

# Organizațiile de comerț echitabil și de etichetare Fair Trade

Într-o primă perioadă, produsele de comerț echitabil au fost vândute mai ales de către organizațiile de comerț echitabil care aveau comerțul echitabil în centrul activităților lor. În anii 70 și 80, produsele din comerțul echitabil au fost vândute consumatorilor cu precădere în «world shop<sup>[1]</sup>» sau în magazine de comerț echitabil.

În a doua parte a anilor 80, a fost dezvoltată o nouă modalitate de comercializare a produselor de comerț echitabil. Un preot care muncea cu mici fermieri de cafea din Mexic și un colaborator a unui ONG bisericesc olandez au convenit asupra ideii de etichetă Fair Trade. Cafeaua adusă, comercializată și vândută ca respectând condițiile de comerț echitabil s-ar califica pentru o etichetă care i-ar permite să se evidențieze printre tipurile de cafea obișnuită de pe rafturile magazinelor și care ar permite nu numai organizațiilor de comerț echitabil să comercializeze aceste produse, ci oricărui tip de companie. În 1988 eticheta “Max Havelaar” a fost dezvoltată în Olanda. Conceptul a prins foarte bine: într-un an cafeaua care deținea această etichetă a avut o cotă de piață de aproape 3%.

În anii următori, organizații similare non-profit de etichetare au fost dezvoltate în alte țări europene și din America de Nord. În anul 1997, a fost înființată asociația internațională de etichetare, Fairtrade Labelling International (FLO). În prezent, FLO este responsabilă pentru dezvoltarea de standarde internaționale pentru produsele de comerț echitabil, certificând procesul de producție, dezvoltând audit în privința acordurilor comerciale cu privire la aceste standarde. Etichetarea Fair Trade a ajutat mișcarea de comerț echitabil. În prezent, peste două treimi dintre produsele de comerț echitabil sunt vândute prin servicii de catering și prin retaileri.

Paralel cu dezvoltarea etichetei pentru produse, WFTO (Organizația Internațională a Comerțului Echitabil) a dezvoltat un sistem de monitorizare pentru organizațiile de comerț echitabil. Cu obiectivul de a întări credibilitatea acestor organizații în fața factorilor de decizie, a companiilor tradiționale și a consumatorilor, WFTO a lansat în 2004 Marca pentru Organizațiile de Comerț Echitabil. Această marcă se acordă organizațiilor membre care îndeplinesc condițiile impuse de sistemul de monitorizare WFTO. WFTO cooperează cu FLO în ceea ce privește Sistemul de Management al Calității pentru Comerțul Echitabil. WFTO este în curs de dezvoltare a unei etichete terț.

**Logo WFTO** este pentru organizațiile care demonstrează 100% angajament față de comerțul echitabil în toate activitățile de business. Doar membrii WFTO monitorizați au dreptul de a folosi acest logo.



Lansat în anul 2004, în cadrul Forumului Social din India, acest logo arată că o organizație respectă cele 10 principii ale comerțului echitabil, cu privire la condițiile de muncă, transparență, salarizare, mediu înconjurător, egalitatea de gen, etc

**Marca Fairtrade** este o etichetă de produs, inițiativă a Organizației Internaționale pentru Etichetare Fairtrade (FLO). Acesta a dezvoltat un sistem de certificare a standardelor de producție, de comerț și de etichetare pentru un număr de produse, în special produse de larg consum.



Etichetarea Fairtrade poate varia de la o țară la alta, însă majoritatea distribuitorilor utilizează logoul prezentat alăturat.

---

<sup>[1]</sup> **Worldshops, world shops** sunt retaileri specializați care comercializează și promovează produse din comerțul echitabil. Acestea se implică adesea în organizarea de activități educative. De cele mai multe ori acestea sunt gestionate de către organizații neguvernamentale și se bazează pe munca voluntarilor.