ότι απαιτούνται 3 μήνες για τον σχεδιασμό της έρευνας, την εξαγωγή συμπερασμάτων και την παρουσίαση της έκθεσης όπως παρακάτω:

A. ένας μήνας για την συγκέντρωση των δευτερογενών στοιχείων (ανασκόπηση βιβλιογραφίας ) και την συγκέντρωση των πρωτογενών στοιχείων μέχρι και την εκπόνηση του ερωτηματολογίου (όχι την κυκλοφορία).

B. ο δεύτερος μήνας για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου και την συλλογή του.

Γ. και ο τρίτος μήνας για την επεξεργασία των στοιχείων, την ανάλυση των αποτελεσμάτων, την εξαγωγή συμπερασμάτων και την τελική παρουσίαση στον φορέα – πελάτη.

Όσον αφορά τον προϋπολογισμό, υπολογίζουμε την αμοιβή της όλης ερευνητικής προσπάθειας (γραφική ύλη, αναζήτηση δευτερογενών στοιχείων, αμοιβή προσωπικού, κόστος ηλεκτρονικών μέσων – δισκέτες,

cd, pc, εκτυπωτές – λειτουργικά έξοδα) ότι ανέρχεται στο ποσό των 15000 euro αλλά αναγνωρίζοντας την προσπάθεια του κινήματος του Δίκαιου Εμπορίου, θέλουμε να γίνουμε υποστηρικτές του και να συμβάλουμε έμπρακτα, μειώνουμε τον προϋπολογισμό σε 5000 euro (λειτουργικό κόστος- οι interviewers θα είναι εθελοντές, άρα μηδενικό κόστος ).

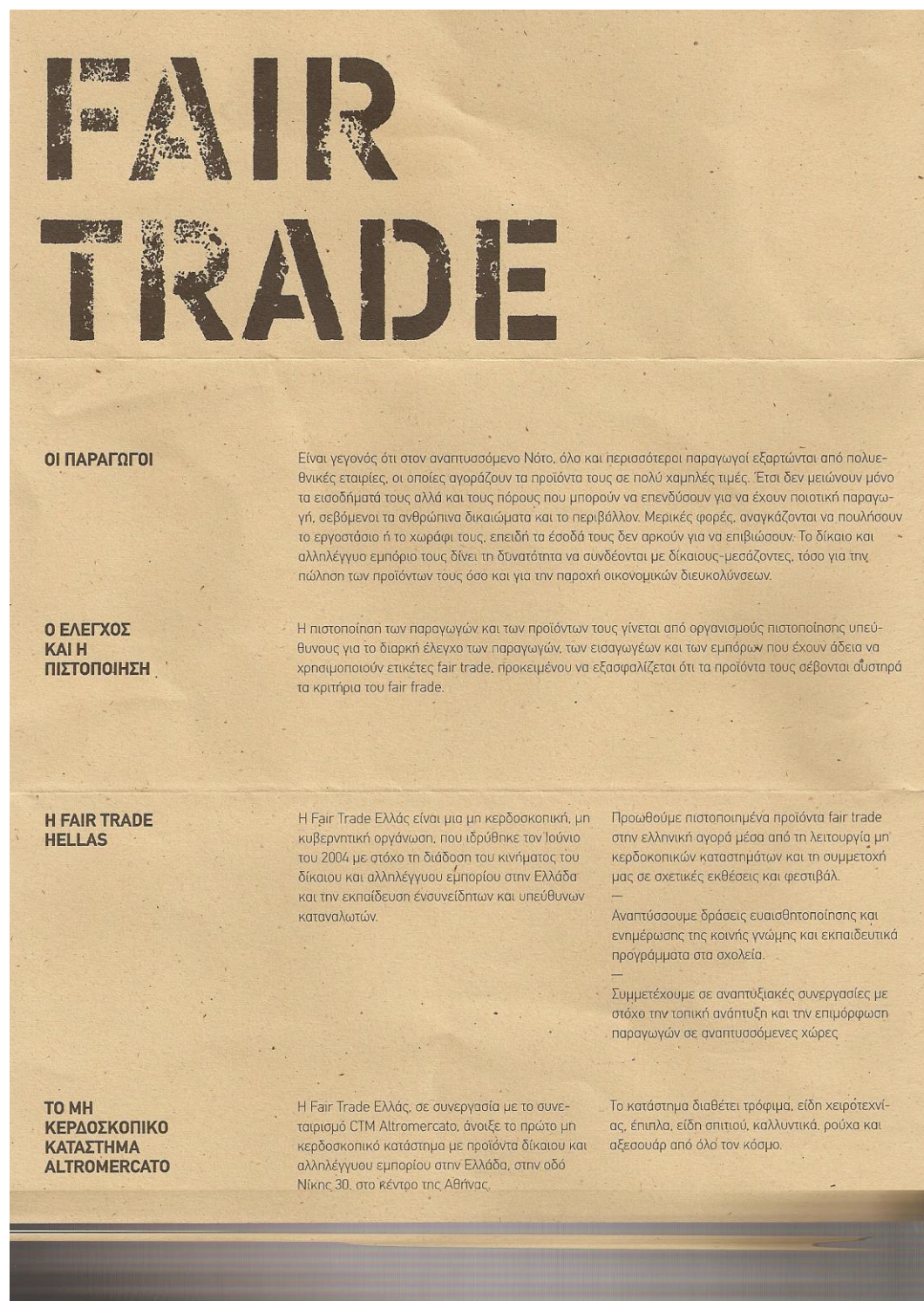
## **5. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

Στις επόμενες σελίδες παραθέτουμε με αριθμητική σειρά σε αντιστοιχία με τις υποσημειώσεις, πηγές, διαγράμματα, ιστοσελίδες και βοήθειες που αντλήσαμε και μας βοήθησαν κατά την διεξαγωγή του ερευνητικού προγράμματος.

Επιπλέον θέλουμε να αναφέρουμε την πολύτιμη βοήθεια που μας παρείχε το εργαστήριο του τμήματος καθώς επίσης και τις κατευθύνσεις που μας έδωσαν οι καθηγήτριες του τμήματος κκ. Τηλικίδου και κκ. Δελησταύρου.



## 1. Ενημερωτικό Φυλλάδιο Καταστήματος Fair Trade Hellas.



The image shows the cover of a Fair Trade Hellas leaflet. The title 'FAIR TRADE' is printed in large, bold, black letters on a textured, light brown background. Below the title, there are four sections of text, each with a heading and a paragraph of information. The text is in Greek and discusses the challenges of fair trade, the role of Fair Trade Hellas, and the types of products available.

### ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ

Είναι γεγονός ότι στον αναπτυσσόμενο Νότο, όλο και περισσότεροι παραγωγοί εξαρτώνται από πολυεθνικές εταιρίες, οι οποίες αγοράζουν τα προϊόντα τους σε πολύ χαμηλές τιμές. Έτσι δεν μειώνουν μόνο τα εισοδήματά τους αλλά και τους πόρους που μπορούν να επενδύσουν για να έχουν ποιοτική παραγωγή, σεβόμενοι τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον. Μερικές φορές, αναγκάζονται να πουλήσουν το εργοστάσιο ή το χωράφι τους, επειδή τα έσοδά τους δεν αρκούν για να επιβιώσουν. Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο τους δίνει τη δυνατότητα να συνδέονται με δίκαιους-μεσάζοντες, τόσο για την πώληση των προϊόντων τους όσο και για την παροχή οικονομικών διευκολύνσεων.

### Ο ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ Η ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Η πιστοποίηση των παραγωγών και των προϊόντων τους γίνεται από οργανισμούς πιστοποίησης υπεύθυνους για το διαρκή έλεγχο των παραγωγών, των εισαγωγέων και των εμπόρων που έχουν άδεια να χρησιμοποιούν ετικέτες fair trade, προκειμένου να εξασφαλίζεται ότι τα προϊόντα τους αβάνονται σύμφωνα τα κριτήρια του fair trade.

### Η FAIR TRADE HELLAS

Η Fair Trade Ελλάς είναι μια μη κερδοσκοπική, μη κυβερνητική οργάνωση, που ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2004 με στόχο τη διάδοση του κινήματος του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα και την εκπαίδευση ένσυνείδητων και υπεύθυνων καταναλωτών.

Πρωθυμεία πιστοποιημένα προϊόντα fair trade στην ελληνική αγορά μέσα από τη λειτουργία μη κερδοσκοπικών καταστημάτων και τη συμμετοχή μας σε σχετικές εκθέσεις και φεστιβάλ.

—

Αναπτύσσουμε δράσεις ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης της κοινής γνώμης και εκπαιδευτικά προγράμματα στα σχολεία.

—

Συμμετέχουμε σε αναπτυξιακές συνεργασίες με στόχο την τοπική ανάπτυξη και την επιμόρφωση παραγωγών σε αναπτυσσόμενες χώρες

### ΤΟ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ALTROMERCATO

Η Fair Trade Ελλάς, σε συνεργασία με το συνεταιρισμό CTM Altromercato, άνοιξε το πρώτο μη κερδοσκοπικό κατάστημα με προϊόντα δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα, στην οδό Νίκης 30, στο κέντρο της Αθήνας.

Το κατάστημα διαθέτει τρόφιμα, είδη χειρότεχνι-ας, έπιπλα, είδη σπιτιού, καλλυντικά, ρούχα και αξεσουάρ από όλο τον κόσμο.



### ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΟ ΕΜΠΟΡΙΟ;

Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο (fair trade) είναι μια εναλλακτική προσέγγιση της εμπορικής δραστηριότητας, μια νέα μορφή εμπορικής συνεργασίας βασισμένη στο διάλογο, τη διαφάνεια και το σεβασμό. Σε αντίθεση με το συμβατικό διεθνές εμπόριο, στοχεύει στον περιορισμό της φτώχειας και στη βιώσιμη ανάπτυξη των οικονομικά μη προνομιούχων και περιθωριοποιημένων παραγωγών του αναπτυσσόμενου κόσμου, προστατεύοντας τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον και εξασφαλίζοντας ίσες ευκαιρίες μεταξύ των δύο φύλων, υγιείς και ασφαλείς συνθήκες εργασίας και υψηλή ποιότητα προϊόντων.

### Ο ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ

Αυτοί που μας ελέγχουν ως καταναλωτές είναι σε γενικές γραμμές οι διάφορες εταιρίες, που αναλύουν τις προτιμήσεις μας και καθοδηγούν τις επιλογές μας μέσα από στρατηγικά σχεδιασμένες διαφημίσεις και συσκευασίες.

Μήπως πρέπει να αρχίσουμε να σκεφτόμαστε σοβαρά την πιθανότητα να ελέγχουμε εμείς τις εταιρίες, για να επιβεβαιώσουμε ότι οι μέθοδοι και οι τρόποι συμπεριφοράς τους ανταποκρίνονται στις δικές μας ηθικές αξίες; Δεν θέλουμε το παιδί

μας να φορά παπούτσια κατασκευασμένα από ένα παιδί στο Μπαγκλαντές, που το εξαναγκάζουν να δουλεύει όρθιο δέκα ώρες τη μέρα.

Μια απλή καθημερινή πράξη, όπως οι αγορές για το σπίτι, γίνεται αμέσως πιο σημαντική όταν ξέρουμε ότι, σε πολλά από τα προϊόντα που φέρνουμε στο σπίτι μας, κρύβονται προβλήματα όπως η εκμετάλλευση, η φτώχεια και η κοινωνική αδικία, και όταν σκεφτόμαστε ότι αλλάζοντας τις καθημερινές επιλογές μας, μπορούμε να αλλάξουμε την κατάσταση.

### ΟΙ ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ

Οι μεσάζοντες είναι εναλλακτικοί εμπορικοί οργανισμοί και μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, που λειτουργούν ως γέφυρες στην ανάπτυξη μιας πετυχημένης επιχείρησης – γεφυρώνουν το χάσμα μεταξύ Βορρά και Νότου, αναπτυσσόμενου και αναπτυσσόμενου κόσμου, αγοράζουν σε δίκαιες τιμές, παρέχουν οικονομική στήριξη για την ίδρυση μιας επιχείρησης και επενδύουν στην εκπαίδευση και κατάρτιση παραγωγών και εργαζομένων.

### ΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ

Στην Ευρώπη υπάρχουν περισσότερα από 3.000 καταστήματα και 70.000 σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων fair trade, που απασχολούν εκατοντάδες εργαζόμενους και σχεδόν 100.000 εθελοντές. Επιπλέον, τα καταστήματα αυτά οργανώνουν

δραστηριότητες και εκστρατείες ενημέρωσης των καταναλωτών, των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των πολιτικών. Τα καταστήματα επανεπενδύουν τα κέρδη τους σύμφωνα με το σύστημα και τις αρχές του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου.

### ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΒΟΗΘΗΣΩ;

Αγοράζοντας προϊόντα δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου.

Συσπίνοντας τα προϊόντα δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου και διαδίδοντας τη φιλοσοφία του σε συγγενείς, φίλους και γνωστούς.

Προσφέροντας εθελοντική εργασία είτε στο κατάστημα, είτε στις εκστρατείες ευαισθητοποίησης που οργανώνει η Fair Trade Hellas.

Κάνοντας μια δωρεά στην οργάνωση προκειμένου να αναπτύξει νέα προγράμματα ευαισθητοποίησης του κοινού, όπως π.χ. εκπαιδευτικά προγράμματα στα σχολεία.

FAIR  
TRADE  
HELLAS

www.fairtrade.gr  
FAIR TRADE HELLAS  
ΒΥΡΩΝΟΣ 6 - ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ  
ΤΗΛ. 2310 241648  
e-mail: thessaloniki@fairtrade.gr

Νίκης 30,  
105 57 Αθήνα  
Τ (+30) 210 3614070

info@fairtrade.gr

Για εθελοντική εργασία:  
volunteers@fairtrade.gr

Για παραγγελίες προϊόντων:  
shop@fairtrade.gr

## 2. ΣΑΠ Συνέντευξη Αρμοδίου Προσώπου.

**ΠΟΛΙΝΑ ΜΟΥΣΙΑΛΟΥ**

**ΤΗΛ:2310241648**

(Υπεύθυνη Καταστήματος Θεσσαλονίκης)

ΕΛΕΝΗ ΡΟΥΚΕΤΑ (Εθελόντρια)

( Μπάμπης Παπαιωάννου: Υπεύθυνος Fairtrade Hellas Β. Ελλάδος.  
6977328701)

**Ερωτ:** Ποια είναι τα προϊόντα του Fair Trade;

**Απαντ:** Τα προϊόντα του Fair Trade όπως μπορείτε να δείτε είναι τρόφιμα και συγκεκριμένα καφές, μακαρόνια, κακάο, ζάχαρη, χυμοί, επίσης είδη χειροτεχνίας, έπιπλα, είδη σπιτιού, καλλυντικά, λίγα ρούχα και αξεσουάρ από όλο τον κόσμο.

**Ερωτ:** Παρατήρησα ότι στα τρόφιμα υπάρχει ετικέτα όπου αναγράφονται στοιχεία για τον παραγωγό, την προέλευση και τον τρόπο παραγωγής κάτι που δεν συναντούμε ιδιαίτερα στα συμβατικά προϊόντα.

**Απαντ:** Αυτό εντάσσεται στην συνολικότερη θεώρηση του κινήματος του δίκαιου εμπορίου που αποσκοπεί στην ενημέρωση και εκπαίδευση ενσυνείδητων καταναλωτών. Αυτό σημαίνει ότι όταν εγώ ξέρω ποιος παράγει το προϊόν, ο οποίος είναι οικονομικά ασθενέστερος σε υπανάπτυκτες χώρες της Λ. Αμερικής, Αφρικής και Ασίας, είναι επίσης περιθωριοποιημένος παραγωγός από τον αναπτυσσόμενο κόσμο και θέλω να του δώσω την δυνατότητα ή την ευκαιρία να μην εργάζεται αυτός ή κάποιο παιδί 20 ώρες την ημέρα να τον βοηθήσω να εργάζεται σε ασφαλές εργασιακό περιβάλλον και να καταπολεμήσω ευρύτερα την κοινωνική αδικία τότε υποστηρίζω το Δίκαιο Εμπόριο.

**Ερωτ:** Τα προϊόντα έχουν κάποιο είδος πιστοποίησης;

**Απαντ:** Η δική μας εταιρεία συνεργάζεται με την altro mercato, ιταλική εταιρεία, όπως φαίνεται άλλωστε από την συσκευασία των τροφίμων και στην βιτρίνα του καταστήματος η οποία έχει ένα ευρύτερο δίκτυο συνεργασίας με τις χώρες που προαναφέραμε και τους παραγωγούς τους. Τα περισσότερα προϊόντα έχουν οικολογικές προδιαγραφές ενώ στην κατηγορία των τροφίμων όσα είναι βιολογικά αναγράφεται το ειδικό σήμα BIO. Επίσης ο διεθνής οργανισμός πιστοποίησης FLO εξετάζει και πιστοποιεί κάθε προϊόν που διακινείται στα καταστήματα Fair Trade. Άλλωστε η ετικέτα ήδη στα τρόφιμα αποτελεί εγγύηση προϊόντος Fair Trade ως ασπίδα προστασίας για κάθε παρατυπία ή απομίμηση. Ακόμα αν και ορισμένοι παραγωγοί δυσκολεύονται να εξασφαλίσουν πιστοποιητικά ποιότητας (ISO) η Fair Trade προσπαθεί να τους ενισχύσει οικονομικά στο να τα αποκτήσουν

**Ερωτ:** Οι τιμές δεν είναι ιδιαίτερα ακριβές ....

**Απαντ:** Μα το Fair Trade στοχεύει σε δίκαιες τιμές χωρίς να επιδιώκει κέρδη για το δίκτυο μιας και είναι αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία που υπόκειται στην νομοθεσία της χώρας, δηλαδή φορολογείται αν και ίσως δεν θα πρέπει να συμβαίνει αυτό αν σκεφτούμε ότι οι παραγωγοί είναι οικονομικά ασθενέστεροι και περιθωριοποιημένοι.

**Ερωτ:** Απασχολεί πολλούς εργαζομένους το Fair Trade;

**Απαντ:** Η Fair Trade Hellas πρέπει να τη δούμε σαν ένα δίκτυο συνεργασίας που ασχολείται με την διανομή προϊόντων, έχει διοικητικό συμβούλιο που συντονίζει και αποφασίζει για την όλη προσπάθεια, έχει τους εργαζομένους της και ένα μεγάλο αριθμό από εθελοντές. Να σου τονίσω ότι οι εθελοντές μεταφράζουν την κάθε ετικέτα προϊόντων ιδίως των τροφίμων και την

προσαρμόζουν στα προϊόντα, σχεδιάζουν τα φυλλάδια ενημέρωσης και ασχολούνται με το site της εταιρείας.

Σκεφτόμαστε στο άμεσο μέλλον με την βοήθεια των εθελοντών να κυκλοφορήσουμε περιοδικό που θα αφορά το κίνημα του Fair Trade και των προϊόντων του.

Μια πρόσθετη ικανοποίηση μας δίνει το γεγονός ότι απλοί καταναλωτές που επισκέπτονται το κατάστημα δείχνουν ή έχουν την διάθεση να υποστηρίξουν το έργο της Fair Trade ο καθένας από το πόστο του αφήνοντας τα στοιχεία τους για ενδεχόμενη βοήθεια.

**Ερωτ:** Οι πελάτες που επισκέπτονται το κατάστημα γνωρίζουν τα προϊόντα σας και την λογική τους;

**Απαντ:** Μπορώ να πω ότι η εμπειρία μας έχει δείξει ότι η μισή πελατεία μας είναι ευαισθητοποιημένη, γνωρίζουν για το Fair Trade, την ιδεολογία του, τους στόχους και αγοράζουν τα προϊόντα υποστηρίζοντας την όλη προσπάθεια, ενώ οι υπόλοιποι που δεν γνωρίζουν τα προϊόντα του Fair Trade παρόλα αυτά δείχνουν ενδιαφέρον και ρωτάνε, κάποιοι αγοράζοντας και κάποιοι όχι.

**Σας ευχαριστούμε για την συνεργασία.**



### 3. Ορισμένα από τα Προϊόντα Δίκαιου Εμπορίου

#### Ποτά:

Λευκό κρασί Chardonnay από την Χιλή



Κρασί ποικιλίας Chardonnay ισορροπημένο και μαλακό που χαρακτηρίζεται από φρεσκάδα και ελαφριές τανίνες που ωφείλονται στο δρύινο βαρέλι που το φιλοξένησε. Το χρώμα του είναι κιτρινόχρυσο, το άρωμα του έντονο και η γεύση του γεμάτη, πλούσια και μεστή. Έχει μεγάλη επιδεκτικότητα παλαίωσης (έως και 10 χρόνια) και συνοδεύει ιδανικά λευκό κρέας, τυριά ή ψάρι. Σερβίρεται δροσερό στους 8-10 βαθμούς Κελσίου. Το κρασί Chardonnay Chequen προέρχεται από την κοιλάδα του Lontue, στη Χιλή και είναι προϊόν του μικρού συνεταιρισμού Vina Chequen, ο οποίος συμβάλει στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη μίας από τις πιο φτωχές περιοχές της Χιλής.

τιμή: 6 ευρώ

#### Γλυκά – Σνακ :

Μαρμελάδα extra μούρο από το Εκουαδόρ



Παράγεται χειροποίητα αμέσως μετά το μάζεμα των φρούτων με την πρόσθεση ζαχαροκάλαμου από την οργάνωση Asociación de trabajadores autnomos "La Dolorosa". Ο συνεταιρισμός υποστηρίζεται από την ΜΚΟ MCCH που βοηθά στην εμπορευματοποίηση των προϊόντων του. Συστατικά: μούρα (60%), ζάχαρη από ζαχαροκάλαμο. Η Fair Trade Hellas εισάγει το προϊόν από τη ΜΚΟ CTM Altromercato που υποστηρίζει μικρούς παραγωγούς σε αναπτυσσόμενες χώρες.

τιμή: 2.90 ευρώ

## Καφές:

### Βιολογικός Καφές



ποικιλία arabica 100% από Μεξικό & Γουατεμάλα

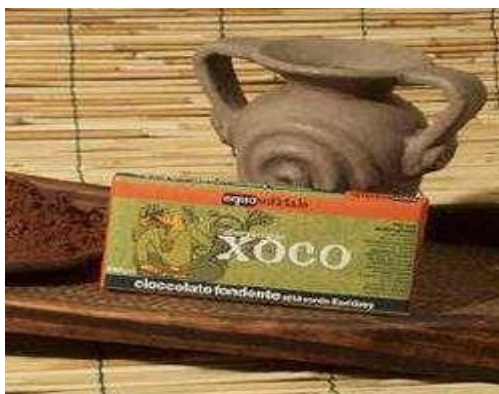
Ο βιολογικός καφές προέρχεται από τις καλύτερες ποικιλίες arabica που καλλιεργούνται από τους συνεταιρισμούς Ucirí στο Μεξικό και από την οργάνωση Chajulense de Va'l Vaq Quyoj στη Γουατεμάλα.

Το CTM δίνει οικονομικά κίνητρα στους παραγωγούς για την ενίσχυση των βιοκαλλιεργειών και πληρώνει τον καφέ σε τιμή ανώτερη της αγοράς.

τιμή: 4.60 ευρώ

## Σοκολάτες:

### Χoco - το δέντρο του κακάο



### **Μαύρη σοκολάτα με πράσινο τσάι Earl Grey**

**Συστατικά:** πάστα κακάο\*, ζάχαρη από ζαχαροκάλαμο\*, βούτυρο κακάο\*, φύλλα πράσινου τσαγιού περγαμόντο\* (3%). Ομογενοποιητής: λεκιθίνη σόγιας (μη τροποποιημένη γενετικά). Αρώματα. Μπορεί να περιέχει υπολείμματα φρούτων, λακτόζη και πρωτεΐνες γάλακτος.

\*Προϊόντα δίκαιου εμπορίου: 99%

Η Fair Trade Hellas εισάγει το προϊόν από την ΜΚΟ Comercio Alternativo η οποία στηρίζει μικρούς παραγωγούς στις αναπτυσσόμενες χώρες.

τιμή: 1.50 ευρώ

## Μέλι:

Μέλι ανθέων Lacandona από το Μεξικό



### **Μέλι ανθέων Lacandona από το Μεξικό**

Παράγεται στα υψίπεδα της Chiapas και του Yucatan από μελισσοκόμους της φυλής των Μάγιας που ανήκουν στις οργανώσεις Educa και Productores Agropecuarios de la Selva Lacandona. Το μέλι αυτό είναι από πολλά διαφορετικά άνθη της Νότιας Αμερικής και διατηρεί όλες τις ευεργετικές ιδιότητες γιατί δεν επεξεργάζεται χημικά.

τιμή: 4.20 ευρώ (500g) - 7.5 ευρώ (1kg)

## Χυμοί:

Σιρόπι guarana



### **Σιρόπι guarana από τη Βραζιλία.**

Η περιοχή του Αμαζονίου όπου ζουν οι ιθαγενείς Satere Mawe είναι η μοναδική στον κόσμο όπου μεγαλώνει το φυτό του guarana. Το φυτό αυτό παράγει κόκκινους καρπούς πλούσιους σε γκουαρανίνη με ενεργητικές ιδιότητες. Παράγεται από το Conselho Geral da Tribo Satere Mawe που αποτελείται από 7000 ιθαγενείς, για τους οποίους το guarana είναι η μοναδική πηγή εσόδων. Σύμφωνα με ένα μύθο οι ιθαγενείς πίνουν το guarana διαλυμένο σε νερό πριν πάρουν



σημαντικές αποφάσεις, πριν από νηστείες ή για να κρατηθούν ξύπνιοι πολλές ώρες.

**Συστατικά:** ζαχαροκάλαμο (65%), νερό, απόσταγμα guarana (1,5%), κιτρικό οξύ, καραμέλλα, φυσικά αρώματα.

**Οδηγίες χρήσεως:** Φτιάξτε ένα ποτό με δυνατό άρωμα και έντονη γεύση διαλύοντας ένα μέρος σιροπιού με 5-6 μέρη νερού (φυσικού ή αεριούχου). Σερβίρετε με λεμόνι και πάγο.

τιμή: 4.50 ευρώ

### Κακάο:

Βιολογικό Κακάο El Ceibo από Βολιβία



#### **Βιολογικό Κακάο El Ceibo από Βολιβία**

El Ceibo είναι το όνομα ενός τροπικού, αιωνόβιου φυτού, αλλά και του συνεταιρισμού που ιδρύθηκε το 1997 στη πόλη La Paz στη Βολιβία και ο οποίος αριθμεί πάνω από 1500 μέλη.

**Οδηγίες χρήσης:** για μια κούπα ζεστή σοκολάτα, ζεσταίνουμε το γάλα και σε μικρή ποσότητα ζεστού γάλακτος αναμιγνύουμε 2-3 κουταλάκια κακάο με ζάχαρη (κατά προτίμηση). Προσθέτουμε το υπόλοιπο γάλα και αναμιγνύουμε καλά.

τιμή: 2.05 ευρώ

Πηγή: [http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com\\_frontpage&Itemid=1](http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1)  
(28/09/2007)

#### **4. Αντίγραφο Ιστοσελίδας**

## **ΔΙΚΑΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: ΕΝΑ ΜΟΝΤΕΛΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΚΕ**

Μία νέα έρευνα που δημοσιεύθηκε από το επιχειρηματικό δίκτυο CSR Europe, δείχνει ότι οι συμμετέχοντες σε αυτή περιμένουν από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (WTO), τη θέσπιση διεθνών προτύπων που να αφορούν στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές πλευρές του διεθνούς εμπορίου. Τέσσερις στους δέκα συμμετέχοντες στην έρευνα, διατυπώνουν την άποψη ότι ο ΠΟΕ θα πρέπει να ηγηθεί στις συζητήσεις που αφορούν στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές προσπάθειες σε σχέση με το χώρο του εμπορίου.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα προτίμησαν την παραπάνω προσέγγιση σε σχέση με αυτή που θέλει τις επιχειρήσεις να θέτουν τα πρότυπα μόνες τους (μόνο 4% των ερωτηθέντων εκτιμά ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να αναλάβουν έναν τέτοιο ρόλο). Οι ερωτώμενοι έδειξαν έντονη προτίμηση για το «δίκαιο εμπόριο» καθώς και την παροχή εγγύησης προς τους προμηθευτές, όπως είναι, για παράδειγμα, η εξασφάλιση ενός minimum εισοδήματος ανεξάρτητα από τις τιμές των προϊόντων σε παγκόσμιο επίπεδο στους καλλιεργητές καφέ στον αναπτυσσόμενο κόσμο. Σχεδόν 8 στους 10 που ερωτήθηκαν, αισθάνονται ότι οι πολυεθνικοί οργανισμοί πρέπει να υποστηρίξουν αυτό το μοντέλο, παρέχοντας στους προμηθευτές τους κάποια αμοιβή ικανή να εξασφαλίσει ένα επίπεδο διαβίωσης ακόμη και όταν η πίεση των αγορών ωθεί τις τιμές σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, 57% υποστηρίζει ότι θα ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για ένα ηθικό προϊόν, ενώ 28% έχει ήδη αγοράσει τέτοιου τύπου προϊόντα.

Τις τελευταίες δεκαετίες, οι επιχειρήσεις έχουν αυξήσει σημαντικά την παρουσία τους στο διεθνές εμπόριο και τις επενδύσεις. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις διαπιστώνουν τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο αυτών των δραστηριοτήτων τους και αναπτύσσουν δραστηριότητες και πολιτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, εκτιμώντας ότι οι καταναλωτές θα αναγνωρίσουν τη σημασία των πρωτοβουλιών τους. Το Δίκαιο Εμπόριο είναι η εμπορική συνεργασία που βασίζεται στο διάλογο, τη διαφάνεια και το σεβασμό που προσβλέπει σε μεγαλύτερη ισότητα στο διεθνές εμπόριο. Συνεισφέρει στη βιώσιμη ανάπτυξη μέσα από την παροχή καλύτερων εμπορικών συνθηκών αλλά και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων των περιθωριοποιημένων παραγωγών και εργαζομένων ειδικά στο Νότο.

Οι δίκαιες εμπορικές οργανώσεις (βασισμένες στους καταναλωτές) δεσμεύονται για την υποστήριξη των παραγωγών αλλά και την αύξηση της ευαισθητοποίησης καθώς και την αλλαγή των κανόνων και των πρακτικών του διεθνούς εμπορίου. Το δίκαιο εμπόριο αναπτύσσεται ταχύτατα, τόσο ως προς το μέγεθος, όσο και ως προς τον αντίκτυπό του στις αγορές. Σήμερα υπάρχουν περισσότεροι από 800.000 μικρής κλίμακας παραγωγοί που εργάζονται σε σχεδόν 3.000 οργανώσεις παράγοντας «δίκαια» εμπορικά αγαθά. Το 2002, τα ευρωπαϊκά δίκαια μέλη εμπορικής ένωσης είχαν κύκλο εργασιών που άγγιζε τα 150 εκατ. ευρώ, ενώ το 2002, οι πωλήσεις του δίκαιου εμπορίου αυξήθηκαν κατά 22% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και το δίκαιο εμπόριο έχουν κοινά σημεία ως προς την

επιδίωξη βελτίωσης του περιβαλλοντικού και κοινωνικού αντίκτυπου των επιχειρηματικών δράσεων. Ωστόσο, υπάρχουν και σημαντικές διαφορές μεταξύ των δύο προσεγγίσεων. Για παράδειγμα, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στηρίζεται στην ισχύ που της δίνει (κυρίως μέσα από το καταναλωτικό κίνημα) η συμμόρφωση των επιχειρήσεων με τα διεθνή πρότυπα, χωρίς ωστόσο, να εστιάζει σε τοπικές διαβουλεύσεις. Αντίθετα, το δίκαιο εμπόριο αναπτύσσει πρότυπα μέσω της συνεργασίας με τους προμηθευτές και τα περιλαμβάνει στον έλεγχο του αντίκτυπου. Η ΕΚΕ έχει σαν στόχο την παροχή βοήθειας στις επιχειρήσεις προκειμένου να συμμορφωθούν εθελοντικά με τους ήδη συμφωνηθέντες και αποδεκτούς κανόνες (Παγκόσμια Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων των Η.Ε.), μερικοί από τους οποίους συνεχίζουν να παραβιάζονται. Επίσης, η ΕΚΕ μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη μεγαλύτερη περιθωριοποίηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όταν εμπλέκει αιτήματα περισσότερο ρητορικά και μακριά από τις τοπικές συζητήσεις και ανάγκες, καθώς οι μικροί παραγωγοί μπορεί να «βγουν εκτός συστήματος» καθώς αποτελούν «ρίσκο» και δεν μπορούν να «συμμορφωθούν» με τα πρότυπα που τίθενται. Το γεγονός αυτό μπορεί να επιδράσει αυξάνοντας τη φτώχεια σε τοπικό επίπεδο.

Για το λόγο αυτό, το δίκαιο εμπόριο μπορεί να συμβάλει θετικά στην ανάπτυξη νέων πρακτικών γύρω από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που θα επικεντρώνουν σε θετικά οφέλη βιώσιμων επιχειρηματικών πρακτικών. Η επιτυχία του δίκαιου εμπορίου έγκειται στο συνδυασμό του κέρδους και της οικονομικής αποτελεσματικότητας με τους στόχους της διεθνούς ανάπτυξης καθιστώντας το αξιόλογο μοντέλο για την ανάπτυξη της σκέψης γύρω από μια Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη λιγότερο ρητορική και περισσότερο αποτελεσματική.

MARKETING WEEK, 03-11-2003

Το παραπάνω κείμενο δημοσιεύθηκε στον ιστοχώρο [disabled.gr](http://disabled.gr)  
Μπορείτε να βρείτε ανάλογα κείμενα στην διεύθυνση <http://www.disabled.gr>

## **5. Αντίγραφο Ιστοσελίδας**

### **ΔΙΚΑΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ**

Στην παγκόσμια Διάσκεψη του Johannesburg γύρω από την βιώσιμη Ανάπτυξη, (WSSD), η οποία πραγματοποιήθηκε το Σεπτέμβριο του 2002 οι σημαντικότερες επιχειρήσεις συμφώνησαν σε μέτρα προώθησης της βιώσιμης παγκοσμιοποίησης. Η παραπάνω δέσμευση υποστηρίζει το εμπόριο που παράγει περιβαλλοντικά φιλικά και οργανικά προϊόντα, την αξιολόγηση της διασύνδεσης εμπορίου, περιβάλλοντος και ανάπτυξης, την ενδυνάμωση της διεθνούς δράσης για την υποστήριξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αλλά και των εμπορικών συμφωνιών και συμφωνιών συνεργασίας που περιλαμβάνουν όρους που προωθούν την βιώσιμη ανάπτυξη.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή καθόρισε ως στόχο το βιώσιμο εμπόριο το οποίο εξ ορισμού σημαίνει και ηθικό ή δίκαιο επιχειρείν. Η Επιτροπή αναζητά τρόπους για να προωθήσει αποτελεσματικά επιχειρηματικές προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση ενώ, ταυτόχρονα είναι ιδιαίτερα σημαντικό να αποφευχθεί η δημιουργία απορρύθμισης στις αγορές καθώς η ίδια αγορά θα πρέπει να συνεχίσει να υφίσταται πίσω από τον όρο «δίκαιο εμπόριο». Παρόμοια, οι περιορισμοί στο εμπόριο που αφορούν στις διεθνείς δεσμεύσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ιδιαίτερα αυτές που αφορούν στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου θα πρέπει να αρθούν. Πώς μπορεί όμως η Ευρώπη να διευρύνει τις γνώσεις και κατά συνέπεια την εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε προϊόντα που φέρουν την ετικέτα «βιώσιμο εμπόριο», «δίκαιο» ή «ηθικό» επιχειρείν;

Πίσω από την ιδέα αυτή κρύβεται ένα σύστημα πιστοποίησης για branding σχετικό με το «δίκαιο εμπόριο» το οποίο απαντά σε βασικά κριτήρια όπως η διαφάνεια γύρω από τον τρόπο ανάπτυξης και εφαρμογής των προϊόντων. Η Επιτροπή δηλώνει έτοιμη να υποστηρίξει πρωτοβουλίες υποστήριξης καινοτομικών μη κυβερνητικών πρωτοβουλιών που θα βοηθήσουν και θα υποστηρίξουν την βιώσιμη παραγωγή αγαθών με στόχο την ανάπτυξη των εξαγωγών των χωρών σε βιώσιμα προϊόντα.

Τις τελευταίες δεκαετίες, οι επιχειρήσεις έχουν αυξήσει σημαντικά την παρουσία τους στο διεθνές εμπόριο και τις επενδύσεις. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις διαπιστώνουν τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο αυτών των δραστηριοτήτων τους και αναπτύσσουν πολιτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, εκτιμώντας ότι οι καταναλωτές θα αναγνωρίσουν την σημασία των προβλημάτων τους. Το δίκαιο εμπόριο είναι η εμπορική συνεργασία που βασίζεται στον διάλογο, τη διαφάνεια και το σεβασμό και προσβλέπει σε μεγαλύτερη ισότητα στο διεθνές εμπόριο. Συνεισφέρει στη βιώσιμη ανάπτυξη μέσα από την παροχή καλύτερων εμπορικών συνθηκών αλλά και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων των περιθωριοποιημένων παραγωγών και εργαζομένων στο Νότο.

Οι δίκαιες εμπορικές Οργανώσεις (βασισμένες στους καταναλωτές) δεσμεύονται για την υποστήριξη των παραγωγών αλλά και την αύξηση της ευαισθητοποίησης καθώς και την αλλαγή των κανόνων και των πρακτικών του διεθνούς εμπορίου. Το δίκαιο εμπόριο αναπτύσσεται ταχύτατα τόσο ως προς το μέγεθος αλλά και ως προς τον αντίκτυπό του στις αγορές καθώς σήμερα υπάρχουν περισσότεροι από 800.000

μικρής κλίμακας παραγωγοί που εργάζονται σε σχεδόν 3.000 οργανώσεις παράγοντας «δίκαια» εμπορικά αγαθά.

Πρόσφατο παράδειγμα επιχειρηματικών πρωτοβουλιών αποτελεί η Kraft Foods η οποία ανακοίνωσε μία νέα συνεργασία ε την μη κυβερνητική οργάνωση Rainforest Alliance με την οποία δεσμεύεται να υποστηρίξει την ανάπτυξη συνεχούς παραγωγής καφέ στο Μεξικό, την Κολομβία, τη Βραζιλία και την Κεντρική Αμερική. Σύμφωνα με την συμφωνία η Kraft Foods θα χρηματοδοτήσει την παροχή τεχνικής βοήθειας και εκπαίδευσης σχετικά με την βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και εργασίας στους παραγωγούς καφέ των παραπάνω χωρών και θα προμηθευτεί σημαντικές ποσότητες καφέ που φέρει την πιστοποίηση του «βιώσιμου καφέ», ο οποίος θα αναμειγνύεται με τα συνήθη brands της στην Ευρώπη. Ο καφές αυτός θα προέρχεται από παραγωγούς στην Λατινική Αμερική που ελέγχθηκαν από την Rainforest Alliance και άλλα μέλη του Sustainable Agriculture Network. Το πόσο σημαντικές είναι τέτοιες προσπάθειες καταγράφεται στο παράδειγμα που ακολουθεί: τα γραφεία του ομίλου Citigroup στις ΗΠΑ ανακοίνωσαν ότι θα χρησιμοποιούν καφέ 100% πιστοποιημένο από τη Rainforest Alliance. Η εταιρεία δίνει έμφαση στο γεγονός ότι η νέα εταιρική σχέση θα ενισχύσει άμεσα τους παραγωγούς καφέ στη Λατινική Αμερική που συνεργάζονται με τη Rainforest Alliance και πιστοποιούνται από αυτή.

της Αλεξάνδρας Λεφοπούλου, περιοδ. MARKETING WEEK, 08-12-2003

Το παραπάνω κείμενο δημοσιεύθηκε στον ιστοχώρο disabled.gr  
Μπορείτε να βρείτε ανάλογα κείμενα στην διεύθυνση <http://www.disabled.gr>

## 6. Ξένη βιβλιογραφία (άρθρο στο διαδίκτυο)

### **TOWARDS A FAIRER WORLD TRADING SYSTEM The Cancun Ministerial - A Fair Trade Perspective**

#### **General Concerns**

1. Fair Trade has shown that trade can reduce poverty, but only under certain conditions. Most companies continue to ignore their impacts.
2. Free trade needs to be fair before it can be a reality. Rushed liberalisation is damaging the poor; developing countries should have the right to protect vulnerable domestic markets.
3. Effective impact assessments are needed before any agreements are signed; current progress is weak. Small and Medium-sized Enterprises ('SMEs') in developing countries should be actively involved.

#### **Specific concerns**

1. The SME perspective is critical to making trade sustainable but is absent from the WTO.
2. The WTO's focus on market access is too simplistic: what is needed is a comprehensive strategy for building sustainable markets in developing countries.
3. Greater policy capacity is needed in developing countries: this must include the voice of SMEs and recognise the weak negotiation capacity of developing country governments.
4. The WTO's remit should not be expanded until these problems have been tackled.

#### **A. IFAT: TRADING FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

The International Federation for Alternative Trade (IFAT) is the international network of Fair Trade organisations, and its members have a unique perspective as both trading entities and campaigners for social justice. IFAT's membership includes some 111 producer groups, export marketing organisations and brands in 35 Latin American, African and Asian countries. It includes 15 Fair Trade organisations in USA and Canada, Australia, New Zealand and Japan; in Europe it includes 3,000 Fair Trade shops ("World Shops") affiliated to the Network of European World Shops (NEWS!) and 53 Fair Trade organisations in 11 European countries, including the European Fair Trade Association (EFTA).

Fair Trade organisations operate on the principle that trade can make a sustainable and significant contribution to poverty reduction. It is estimated that more than five million producers around the world benefit from Fair Trade terms and the producer support and capacity building that is provided. [i] In these ways Fair Trade is contributing to the realisation of the Millennium Development Goals, which seek to reduce the number of people living in absolute poverty by half by 2015. Through engagement with a worldwide network of producers and partner organisations who

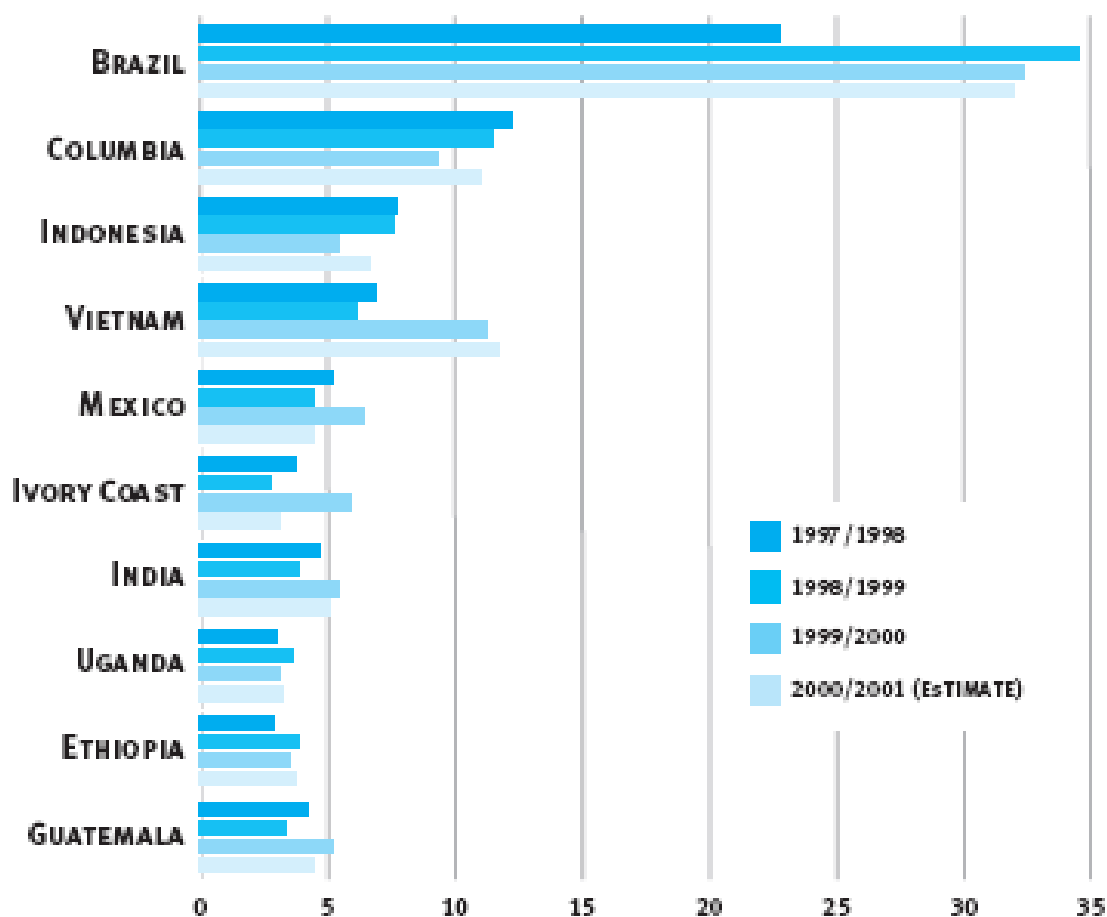
work with some of the world's poorest communities the Fair Trade movement had first-hand knowledge of the conditions under which trade can be a powerful force for sustainable economic and social development.

ΠΗΓΗ : [www.preda.net/article/a03080801.html](http://www.preda.net/article/a03080801.html) (28-09-2007)

## 7. Διαγράμματα που μας βοήθησαν

### 1. Παγκόσμια Παραγωγή Καφέ: οι 10 σημαντικότερες χώρες.

**World coffee production: 10 most important countries**  
(million bags of 60 kg)



Source: ICO

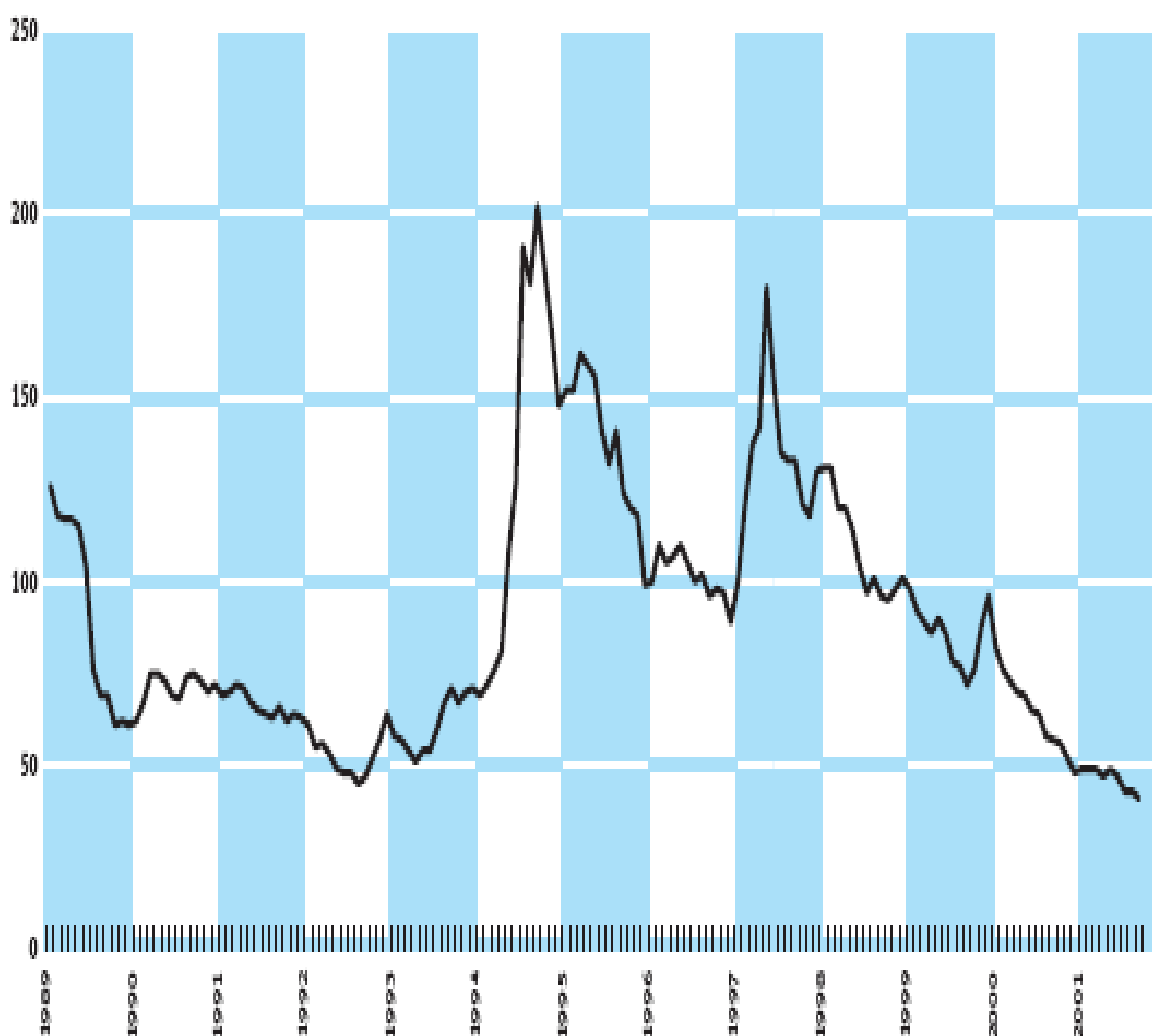
<http://www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/yb01-en.pdf>

(29/09/2007)



## 2. Τιμολόγηση Καφέ παγκοσμίως.

**World Coffee Price**  
*ICA Price Indicator, US cent per pound (monthly averages)*



Source: ICA

<http://www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/yb01-en.pdf>  
(29/09/2007)

### 3. Διευθύνσεις μελών της EFTA (Οκτώβριος 2006)

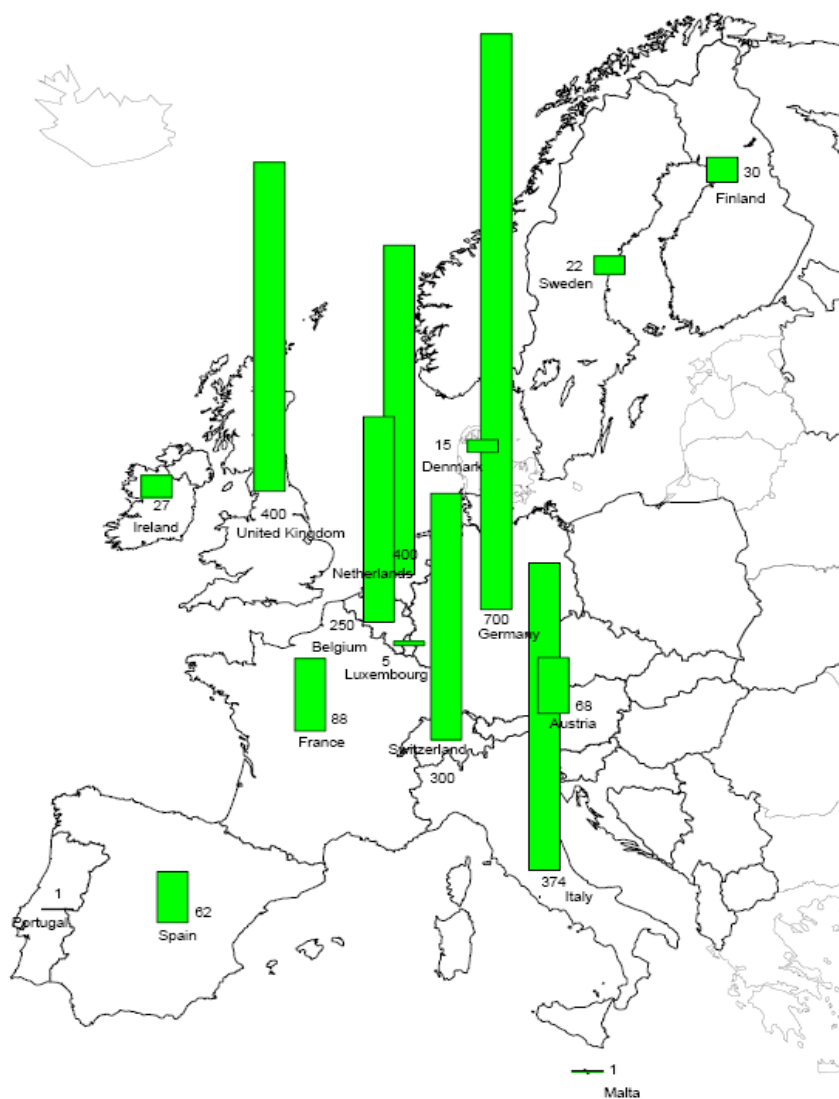
#### ADDRESSES EFTA MEMBERS (October 2006)

- Austria** **EZA Fairer Handel GmbH**, Wenger Strasse 5, 5203 Köstendorf  
phone: (+43) 6216-20200-0, fax: (+43) 6216-20200-999 e-mail:  
[office@eza.cc](mailto:office@eza.cc), website: [www.eza.cc](http://www.eza.cc)
- Belgium** **Oxfam Magasins du Monde**, Route Provinciale, 285, B 1301 Wavre (Bierges)  
phone: (+32) 10 43 79 50, fax: (+32) 10 43 79 69 e-mail:  
[mdmoxfam@mdmoxfam.be](mailto:mdmoxfam@mdmoxfam.be), website: [www.madeindignity.be](http://www.madeindignity.be)
- Oxfam Fairtrade cvba**, Ververijstraat 15, 9000 Gent  
phone: (+32) 9 218 8899, fax: (+32) 9 218 8877  
e-mail : [info@oft.be](mailto:info@oft.be), website: [www.oft.be](http://www.oft.be)
- France** **Solidar'Monde**, 44-52 rue George Sand, 94400 Vitry sur Seine  
phone: (+33) 1 457 365 43, fax: (+33) 1 457 365 42 e-mail:  
[solidarmonde@wanadoo.fr](mailto:solidarmonde@wanadoo.fr), website: [www.solidarmonde.fr](http://www.solidarmonde.fr)
- Germany** **GEPA**, P.O. Box 260147, 42243 Wuppertal (Gewerbepark Wagner, Bruch 4, 42279 Wuppertal) phone: (+49) 202 266 830, fax: (+49) 202 266 8310 e-mail: [gf@gepa.org](mailto:gf@gepa.org)  
website: [www.gepa.de](http://www.gepa.de)
- Italy** **Ctm Altromercato**, Via Francia 1/C 37135 Verona, Italy (offices)  
phone: (+39) 045 8008081 fax: (+39) 045 8008020 legal address:  
Via Crispi 9, 39100 Bolzano, Italy e-mail:[info@altromercato.it](mailto:info@altromercato.it),  
website: [www.altromercato.it](http://www.altromercato.it)
- Netherlands** **Fair Trade Original**, P.O. Box 115, (Beesdseweg 5), 4100 AC Culemborg  
phone: (+31) 345 545 151, fax: (+31) 345 521 423 e-mail:  
[post@fairtrade.nl](mailto:post@fairtrade.nl) website: [www.fairtrade.nl](http://www.fairtrade.nl)
- Spain** **Intermon Oxfam**, Departamento de artesanía y comercio, Calle Louis Pasteur, 6 (Parque Tecnológico) 46980 Paterna (Valencia) Phone: (+34) 961 366 275, fax: (+34) 961 318177 e-mail: [rsanchis@IntermonOxfam.org](mailto:rsanchis@IntermonOxfam.org), website: [www.IntermonOxfam.org](http://www.IntermonOxfam.org)
- IDEAS**, Avda. Amargacena, Pacela 9 – Nave 7, Polígono Amargacena, 14013 Córdoba,  
phone: central (+34) 957 429080 email: [info@ideas.coop](mailto:info@ideas.coop), website: [www.ideas.coop](http://www.ideas.coop)
- Switzerland** **claro fair trade plc**, P.O. Box 129, (Byfangstr. 19), CH-2552 Orpund  
phone: (+41) 32 356 07 00, fax: (+41) 32 356 07 01 e-mail:  
[mail@claro.ch](mailto:mail@claro.ch), website: [www.claro.ch](http://www.claro.ch)
- U.K.** **Traidcraft Plc**, Kingsway, Gateshead, Tyne & Wear, NE11ONE  
phone: (+44) 191 491 0591, fax: (+44) 191 4976 562, e-mail:  
[comms@traidcraft.co.uk](mailto:comms@traidcraft.co.uk), website: [www.traidcraft.co.uk](http://www.traidcraft.co.uk)
- EFTA** Kerkewegje 1, 6305 BC Schin op Geul, Netherlands phone:  
(+31) 43 325 6917, fax: (+31) 43 325 8433 e-mail:  
[efta@antenna.nl](mailto:efta@antenna.nl), website: [www.eftafairtrade.org](http://www.eftafairtrade.org), Fairdata officer e-mail: [fairdata@scarlet.be](mailto:fairdata@scarlet.be)
- EFTA** Rue du Commerce 124, 1040 Brussels, Belgium **Fair Procura** phone : (+32) 2 2173780,  
fax : (+32) 2 2173798 **Office** e-mail: [fair-procura@eftafairtrade.org](mailto:fair-procura@eftafairtrade.org) , website:  
[www.eftafairtrade.org](http://www.eftafairtrade.org)
- Fair Trade Advocacy Office** Rue du Commerce 124, 1040 Brussels, Belgium  
phone: (+32) 2 2173617, fax: (+32) 2 2173798  
e-mail: [info@fairtrade-advocacy.org](mailto:info@fairtrade-advocacy.org)

<http://www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/addres-09-2006.pdf> (29/09/2007)

#### 4. Αριθμός worldshops ανά την Ευρώπη.

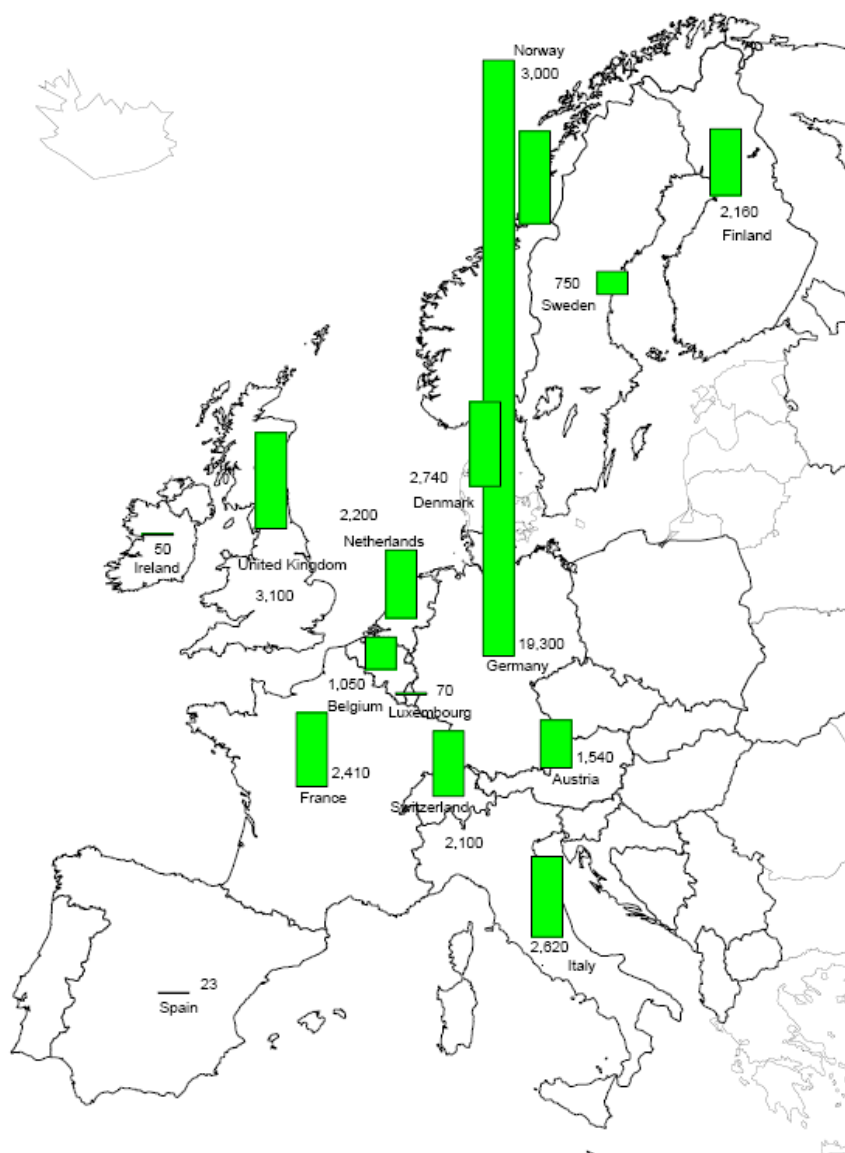
ANNEX 6a: NUMBER OF WORLD SHOPS



<http://www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/FT-E-2001.pdf>  
(29/09/2007)

## 5. Πωλήσεις προϊόντων Δίκαιου Εμπορίου σε supermarkets ανά την Ευρώπη.

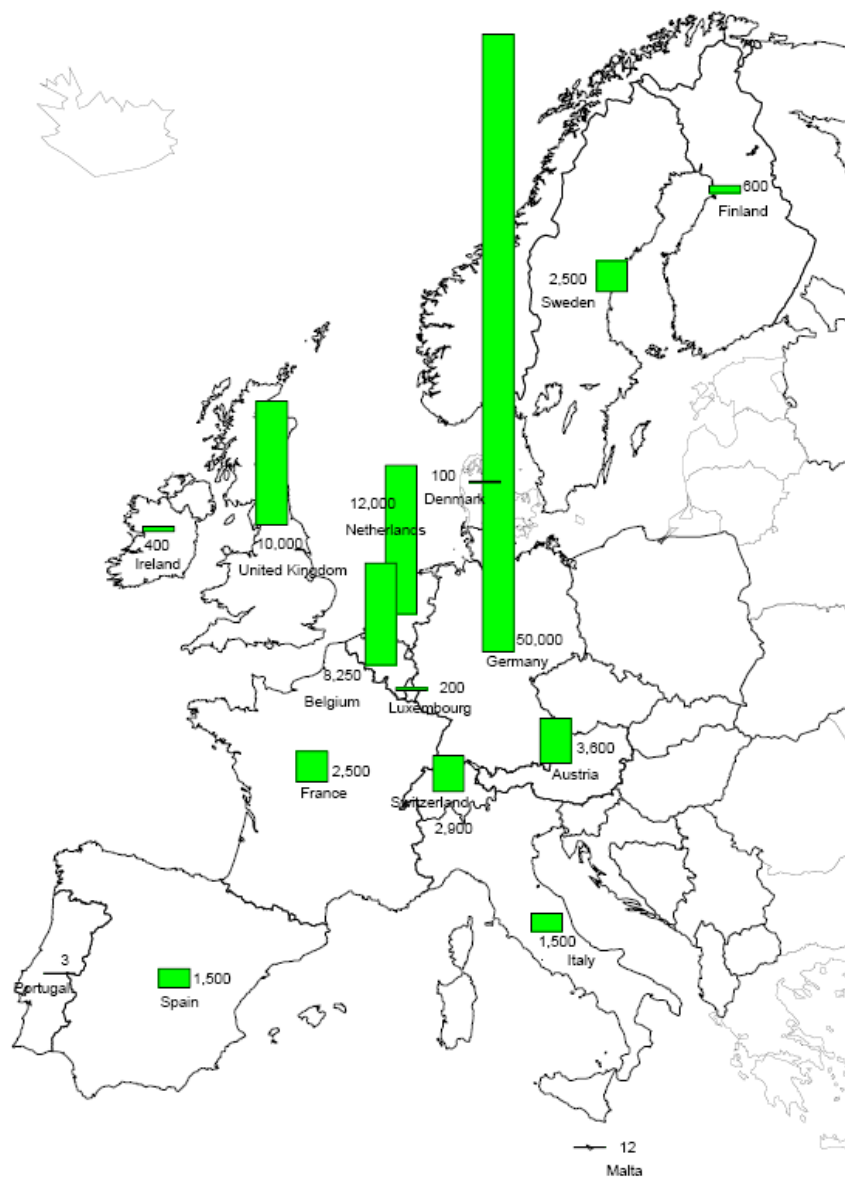
ANNEX 6b: SUPERMARKETS SELLING FAIR TRADE PRODUCTS



<http://www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/FT-E-2001.pdf>  
(29/09/2007)

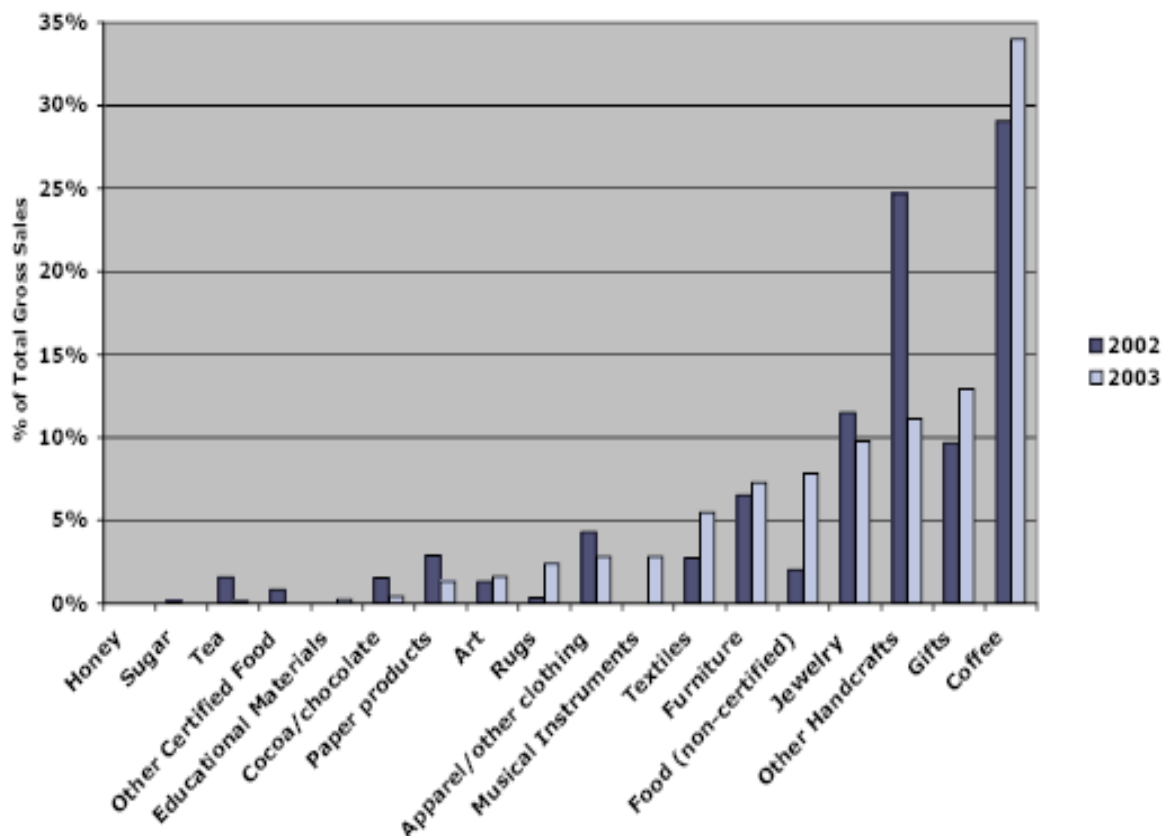
## 6. Εθελοντές του Δίκαιου Εμπορίου στην Ευρώπη.

ANNEX 6d: VOLUNTEERS IN FAIR TRADE



<http://www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/FT-E-2001.pdf>  
(29/09/2007)

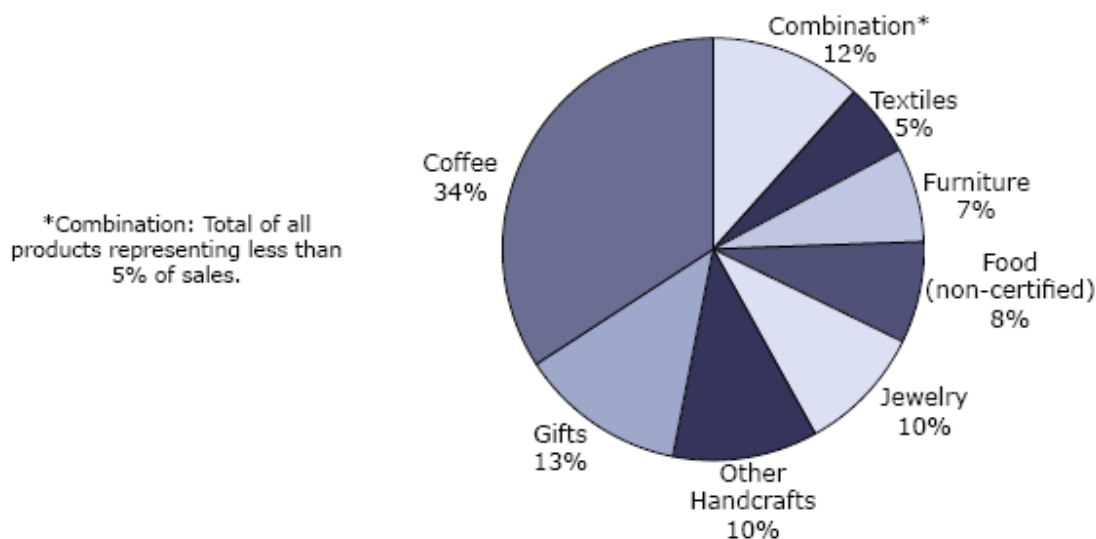
### 7. Ποσοστιαίες πωλήσεις ανά κατηγορία προϊόντων στη Β. Αμερική 2002-2003



<http://www.fairtradefederation.org/documents/2005FTFTrendsReport.pdf>

(29/09/2007)

### 8. Ποσοστιαίες πωλήσεις ανά κατηγορία προϊόντων στη Β. Αμερική το 2003



<http://www.fairtradefederation.org/documents/2005FTFTrendsReport.pdf> (29/09/2007)

## **8. Ιστοσελίδες που χρησιμοποιήσαμε**

1. <http://www.disabled.gr/lib/?p=8055> (25/05/2007)
2. <http://www.disabled.gr/lib/?p=8054> (25/05/2007)
3. [http://www.paseges.gr/dynamic/contentLoader/showContentObject.jsf?contentObjectId=ce460656-930e-4b68-b0b3-  
adf838749748&topicId=72949883-5c44-4307-9406-40972e3edb63](http://www.paseges.gr/dynamic/contentLoader/showContentObject.jsf?contentObjectId=ce460656-930e-4b68-b0b3-<br/>adf838749748&topicId=72949883-5c44-4307-9406-40972e3edb63)  
(28/09/2007)
4. [http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-  
//EP//TEXT+TA+P6-TA-2006-0320+0+DOC+XML+V0//EL](http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-<br/>//EP//TEXT+TA+P6-TA-2006-0320+0+DOC+XML+V0//EL)  
(25/05/2007)
5. [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004\\_2009/documents/pr/  
611/611480/611480el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/pr/<br/>611/611480/611480el.pdf) (28/09/2007)
6. [http://www.shell.com/home/content/gr-  
el/society\\_environment/sustainable\\_development/glossaire\\_enjeux.h  
tml](http://www.shell.com/home/content/gr-<br/>el/society_environment/sustainable_development/glossaire_enjeux.h<br/>tml) (28/09/2007)
7. [http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com\\_content&task=blog  
section&id=5&Itemid=27](http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com_content&task=blog<br/>section&id=5&Itemid=27) (24/05/2007)
8. [http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com\\_content&task=blog  
category&id=26&Itemid=56](http://www.fairtrade.gr/index.php?option=com_content&task=blog<br/>category&id=26&Itemid=56) (24/05/2007)
9. <http://www.agonaskritis.gr/?q=node/3099> (28/09/2007)
10. [http://responsible-  
purchasing.org/downloads/buying\\_matters\\_greek.pdf](http://responsible-<br/>purchasing.org/downloads/buying_matters_greek.pdf) (28/09/2007)
11. [www.preda.net/article/a03080801.html](http://www.preda.net/article/a03080801.html) (28-09-2007)

**9. Το Ερωτηματολόγιο της έρευνας παρατίθεται στην επόμενη σελίδα .**



**Α.Τ.Ε.Ι Θεσσαλονίκης**

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης

Μάθημα: Πτυχιακή Εργασία

Διδάσκοντες: Ειρήνη Ι. Τηλικίδου- Στογιάννη

## **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

**Δημοσκόπηση με θέμα την διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των ανδρών και γυναικών ηλικίας άνω των 18 ετών οικονομικά ενεργών και κατοίκων του δήμου Θεσσαλονίκης για τα προϊόντα του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα και το κατά πόσο υπάρχουν θετικές προοπτικές για την βιωσιμότητα και ανάπτυξη του νεοϊδρυθέντος καταστήματος στο κέντρο της Θεσσαλονίκης.**

**Όνοματεπώνυμο ερευνητών: ΚΟΥΣΙΔΗΣ ΣΑΒΒΑΣ**

**ΤΣΑΓΚΑΛΙΔΗΣ ΘΕΟΧΑΡΗΣ**

**Θεσσαλονίκη , Οκτώβριος 2007**

1. Έχετε αγοράσει ποτέ προϊόντα δίκαιου εμπορίου;

1. ΝΑΙ  2. ΟΧΙ

αν **ναι** συνεχίστε παρακάτω

ποιο/ά; \_\_\_\_\_

Από πού \_\_\_\_\_

αν **όχι** συνεχίστε με την ερώτηση 4

2. Εκφράστε τον βαθμό ικανοποίησης σας από την κατανάλωση προϊόντων δίκαιου εμπορίου.

1. Πολύ δυσαρεστημένος   
2. Δυσαρεστημένος   
3. Ούτε δυσαρεστημένος / Ούτε ικανοποιημένος   
4. Ικανοποιημένος   
5. Πολύ ικανοποιημένος

3. Από πού ενημερωθήκατε για την ύπαρξη προϊόντων δίκαιου εμπορίου;

1. Φίλους – Συγγενείς   
2. Περιοδικά – Εφημερίδες   
3. Διαφημίσεις TV/RADIO   
4. Διαδίκτυο (internet)

**4.** Πιστεύετε ότι τα προϊόντα δίκαιου εμπορίου μπορούν να ανταγωνιστούν τα συμβατικά προϊόντα;

1. Σίγουρα Ναι
2. Μάλλον Ναι
3. Ούτε Ναι / Ούτε Όχι
4. Μάλλον Όχι
5. Σίγουρα Όχι

**5.** Πόσο σπουδαίο είναι για την ζωή σας καθένα από τα παρακάτω ζητήματα.

	Καθόλου Σημαντικό			Πολύ Σημαντικό	
	1	2	3	4	5
1. Το πρόβλημα της φτώχειας των χωρών του τρίτου κόσμου.					
2. Η εκμετάλλευση παιδιών και 'ανθρώπων' κατά την παραγωγική διαδικασία.					
3. Η προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.					
4. Η μόλυνση του περιβάλλοντος.					

**6.** Παρακαλούμε να σημειώσετε το βαθμό συμφωνίας σας ή διαφωνίας σας με τις παρακάτω προτάσεις που αφορούν το δίκαιο εμπόριο.

	Διαφ ωνώ πάρα πολύ	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ / Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ πάρα πολύ

	1	2	3	4	5
1. Θεωρείται δίκαιη την αρχή της διασφάλισης κατώτατης τιμής για τους μικρούς παραγωγούς;					
2. Νομίζετε ότι είναι απαραίτητη η διασφάλιση των συνθηκών εργασίας; (υγιές και ασφαλές εργασιακό περιβάλλον, κανονικό ωράριο εργασίας)					
3.: <Σε πολλά από τα προϊόντα που φέρνουμε στο σπίτι μας κρύβονται προβλήματα όπως η εκμετάλλευση, η φτώχεια και η κοινωνική αδικία.> Συμφωνείτε με την παραπάνω πρόταση; .					
4. Τοποθετηθείτε σε σχέση με την αρχή της προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος.					
5. Συμφωνείτε με την εξασφάλιση ίσων ευκαιριών των 2 φύλων;					
6. Θεωρείτε σωστό τα καταστήματα να επανεπενδύουν τα κέρδη τους σύμφωνα με το σύστημα και τις αρχές του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου, στοχεύοντας παράλληλα και στην υψηλή ποιότητα προϊόντων;					
7. . Εκφράστε την γνώμη σας για την παρακάτω πρόταση: << Δεν θέλουμε τα παιδιά μας να φορούν παπούτσια κατασκευασμένα από ένα παιδί στο Μπαγκλαντές, που το εξαναγκάζουν να δουλεύει όρθιο 10 ώρες τη μέρα.>>.					

**7.** Μεταξύ δυο προϊόντων που πληρούν το βασικό κριτήριο επιλογής σας, θα επιλέγατε εκείνο το προϊόν για το οποίο ισχύουν επιπλέον κριτήρια όπως ο πλήρης σεβασμός των δικαιωμάτων των εργαζομένων, ο σεβασμός στο περιβάλλον και η υποστήριξη της βιώσιμης ανάπτυξης αναπτυσσόμενων χωρών;

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| 1. Σίγουρα Ναι         | <input type="checkbox"/> |
| 2. Μάλλον Ναι          | <input type="checkbox"/> |
| 3. Ούτε Ναι / Ούτε Όχι | <input type="checkbox"/> |
| 4. Μάλλον Όχι          | <input type="checkbox"/> |
| 5. Σίγουρα Όχι         | <input type="checkbox"/> |

**8.** Με ποια σειρά προτεραιότητας από το 1 μέχρι το 4 θα επιλέγατε να αγοράσετε ένα συγκεκριμένο προϊόν δίκαιου εμπορίου δίνοντας την μικρότερη τιμή στον πιο σημαντικό;

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. Διαφήμιση             | <input type="checkbox"/> |
| 2. Ποιότητα συσκευασίας  | <input type="checkbox"/> |
| 3. Τιμή                  | <input type="checkbox"/> |
| 4. Αξιοπιστία προμηθευτή | <input type="checkbox"/> |

**9.** Πως βρίσκετε την ιδέα ευαισθητοποίησης των μαθητών πάνω στις αρχές, τους στόχους και τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα σχολεία;

- 1. Εξαιρετική
- 2. Πολύ καλή
- 3. Ούτε καλή / Ούτε κακή
- 4. Πολύ κακή
- 5. Απαίσια

**10.** Πόσο πιθανό είναι να προβείτε στην αγορά προϊόντων δίκαιου εμπορίου στο μέλλον;

- 1. Πολύ απίθανο
- 2. Απίθανο
- 3. Ούτε απίθανο / Ούτε πιθανό
- 4. Πιθανό
- 5. Πολύ πιθανό

**11.** Βαθμολογείστε από το 1 έως 4 τις παρακάτω φράσεις σύμφωνα με τις οποίες πιστεύετε ότι μπορούν να γίνουν ευρύτερα γνωστά τα προϊόντα του Δίκαιου Εμπορίου στην χώρα μας.

- 1. Περιεκτικές και ελκυστικές καταχωρήσεις σε περιοδικά και εφημερίδες
- 2. Συχνότερες ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές παρουσιάσεις των προϊόντων

3. Ανταγωνιστικότερες τιμές σε σχέση με τα αντίστοιχα συμβατικά προϊόντα

4. Η γνώση των καταναλωτών για το περιεχόμενο του Δίκαιου Εμπορίου τους κάνει υπεύθυνους με αποτέλεσμα την αύξηση των εθελοντών και υποστηρικτών του κινήματος.

**12.** Θα θέλατε να βοηθήσετε το κίνημα του Δίκαιου Εμπορίου προσφέροντας εθελοντική εργασία στον ελεύθερο χρόνο σας;

1. Ναι  2. Όχι

Στις παρακάτω πέντε ερωτήσεις θα θέλαμε να μας γνωστοποιήσετε ορισμένα επιπλέον στοιχεία που αφορούν το άτομό σας.

**13** Φύλο

1. Άνδρας  2. Γυναίκα

**14.** Ηλικία

1). 18 – 25  2). 26 – 35   
3). 36 – 45  4). 46 – 55   
5). 56 – 65  6). Πάνω από 65

**15. Μηνιαίο οικογενειακό (οικονομικό) σας εισόδημα**

- |                  |                          |                  |                          |
|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| 1). < 1200€      | <input type="checkbox"/> | 2). 1201€– 1800€ | <input type="checkbox"/> |
| 3). 1801€– 2400€ | <input type="checkbox"/> | 4). 2401€– 3000€ | <input type="checkbox"/> |
| 5). > 3001€      | <input type="checkbox"/> |                  |                          |

**16. Επίπεδο εκπαίδευσης**

- |                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| 1. Δημοτικό                     | <input type="checkbox"/> |
| 2. Μέση εκπαίδευση              | <input type="checkbox"/> |
| 3. Φοιτητής                     | <input type="checkbox"/> |
| 4. Απόφοιτος ΑΕΙ / ΤΕΙ          | <input type="checkbox"/> |
| 5. Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου | <input type="checkbox"/> |

**17. Επάγγελμα**

- |                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| 1. Μαθητής / Φοιτητής      | <input type="checkbox"/> |
| 2. Δημόσιος υπάλληλος      | <input type="checkbox"/> |
| 3. Ιδιωτικός υπάλληλος     | <input type="checkbox"/> |
| 4. Ελεύθερος επαγγελματίας | <input type="checkbox"/> |
| 5. Συνταξιούχος            | <input type="checkbox"/> |
| 6. Οικιακά                 | <input type="checkbox"/> |
| 7. Άνεργος                 | <input type="checkbox"/> |

**18. Ονοματεπώνυμο**\_\_\_\_\_

*Σας ευχαριστούμε για τη συνεργασία σας.*



## 10. Άρθρο εφημερίδας ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ, τεύχος 231 σελ.7 <<Αλληλέγγυο εμπόριο στη Θεσσαλονίκη>> (28/09/2007)

# «Αλληλέγγυο εμπόριο» στη Θεσσαλονίκη

«FAIR TRADE HELLAS»

Της Βίκυς Φιλιππίδου, vfilippidou@hol.gr

**Μ**ετά την άκρως επιτυχημένη πορεία του καταστήματος της Fair Trade στην Αθήνα, η Θεσσαλονίκη υποδέχτηκε την Τετάρτη 26 Σεπτεμβρίου το νέο, μη κερδοσκοπικό παράρτημα της εταιρίας, με το όνομα Altromercato. Το γεγονός μας κάνει ιδιαίτερα χαρούμενους, καθώς, ως γνωστόν, η Fair Trade είναι μια μη κερδοσκοπική, μη κυβερνητική οργάνωση που στοχεύει στο να διαδώσει το κίνημα του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στην Ελλάδα και να συμβάλει στην υπευθυνότητα και την ευαισθησία των καταναλωτών. Ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2004 σε συνεργασία με τον Ιταλικό συνεταιρισμό CTM Altromercato και άνοιξε το πρώτο μη κερδοσκοπικό κατάστημα με προϊόντα δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου στο κέντρο της Αθήνας.

### Εναλλακτική προσέγγιση

Τι εννοούμε όμως λέγοντας «δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο»; Πρόκειται για μια εναλλακτική προσέγγιση της εμπορικής δραστηριότητας, μια νέα μορφή εμπορικής συνεργασίας βασισμένη στο διάλογο, τη διαφάνεια και το σεβασμό. Σε αντίθεση δηλαδή με το συμβατικό εμπόριο, αποσκοπεί στον περιορισμό της φτώχειας και στη βιώσιμη ανάπτυξη των οικονομικά μη προνομιούχων και περιθωριοποιημένων παραγωγών του αναπτυσσόμενου κόσμου. Σεβόμενο τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον, εξασφαλίζει ίσες ευκαιρίες μεταξύ των δύο φύλων, υγείας και ασφαλείας συνθήκες εργασίας, αλλά και υψηλή ποιότητα των προϊόντων.

Το έργο της Fair Trade Hellas είναι πολύ σημαντικό εάν αναλογιστούμε ότι στον αναπτυσσόμενο Νότο όλο και περισσότεροι παραγωγοί εξαρτώνται από πολυεθνικές εταιρίες, οι οποίες αγοράζουν τα προϊόντα τους σε πολύ χαμηλές τιμές, με αποτέλεσμα να τους εξοστρακίζουν οικονομικά. Αντίθετα, μέσω του δίκαιου εμπορίου, τους δίνεται η δυνατότητα να συνδέονται με δίκαιους μεσάζοντες, τόσο για την πώληση των προϊόντων τους όσο και για την παροχή οικονομικών διευκολύνσεων.

Πολλοί δυστυχώς ταυτίζουν το ηθικό εμπόριο με το μίζερο. Στην πραγματικότητα, το εντελώς αντίθετο συμβαίνει. Στο κατάστημα Altromercato της πόλης μας, κοντά στην πλατεία Ναυαρίνου, μπορεί να βρει κανείς ξεχωριστά ρούχα και αξεσουάρ από όλο τον κόσμο, καλαίσθητα έπιπλα και είδη σπιτιού, αλλά και τρόφιμα και ποτά που βάζουν τον ουρανό σου σε πειρασμό! Ανυπομονώ να γευτώ τα μπανάνα τσιπς από τις Φιλιππίνες, τη μαρμελάδα ανανά από το Εκουαδόρ, το κους κους



μια ζαυθή μπίρα με κινόα από τη Βολιβία και ρύζι από την Ινδία. Ή, ακόμα καλύτερα, να δοκιμάσω ένα δροσιστικό guaranito που παράγεται από το φυτό guarana του Αμαζονίου, γνωστό για τις ενεργητικές του ιδιότητες. Αλλωστε, με δαλεάζει ο μύθος που λέει ότι οι ιθαγενείς πάντα πίνουν το εκχύλισμα αυτού του κόκκινου καρπού πριν πάρουν σημαντικές αποφάσεις. Όσο για τις τιμές, αυτές όχι απλά διατηρούνται σε πολύ λογικά επίπεδα, αλλά συχνά είναι και πιο χαμηλές από τις αντίστοιχες των σούπερ-μάρκετ. Η υπεύθυνη του καταστήματος, Πολίνα Μουσιάδου, επισημαίνει ότι αυτό είναι δυνατόν «εφόσον πρόκειται για μια προσπάθεια μη κερδοσκοπική και 20 άνθρωποι δουλεύουν εθελοντικά για το κατάστημα.»

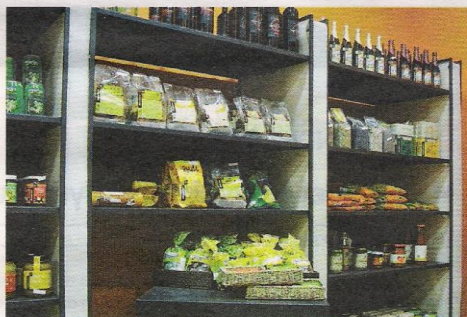
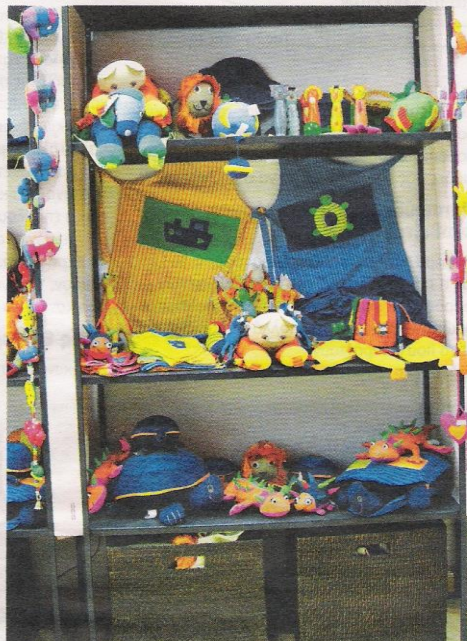
Τη ρωτάμε για το αν πιστεύει πως έχει διαμορφωθεί ευσυνείδητο καταναλωτικό κοινό στη Θεσσαλονίκη, έτοιμο να υποδεχτεί αυτή την προσπάθεια. «Είμαι σίγουρη πως το κοινό αυτό υπάρχει. Αλλωστε ο μεγάλος αριθμός των εθελοντών που ήδη προσφέρθηκε να εργαστεί για το Altromercato δίνει από μόνος του ένα πολύ ενθαρρυντικό μήνυμα.»

### Ακολουθούμε

Η Ελλάδα μοιάζει να ακολουθεί - αν και με πιο αργούς ρυθμούς - την ευρωπαϊκή τάση που υπαγορεύει την ευαισθητοποίηση του καταναλωτή, ο οποίος αρχίζει να γυρνά την πλάτη στις πολυεθνικές που δεν σεβόνται τα ανθρώπινα δικαιώματα. Αλλωστε στο «βιογραφικό» της Fair Trade εντάσσονται τα μπουκοτάζ των καταναλωτών κατά της Nestle, της Coca Cola, της Shell και της Mitsubishi.

Στην Ευρώπη υπάρχουν περισσότερα από 3.000 καταστήματα και 70.000 σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων fair trade, όπου απασχολούνται εκατοντάδες εργαζόμενοι και σχεδόν 100.000 εθελοντές. Η δραστηριότητά τους μεταξύ των άλλων περιλαμβάνει εκστρατείες ενημέρωσης των καταναλωτών, των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των πολιτικών.

Μπορεί έως τώρα οι μεγάλες εταιρίες να καθοδηγούσαν τις επιλογές μας μέσα από στρατηγικά σχεδιασμένες διαφημίσεις και συσκευασίες. Τώρα όμως είναι καιρός να αρχίσουμε να ελέγχουμε εμείς, ως καταναλωτές, τις εταιρίες, ώστε να επιβεβαιώνουμε ότι οι μέθοδοι και οι τρόποι συμπεριφοράς τους ανταποκρίνονται στις δικές μας ηθικές αξίες. Όπως τονίζει και το φυλλάδιο της Fair Trade «αλλάζοντας τις καθημερινές μας επιλογές, υπογραμμίζουμε



Info: Altromercato F.T.H., Βύρωνος 6  
(δίπλα στην πλατεία Ναυαρίνου)  
Τηλ: 2310-241648  
E-mail: thessaloniki@fairtrade.gr

διαδρομές 07

