



הסבון שמוסה לתקן את העולם

חברת ד"ר ברונר מג'יק סופ, שמשיקה בישראל השבוע סדרת סבונים אורגניים, מביאה עמה גם תרבות סחר הוגן הכוללת תנאי שכר ראויים ותרומה לקהילה. בינתיים, התעשייה הישראלית מתעלמת מהמגמה

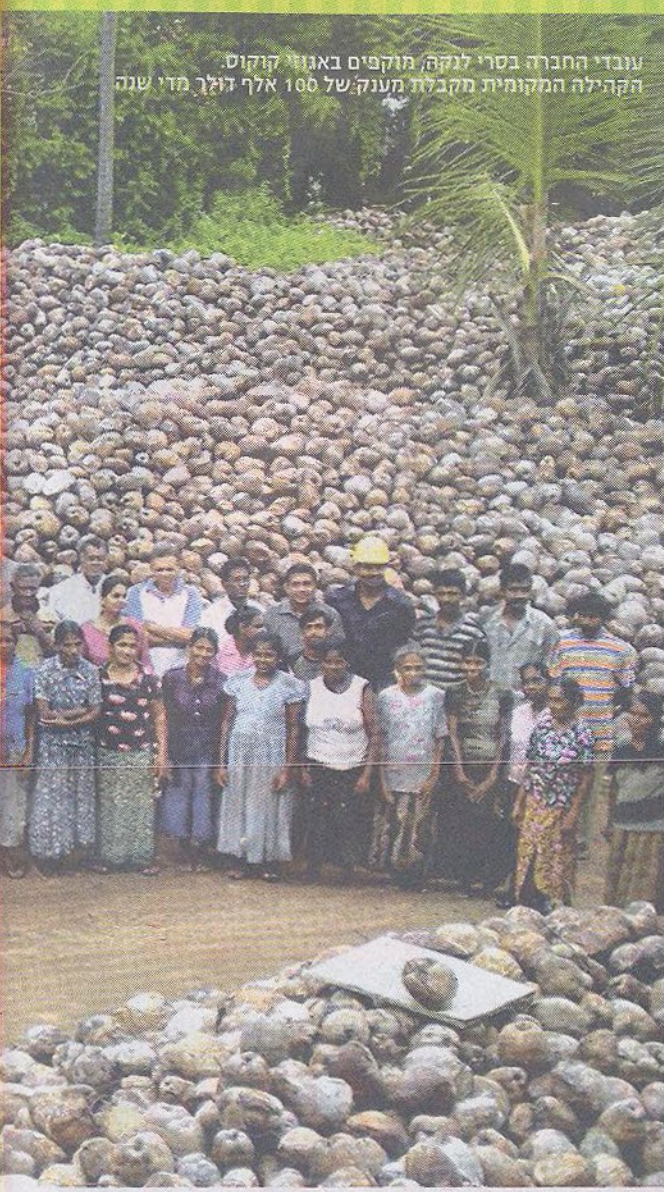
מאת אורה קורן

«כשהשמש שולחת קרניים ראשונות למטעי הקוקוס של סרי לנקה, יוצאים גם 80 עובדי מפעל השמן של ד"ר ברונר מג'יק סופ לעבודה. לפני שהם נכנסים למפעל, הם פונים לחדר האוכל, שם הם יושבים יחד – מנהלים ועובדים – מתעלמים מהנהוג המקומי של הפורדה היורבית. גם גרו לסון (Gero Leson), הנציג הבכיר של הפעלים, יושב עמם לצד אותו שולחן. "לא כולם אוכלים לפני היציאה לעבודה, ואני צריך לדאוג להם", הסביר לסון, שמחזיק בידו מומנו שהיה בסרי לנקה, מסובב בקרב הפועלים ומקפיד להפיל מחיצות בינם להנהלה, בניסיון ליישם הלכה למעשה את מדיניות צמצום הפערים החברתיים שבה הוא נאמן. "סחר הוגן הוא לא רק משכורת גאוה, הוא מחויבות רחבה בהכרח", אומר לסון, האחראי על הפעלת מדיניות הסחר הוגן של יצרניות הסבונים, חברת ברונר. הסחר הוגן הוא מגמה עולמית בת כמה שנים, שנועדה למנוע ניצול של אורחי העולם השלישי ולהבטיח צמצום הדרגתי של פערים בין המדינות המתפתחות למפותחות. ארגונים אירופיים, דוגמת LMO ו-FLO, המרכזים את הפיקוח על התהליך, התנהגות כללי חברות העובדות שעומדות בכללים המקבילים אישור להטבע את חו הסחר הוגן על מוצרים

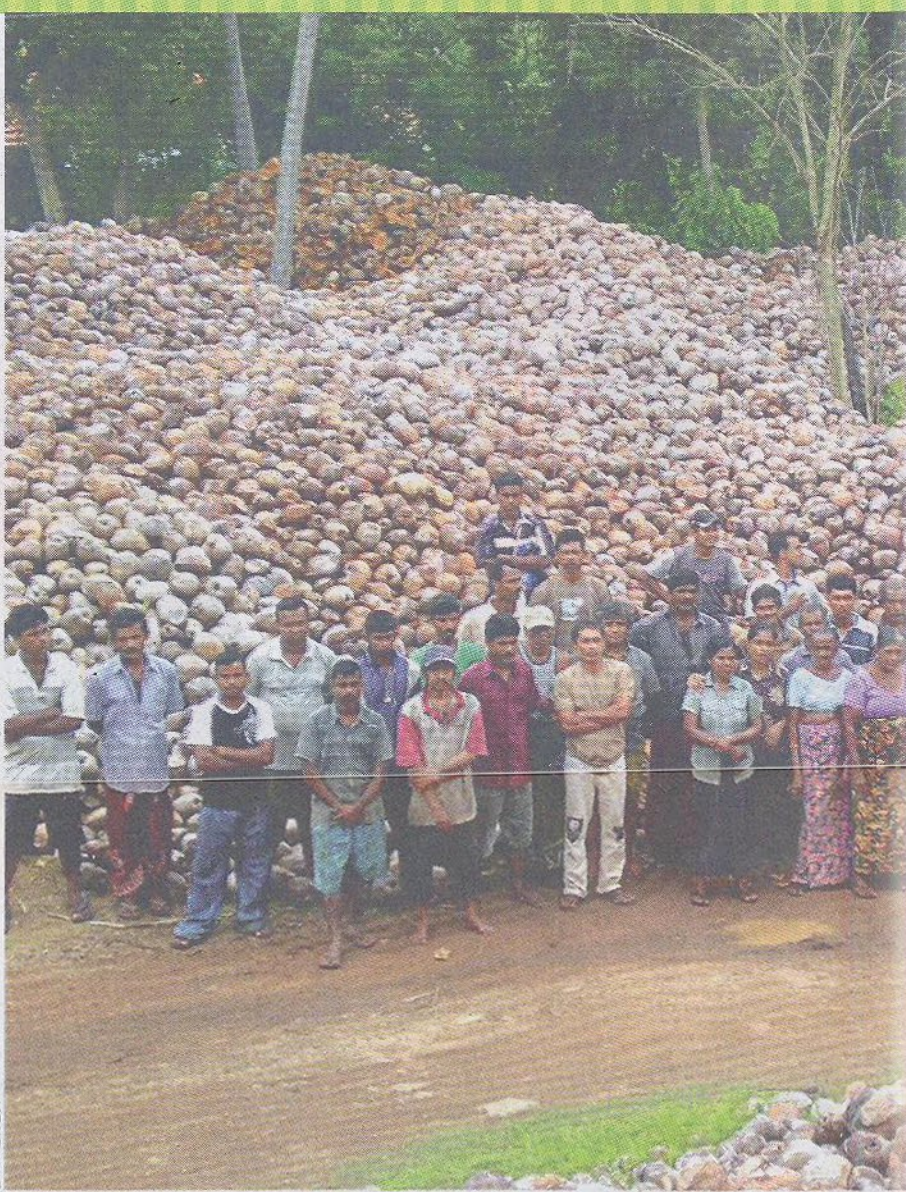
שעברו הליך ייצור נאות. מבחינת החברות, הן מגיעות תהליך חברתי-עולמי, יוצרות בידול של מוצריו ומגיבות למגמה הצרכנית המתחזקת של רכישת מוצרים שייצרום אינו כרוך בניצול ועושה. השקיעה החברה בסרי לנקה כ-2 מיליון דולר. "יש משהו ראשוני וחלוצי כמה שאנחנו עושים", אומר לסון. "אין עוד חברות שהצלחנו לעשות מוצר כממה רכיבית כמו שמנים שונים, ושכל שרשרת האספקה שלהן אורגנית ומבוססת על סחר הוגן". לדבריו, מתווית "סחר הוגן" לרוב נהנים מוצרים בסיסיים, כמו קפה ושוקולד. לד"ר ברונר יש גם פרויקט בשטחים שמשלבת את ישראל. הם רוכשים שמן זית מיום בג'ניו, המעסיק אל פחות מ-1,700 חקלאים: ממשפת שטראוס (לא של המחלבות) בעלת מוטע עזתים ליד יוקעם, שלימים התברר שיש קשר משפחתי בינה למשפחת ברונר, ומחייבות אורגני נאות סמדר בערבה. בסך הכל רוכשים כאן החברה כמה מאות טונות של שמן זית בשנה. "אנחנו לא נאווים לחשוב שבוה נפתור את הבעיה בין פלשתינאים לישראלים, אבל זו דוגמה לכך שאפשר לתרום לרוקחים בשלום בין פלשתינאים לישראל", אומר לסון. לתורה יש בגאנה פרויקט נוסף, קטן יותר, להפקת שמן דקלים. ד"ר ברונר מג'יק סופ, שמוסד והשכר שלהם כולל תוספת "אורגנית" של 10%. בכ-1,000 טונות של שמן קוקוס מוצרים שונים, ושכל שרשרת השקיעה החברה בסרי לנקה כ-2 מיליון דולר.

מסייעת להם בשיפור הקרקע לנטיעה מחדש של עצים. פרמיית הסחר הוגן שמעבירה ד"ר ברונר לקהילה בסרי לנקה מגיעה ל-100 אלף דולר בשנה. בגאנה היא מסתכמת בכ-30 אלף דולר ולטובת קהילת יצרני השמן בשטחים ובנישאל מועברים 100 אלף דולר נוספים. לדבריו לסון, פעילות הסחר הוגן של החברה מפרנסת כ-2,500 משפחות חקלאים, כ-150 משפחות פועלים ובסך הכל יותר מ-10,000 איש שנתיים מהסחר הוגן של החברה. "הז'י כבר מספיק טוב", הוסיף.

DE BRONNER'S 5 SUNDOGS MAGIC Orange-Lavender ORGANIC BALM (with Eucalyptus & Lemongrass) THE BRONNER'S 5 SUNDOGS MAGIC ORGANIC BALM (with Eucalyptus & Lemongrass) מוצרים של ד"ר ברונר עכשווים בישראל



עובדי החברה בסרי לנקה, מוקפים באגוזי קוקוס. הקהילה המקומית מקבלת מענה של 100 אלף דולר מדי שנה



עובדי החברה בסרי לנקה, מוקפים באגוזי קוקוס. הקהילה המקומית מקבלת מענה של 100 אלף דולר מדי שנה

נוסדה: 48' נשיא החברה: דיוויד ברונר סמנכ"ל השיווק: מייקל ברונר היקר מכירות שנתיות: 4.5 מיליון בקבוקי סבון נוזלי, 2.8 מיליון יחידות סבון מוצק - 23.6 מיליון דולר בשנה

היו לא מעט שהתקשרו סבונים טבעיים כולם, נפרקים ביולוגית לחלוטין ולא תורמים חותם על הסביבה", זין מייקל. "גם הבקבוק עשוי פלסטיק ממוחזר". לדבריו דיוויד, החברה עסקה בקליפורניה 58 עובדים. ברותיה השנתיות מסתכמות ב-4.5 מיליון בקבוקי סבון ו-2.8 מיליון יחידות סבון מוצק. כל הלה מתורגמים למכירות של 23 מיליון דולר. "אנחנו רוד שלישי בחברה ורוד חמישי ליצרני הסבון במשפחה", אומר דיוויד. לדבריו, אביו היה הלוח בתחום האקולוגיה וכשכולם יצרו סבונים על בסיס כימיקלים הוא ראה לייצר אורגני. הוא גם פעל לאחזרת ולשיתוף פעולה של כולם - מסרים שתפסו היטב בקהילת הויפים בשנות ה-60 בארה"ב. על הפילוסופיה הקיומית שלו נהג להרצות בפני קהל שבטון. ההרצאות קיבלו בקבוק סבון. לימים הבין ד"ר ברונר שהקהל בא לקבל את הסבון ולא לשמוע המנהל על ידי שנים. לדבריו, את תורתו, לכן ראה להדפיס אותה על התווית המודרנית לבקבוק הסבון וליתר ביטחון צירף את מספר הטלפון שלו בבית להשלמת למתעניינים. האם, טרודי ברונר, אישרה

מספק שני ושלישי: אין לך קשר עם המגדל. כשאתה בסחר הוגן, אתה בקשר ישיר עם מקור החומרים, יכול לשלוט בבקרת האיכות, רואה איך הם מיוצרים ולא משלם דמי תיווך לספקים, כך שיש בוה גם יתרון עסקי". מייקל: "זה בעיקר הפילוסופיה של טובת העובדים, שאפיינה את החברה גם לפני שנכנסנו לסחר הוגן. לדוגמה, יש אצלנו כלל, שהשכר הגבוה ביותר לא יכול להיות גבוה מפי חמישה מהשכר הנמוך ביותר בחברה. אנחנו רואים לעובדים לביטוח לאומי ולביטוח בריאות, לרבות רפואת שיניים, ואנחנו מפרשים 15% משכר העובדים לפנסיה ובתי מרקחת.

"כל שנה העובדים מקבלים עד 25% מהשכר כבנוס שנתית. 30% מהרווחים שאינם מושקעים בה כתרומה לקהילה. בתג המולד אמא נותנת לכל עובד נר עם 100 דולר ואומרת לו שהוא חייב לקנות בוה משהו לעצמו". המוצר של ד"ר ברונר מג'יק סופ מושקע השבוע באופן רשמי בישראל. מהלך ההשקעה נעשה בעקבות מכירות ניסיון שבוצעו בארונה בחנויות נבחרות - והסתכמו בהצלחה - כך נמסר מהמפיצה, חברת אקוריון. המוצרים יימכרו ברשתות ובתי טבע ובהמשך בחנויות פארמה ובתי מרקחת.



גרו לסון (מימין), האחראי דיוויד ומייקל ברונר והאמא טרודי

ד"ר ברונר רוכשת מאות טונות של שמן זית מיזם בג'ניו המעסיק 1,700 חקלאים, מתשפחת שטראוס (לא של המחלבות), בעלת מטע זיתים ליד יוקעם, ומקיבוץ נאות סמדר

פעילות הסחר הוגן של החברה מפרנסת אלפי משפחות חקלאים, כ-150 משפחות פועלים ובסך הכל יותר מ-10,000 איש שוהנים מהסחר הוגן של החברה



סחר הוגן אורה קורן

ההחמצה של שטראוס ואסם הקפיטליזם המודרני עובר רוב הזמן לטווח קצר. המריחה הבי גדול שהוא מסתכל עליו הוא למטה - לשורת הרווח הנקי. מדי פעם הוא מעיף מבט קדימה לעבר תוכנית חומש או תוכנית רבי-שנתית אחרת. הקפיטליזם המודרני לא מסתכל מעבר לשורת ההוצאות לרכישת חומרי הגלם, במיוחד בימים שנגרם לו כאב ראש עו במיוחד כשהוא מחשב את עלויות השינוע המשתנות עם התנודתיות במחירי הדלק העולמי. תוספו לכך את משבר השקל המתחזק מול הדולר בארץ הקודש, משבר ששוקק רווחיות שנראתה מובטחת - וכולם יסכימו שיש להם גם ככה יותר מדי צרות בלי שיבליצלו להם את המוח על ניצול מרושע של כוח עבודה זול במדינות רחוקות באסיה ובאפריקה.

האם לחברה מצליחה כמו טבעול צריך להיות אכפת כמה מרוויחים מגדלי הסיה במדינות נחשלות? האם לשטראוס גרופ באמת אכפת מרמת החיים של יצרני הקפה שהופכים אותה לחברה גלובלית?

רעיון הסחר הוגן החל להתבסס בעולם לפני 25 שנה וצבר תאוצה בעשור האחרון. הובילו אותו בעיקר ארגונים ללא כוונות רווח. אלה קבעו סטנדרטים לפעילות חברות ממדינות מפותחות במדינות מתפתחות. חברות שעמדו בכללים קיבלו חו תקן שקובע שהן רואות לביעור העוני בעולם השלישי. תנועת הסחר הוגן העולמית מתמקדת במוצרים דוגמת קפה, קקאו, סוכר, תה, בננות, דגה, כותנה, רבש, יין ועבורות יד. ענף הסחר הוגן ברחבי העולם גילגל 3.62 מיליארד דולר ב-2007 - מרובי בעלייה של 47% לעומת 2006. נתנים ממנו כ-7.2 מיליון משפחות במדינות מתפתחות, שהן כ-35 מיליון אנשים ואצלנו בשנים האחרונות ניתשת מלחמת חורמה בין יצרנים של מוצרים מקבילים, דוגמת שטראוס ואסם, בין רשתות

שיווק דוגמת שופרסל של נוחי דנקנר ורובו כחול של דודי ויסמן, ובין הרשתות ליצרנים, שמכוננת להורדת מחירים. כולם מחייבים את העורך המוסק של מיתוג חברתי-עולמי ועמו את הפלח באוכלוסיית הצרכנים, שיהיה מוכן לשלם מעט יותר בעבור מוצרים שיוצרו בתנאי סחר הוגנים. לא מעט חברות יצרניות ורשתות שיווק בעולם ממתגות עצמן ככאלה, שחלק מרווחיהן מוקדש לשיפור מצב האוכלוסיות הנחשלות במדינות המתפתחות. אלה כוללות מותגים עולמיים דוגמת אפל, קונוורס, מוטורולה, גאפ, ווליאמארט ואמריקן אקספרס, שמתפתחות בפרויקט אחר - המוצר כאלה, בפרויקט זה הן מקדישות חלק מההכנסות ממוצרי אחר, בצבע אדום, לרווחת המדינות המתפתחות. צרכן שרוכש מוצר שהכנסותיו תורמות לשיפור היחס לאורחי המדינות הנחשלות בעולם, מרגיש חלק מהמאמץ ורואה בכך את תרומתו הצנועה לשיפור העולם. חברות המשתתפות בפרויקטים דיווחו כי הם אפילו רווחיים. הניע הזמן שחברות ישראליות שרוצות להרגיש ולהיות גלובליות - ישתלבו גם במהלכים אלה.