

[Internacional](#)

Cap a on va el comerç just?



01/06/2012



Font:



Font:



Font:



Font:

Cap a on va el comerç just?

01/06/2012



Resum:

El moviment del comerç just té una trajectòria de més de 40 anys. Durant aquest temps ha anat evolucionant i s'han plantejat nous reptes. "[Cap a on va el comerç just?](#)" és el títol d'un llibre coordinat per Xavier Montagut i Esther Vivas l'any 2008, que perfilava una **nova perspectiva del comerç just**, de la mà de la sobirania alimentària.

Assegurar als treballadors/ores un salari digne, fomentar la igualtat entre homes i dones i el respecte al medi ambient, fer que l'activitat econòmica repercuteixi positivament en la comunitat i eliminar el treball infantil són alguns dels pilars del comerç just. Aquest moviment internacional, iniciat a a meitats dels anys seixanta a Bèlgica i als Països Baixos, s'ha estès i integra en l'actualitat a milers d'ONG, botigues, cooperatives i col·lectius de

productors d'arreu del món.

Des dels seus inicis, l'objectiu ha estat lluitar per una **major justícia i igualtat de condicions en el terreny del comerç mundial**, tot donant suport a petits productors dels països empobrits.

Aquest [vídeo](#) de l'Agència Catalana del Consum explica les bases d'aquest moviment i mostra la feina que fan l'empresa [Alternativa3](#) i l'ONG [SETEM Catalunya](#).

Malgrat la crisi, el comerç just ha continuat creixen any rere any. L'informe [El Comercio Justo en España 2010. Crisis, impactos y alternativas](#) de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) assenyala que la facturació total registrada pels articles de comerç just durant el 2010 va ser de 22'5 milions d'euros, fet que suposa un **increment del 24%** respecte al 2009 i del 33% des de 2008.

A més, Catalunya és la comunitat autònoma que més ha contribuït a l'augment de les vendes espanyoles, segons l'informe [El comerç just a Catalunya 2009](#) de SETEM.

A Catalunya ONG com [SETEM](#), la [Xarxa de Consum Solidari](#) o [Intermón Oxfam](#) tenen botigues de comerç just. A més, des del 2008, i arran de la creació del segell de comerç just, també pots trobar productes certificats a grans superfícies, un pas que ha augmentat les vendes però que també ha generat un debat dins el moviment.

Un segell polèmic

Avui en dia, el [segell Fairtrade](#) serveix per identificar aquells productes que són de comerç just. La creació d'aquest segell, però, va ser polèmic, ja que a partir de la certificació qualsevol supermercat o gran superfície va quedar legitimada per vendre un producte de comerç just. Fins a aquell moment era la **botiga de comerç just** la que certificava l'origen del producte.

D'una banda, aquest fet ha donat més visibilitat al comerç just i l'oportunitat d'augmentar les vendes, però algunes entitats han criticat que, d'altra banda, la indústria agroalimentari l'ha fet servir com a instrument de màrqueting i de **neteja d'imatge**. N'és un exemple el cas de la cadena de cafeteries Starbucks, que l'any 2010 va anunciar que comercialitzaria a Europa el 100% del seu cafè exprés com a cafè de comerç just certificat per l'Associació del Segell FLO.

La Xarxa de Consum Solidari [va denunciar](#) que mentre comercialitzava cafè amb el Segell FLO, aquesta empresa intentava patentar una varietat de cafè, donava suport a les guerres a l'Iraq, Afganistan i Kuwait, i es declarava partidària de portar armes de foc en els espais públics.

SETEM també [va mostrar la seva preocupació](#) per la possible rebaixa dels criteris i els estàndards que podria produir el fet que Starbucks es convertís en el comprador més gran de comerç just; i per la possible potenciació d'un comerç que, amb les mateixes característiques del **model neoliberal dominant**, relegués el paper de les persones productores en simples proveïdores i no al d'agents actius del seu propi desenvolupament.

Més enllà del comerç just: Sobirania alimentària i consum responsable

El comerç just és cada cop més conegut, iniciatives com la Festa del Comerç Just i la Banca Ètica l'han anat donant a conèixer i, en l'actualitat, qui més qui menys n'ha sentit a parlar. Així, moltes persones podrien donar resposta a la pregunta: "Què és el comerç just?". Això no vol dir, però, que només hi hagi una manera de definir-lo i entendre'l. La consolidació de les organitzacions de comerç just ha fet florir una sèrie de **debats sobre el model de comerç just** i les estratègies de futur del moviment.

Els nous plantejaments reivindiquen tant la justícia en la producció en origen com en la venda final i qüestionen la

visió estrictament Nord-Sud, exigint un model de comerç amb justícia també Nord-Nord i Sud-Sud. Es tracta d'una visió que planteja un **model de comerç just transformador**, oposant-se a la seva venda en grans superfícies.

Tan important és pagar un preu digne al productor com que en la transformació i l'elaboració del producte, així com en la venda final, no intervinguin multinacionals i cadenes agroalimentàries.

La Xarxa de Consum Solidari afirma, per exemple, que "cal vincular el comerç just a la defensa del **dret a la sobirania alimentària** i a la promoció dels circuits curts i el comerç de proximitat". Sota aquests principis, no s'haurien d'importar productes que es produïssin a casa nostra amb components socials i ecològics equivalents, ja que l'impacte ecològic de la seva importació no justifica els beneficis que pugui aportar al seu consum. D'aquesta manera, es vincula el comerç just amb el **consum ecològic i de proximitat** i la lluita per la sobirania alimentària.

Aquesta entitat defensa una perspectiva global del comerç just, "un comerç just que defensa el dret a la sobirania alimentària, a la terra, a les llavors, a produir i a consumir lliurement".

Etiquetes: [sobirania alimentària](#), [consum responsable](#), [comerç just](#), [SETEM Catalunya](#), [Xarxa de Consum Solidari](#), [Esther Vivas](#), [Oxfam Intermon](#)

URL d'origen: <https://xarxanet.org/internacional/noticies/cap-a-on-va-el-comerc-just>