



16 de Febrero 2010

Primera certificación conjunta Orgánica + Social + Comercio Justo

„Orgánico y Justo“ de una sola vez

Múnich/Germany – Naturland presenta su nueva certificación de Comercio Justo en la BioFach, en Nürnberg. Por primera vez, una asociación alemana de productores orgánicos hace posible que todos sus miembros y asociados, en Alemania y a nivel internacional, puedan etiquetar sus productos como de comercio justo, previo cumplimiento de ciertos criterios muy estrictos. Los siete grupos de requisitos normativos, basados en la „Carta de Principios de Comercio Justo“, exigen por ejemplo: responsabilidad social, relaciones comerciales confiables, precios justos al productor y preferencia a las materias primas de origen local. En la BioFach, las organizaciones de comercio justo dwp eG y BanaFair, presentan el té de Sud Africa „Rooibos“ y bananas del Ecuador, como los primeros productos que cuentan con la certificación de Comercio Justo de Naturland a nivel internacional. La leche de la lechería „Milchwerke Berchtesgadener Land“ fue el primer producto certificado como „Naturland Fair“ en Alemania. Estos productos están etiquetados con el conocido logo de Naturland y el término „Fair“ (Justo) adicional. Hans Hohenester, agricultor de Naturland y Presidente del Directorio de la Asociación, define esta pionera iniciativa en los siguientes términos: „Por medio de sus normas orgánicas, sociales y ahora con las de comercio justo, Naturland es la primera asociación ecológica que abarca las tres dimensiones de la sostenibilidad“.

Ventajas de la nueva certificación

A diferencia de lo que sucede con la oferta que ya existe en el mercado sobre este tema, la certificación de Comercio Justo de Naturland tiene una serie de ventajas, como ser: certificación del producto o de la empresa, recompensa de comercio justo tanto para los productos procedentes de las regiones en desventaja económica, como de los países miembros de la OCDE, posibilidad de realizar simultáneamente los controles para la certificación orgánica y de comercio justo, y considerando de lo local. Lo nuevo es que, antes de certificar un producto, se verifican ya ciertas condiciones de la empresa como ser su compromiso o su estrategia empresarial social, además de la transparencia requerida. „Ninguna empresa comercial que solamente compre los productos más baratos, sin tomar en cuenta a la gente que los produce y al medio ambiente, podrá llevar el logo „Naturland Fair“, asevera Hans Hohenester.

Desarrollo continuo y consecuente

Este esquema de certificación voluntaria surge a consecuencia del desarrollo de los „Criterios de Naturland para la cooperación justa“, en base a los cuales ya en el año 2006 se había reconocido a tres socios de Naturland. De la cooperación entre las organizaciones de comercio justo y Naturland nació un sistema de regulaciones que, por una parte, está fuertemente ligado a la situación de los pequeños productores y sus cooperativas en las regiones en desventaja, y que, por otra parte, toma en cuenta también los intereses de los productores y de los procesadores en los países miembros de la OCDE.

Se buscan productos orgánicos y de comercio justo

Según un estudio realizado por Nielsen Company, son cada vez más los consumidores de productos orgánicos que esperan un auténtico compromiso social y el establecimiento de relaciones comerciales justas. Por ende, el logo „Naturland Fair“ representa una buena oportunidad para los productores y procesadores de diferenciarse claramente en el mercado.

Para mayores informaciones, favor ver: www.naturland.de/novedades.html

Naturland promueve la agricultura orgánica en todo el mundo y, con sus 55.000 productores y más de 500 procesadores asociados, es una de las asociaciones ecológicas más grandes. Siendo una asociación con una visión de futuro, para Naturland la calidad orgánica y la responsabilidad social son dos aspectos inseparables.