

No només cafè



Artesania i roba. Llibres i alimentació. Tots els productes amb la certificació de Comerç Just compleixen amb criteris d'equitat social i mediambiental.

És l'ensenya del **Comerç Just**, però darrere de la venda d'aquesta matèria primera -de la qual els països del sud en produeixen 6 milions de tones per any- hi ha la lluita per fer canviar les relacions tradicionals de mercat arreu del món

Solidaris

Textos: **Laura López**
Fotos: **Serge Cases**

PALMA El cafè, la matèria primera que més doblers mou al món després del petroli, és el producte ensenya del Comerç Just. Però no tot el mercat alternatiu es basa en la indústria cafetera, que produeix 6 milions de tones de l'altre or negre a l'any. Te, cacau i sucre vénen darrere en les llistes d'un negoci que, a partir criteris socials i mediambientals, vol canviar les regles del joc del comerç internacional.

Per consumir cafè, te, cacau o sucre s'ha de recórrer irremeiablement als països del sud. El comerç alternatiu, però, ofereix també altres queviures que integren l'ali-

mentació de cada dia, com ara l'arròs, les pastes, la melmelada o els fruits secs. L'artesanía, la roba i els articles de regal en general formen també part de la imatge col·lectiva d'una botiga de Comerç Just.

Hi ha devers 3.000 d'aquest tipus de botigues a tot Europa. A l'Estat, n'hi ha més de 50 des que començaren a establir-se el 1986. L'organització S'altra Senalla lidera el sector a Balears des que el 1994 aterrà a Palma. La botiga d'Intermón Oxfam i la de la Fundació Vicenç Ferrer, entitats socials molt arrelades a tot l'Estat, amplien l'oferta a Ciutat.

El mite del producte de luxe

"Com en tots els negocis, el nostre comprador tipus és dona i de mitjana edat", diu Marta Pizarro, responsable de S'altra Senalla, "però amb el pas del temps és ver que el

ventall s'ha ampliat a població més jove". I és que, segons Pizarro, "l'associació d'idees producte de comerç just igual a producte més car és falsa".

Per fer aquesta acusació, diu, s'ha de considerar que "són productes exquisits i de qualitat com els que es podrien trobar en qualsevol botiga gourmet, amb el valor afegit que el cultiu de les matèries primeres

emprades és biològic i, a més, estan certificades i controlades en origen".

De fet, en aquest tipus de botigues trobam les espècies per entre 0,70 i 1,80€; el paquet de cafè, a partir d'1,65€; el de sucre, al voltant de 2€; camisetes des de 12 fins a 18 euros; i llibres de cuina per no més de 20€.

Certificar el producte

El Comerç Just intenta "humanitzar" el comerç internacional a través d'uns principis socials i ecològics que garanteixen un tracte comercial equitatiu entre productors dels països del sud i consumidors del nord. Però, com s'ho fan?

Hi ha dues vies de certificació de Comerç Just. Una és el Segell Fairtrade, que certifica just el producte. A l'Estat, l'Associació de Segells de Productes de Comerç promou el segell i vetla perquè les empreses



Una campanya d'àmbit mundial pressiona els governants a introduir mesures reals contra el canvi climàtic

que signen un contracte per comercialitzar algun d'aquests productes es comprometin també a complir amb les convencions de l'Organització Internacional de Treballadors.

L'altra és la marca IFAT (Associació internacional de comerç just per les seves sigles en anglès), que garanteix a través d'auditories externes que una organització forma part de la xarxa d'entitats socials que es dediquen exclusivament a l'activitat del Comerç Just.

La batalla de l'Administració

Precisament la IFAT ha posat en marxa una campanya d'àmbit mundial per fer pressió als governants i que aquests es comprometin a introduir mesures contra el ja cèlebre canvi climàtic. L'objectiu és fer veure que el Comerç Just, a més de criteris d'equitat social, també es regeix pel respecte al medi ambient.

La Coordinadora Estatal de Comerç Just s'ha sumat a aquesta iniciativa, que durarà dos anys i que demana al Govern central incloure en la contractació pública clàusules ètiques i mediambientals que, tot i no ser vinculants, puntuin positivament als concursos de l'Administració. Fins ara, a l'Estat, les experiències són minoritàries i es duen a terme en un àmbit local, sobretot al País Basc o a Catalunya. Just l'1 per cent del cafè que es comercialitza a l'Estat espanyol prové del Comerç Just. I està més que provat: el consum potencial és enorme. •

25

Milions d'euros de negoci el 2006

L'Estat espanyol és a la coa d'Europa en Comerç Just. Segons dades del 2006, aquest comerç movia un volum de negoci d'entre 20 i 25 milions d'euros. D'altra banda, al Regne Unit -model de referència en CJ- arribava als 700 milions el mateix any. Actualment, un de cada dos cafès que prenen els britànics té certificat Fairtrade. •



Marta Pizarro, responsable de S'altra Senalla, organització pionera a les Illes.

Quan l'empresa privada entra en el mercat

PALMA En els darrers anys, multinacionals com Starbucks, Dunkin Donuts o McDonalds s'han llançat a signar contractes per vendre als seus establiments determinats productes amb segell de Comerç Just en una clara estratègia de màrqueting. També en grans cadenes de supermercats com Carrefour, Alcampo, Mercadona o SYP hi podem trobar articles de consum bàsic.

El negoci del Comerç Just és exclusiu de les ONG o, per contra, tothom pot ficar-hi mà? Què ve primer: l'ètica o l'expansió d'aquest tipus de mercat?

Per Marta Pizarro, de S'altra Senalla, hi ha dues qüestions clau. Per una banda, hi ha la voluntat dels petits productors del sud, que s'ha de respectar. I en aquest sentit reflexiona: "Com més cafè venguin els pagesos, per exemple, millor per a ells, perquè el seu volum de negoci creix". D'altra banda, "amb l'entrada de l'empresa privada -diu- es perd l'etapa d'informació, la tasca informativa que feim les organitzacions per explicar d'on vénen els productes i en quines condicions". "I què passa amb el tipus de contractació i el tracte als treballadors d'aquestes empreses grosses? Com controlar-ho?", es pregunta.

Per Guillem, de l'equip de comunicació de la Coordinadora Estatal de Comerç Just, el problema rau en el fet que tot allò que comporta el moviment de Comerç Just caigui en una certa "trivialització" per la usurpació o, tot sim-

ACA NOSTRA

Un racó ecosolidari

A Palma, el restaurant Verd i Blau ofereix des de fa més de 10 anys plats cuinats amb productes de Comerç Just de base, com ara l'arròs, les pastes, el sucre, el cafè o la quinoa. "Perquè combregam amb la filosofia dels qui compren directament als productors i no exploten els treballadors, i perquè som conscients de la dràstica situació dels qui fan feina al camp", explica Salvadora, gerent del local. "En els inicis el nostre restaurant era 100% ecològic perquè cuinàvem les verdures del nostre hort. Això no s'entenia gaire bé i llavors sempre ens confonien amb un de vegetarià", diu rient mentre confessa: "És ver que ara és més fàcil trobar aquest tipus de productes, però el negoci de sempre ha estat un somni difícil de dur a terme".



plement, per un ús incorrecte del terme.

A l'altre costat es troba Pablo Cabrera, responsable de l'Associació de Segells de Productes de Comerç Just, qui creu que l'entrada dels productes solidaris a les botigues de comerç tradicional és una qüestió de procés, una fase per la qual s'ha de passar si es vol començar a fer feina, perquè d'alguna manera una empresa privada determinada canviï els seus mecanismes comercials i, d'aquesta manera, "intentar transformar el sistema des de dins, sabent que és molt complicat".

"Allò que més valora la gent és el fàcil accés als articles -explica citant dos estudis fets a Galícia i a Catalunya-. La majoria fa les compres al súper. Què hi ha de dolent, doncs, a apropar aquest tipus de productes als consumidors?", es demana Cabrera.

"Si l'objectiu és que els petits productors del sud puguin accedir als canals de consum habituals del nord, cal donar espai a l'empresa privada dins el negoci, perquè les entitats socials tenen una quota de mercat molt baixa. Hem de ser realistes", assevera Cabrera. I argumenta: "Cal tenir en compte que el 95% de les empreses que comercialitzen productes de Comerç Just a l'Estat són Pime, no multinacionals. Així, s'ha de confiar que dins les empreses privades hi ha tota una escala de grisos i, per tant, no sempre les podem considerar com un llop ferotge", explica. •



MIQUEL A. MARIA
miquelmaria@gmail.com

En les teves mans

Walter Espinosa, pagès del poble arhuaco (nord de Colòmbia), va començar a acotar l'espina quan tenia vuit anys per collir el cafè de les extenses possessions d'un amo desconegut. Durant dècades, amb prou feines va aconseguir guanyar un jornal de misèria, fins que va dir prou. Esperonat per l'experiència d'uns veïns, fa cinc anys es va unir a una cooperativa que explota les terres comunals. Produeixen un cafè ecològic d'altíssima qualitat, que exporten a través d'una comercialitzadora de Comerç Just.

Ara tenen una nova batalla. La multinacional que explota una "hacienda" veïna reclama la propietat d'una part de les terres comunals, apel·lant a un títol de dubtosa veracitat. Els arhuaco no tenen la fortuna de comptar amb un Estat que vetlli pels seus interessos, més aviat al contrari: temen la corrupció de les altes instàncies judicials i polítiques. Sigui com sigui, el Cabildo Gobernador Arhuaco ha portat el cas davant la Justícia. És la primera vegada que podran pagar-se uns advocats, perquè el Comerç Just els ha donat alguna cosa més que dignitat: els ha aportat recursos econòmics, que ara posen al servei de la comunitat. La possibilitat de guanyar el plet està, ni que sigui una miqueta, en les teves mans.

No t'hi escarrassis: n'hi ha prou que beguis el seu cafè.