

Ansøgningskema til CISUs Oplysningspulje

B. Aktiviteten

1. **AKTIVITETEN. Giv en kort beskrivelse af, det I søger om støtte til**

- 1.1. *Hvad er formålet med aktiviteten?*
- 1.2. *Hvorfor er det vigtigt? Og hvorfor skal den realiseres nu?*
- 1.3. *Hvad består aktiviteten af?*
- 1.4. *Hvis oplysningsaktiviteten ikke skal foregå på dansk skal det beskrives hvorfor, og hvordan I vil nå målgruppen for aktiviteten.*
- 1.5. *Hvordan hænger aktiviteten sammen med foreningens øvrige arbejde og brug af pro-midler?*
- 1.6. *Hvordan inddrager I erfaringer fra eventuelle tidligere oplysningsaktiviteter?*
- 1.7. *Er der tale om en oplysningsaktivitet, der før har været gennemført af foreningen? Hvis ja, hvad har man lært i foreningen og hvad påtænker man at gøre anderledes i for hold til sidst?*

Formålet er at øge kendskabet til de internationale Fair Trade standarder i sammenhæng med FNs Verdensmål (SDG). Der fokuseres specielt på de kvindelige producenter knyttet til Fair Trade Danmarks medlemskreds - i følgende lande : Zimbabwe, Ghana, Kenya, Uganda, Tanzania, Nepal, Bolivia, Indien, Guatemala og Georgien.

Verden får i denne Corona krisetid øje for hvor stærkt globaliseringen har bundet os sammen og forstærket den gensidige afhængighed. Hvor alvorlig situationen end er, og i særlig grad er i U-landene, så er den også genstand for læring om hvordan verden hænger sammen. Med dette udgangspunkt fokuserer vi på varen og den globale fortælling, der ligger i hvert enkelt produkt fra vores producenter. Det er en synliggørelse for den enkelte forbruger og samtidig mindsker det den fremmedgørelse, der er omkring den globale økonomi, varernes oprindelse og historie, og de afledte konsekvenser af en ulige og u-balanceret verdenshandel (Afrikas andel er f.eks. kun nogle få procenter), som bl.a. det store pres af økonomiske flygtninge på Europas ydre grænser.

Vi afholder i 2020-21 minimum 20 foredrag i butikker, uddannelsesinstitutioner og foreninger. Aktiviteten formidles på de sociale medier, ved trykt materiale og elektroniske / trykte, lokale medier.

Oplysningsarbejde er et integreret element i vores Fair Trade arbejde og en forpligtelse iht WFTOs internationale Fair Trade standarder, som Fair Trade Danmark følger (som medlem af WFTO = World Fair Trade Organisation).

Vi har mange års gode erfaringer med foredragsrækker i en utraditionel form, hvor produkter, producenter, forbrugere og ikke mindst en butik, som venue, er omdrejningspunktet. Vi har lært en deltager-inddragende form, som er konkret og handlingsorienteret.

Pga den nuværende Corona krise og den uvisse, umiddelbare fremtid har vi ikke planer om at invitere producenter ifm foredrag. Krisen og den meget alvorlige situation for vores partnere gør dog behovet for oplysning endnu større.

2. **SUCCESKRITERIER. Beskriv konkret hvad I vil opnå med aktiviteten**

- 2.1. *Beskriv de kriterier der skal være opfyldt, for at I har nået jeres mål med aktiviteten.*
- 2.2. *Hvordan vil I måle om succeskriterierne er opfyldt?*

20 foredrag med gennemsnitligt 25 deltagere i perioden efterår 2020 og forår 2021. 10 X omtale i lokale elektroniske eller trykte medier og 50 opslag på de sociale medier (Facebook / Instagram). Alle kriterier er umiddelbart målbare.

3. LÆRINGSMÅL. Opstil de læringsmål I har for aktiviteten

- 3.1. *Hvad ønsker I som forening at blive klogere på med aktiviteten? (Hellere få konkrete og realiserbare mål end mange ufokuserede mål, der ikke er realiserbare).*
- 3.2. *Hvordan vil I sikre opsamling og videndeling fra aktiviteten i jeres forening? Og hvem er ansvarlig?*

Vi vil gerne blive klogere på effekten af oplysning om Fair Trade med specielt fokus på kvindelige producenters rolle og vilkår - samt "almindelige danskere"s / forbrugeres kendskab til internationale / globale mekanismer / SDG med det konkret udgangspunkt i til non-food Fair Trade produkter.

Bestyrelsen vil udarbejde korte spørgsmål til alle oplægsholdere, om effekten og den interne læring ifm foredrag, for at sikre opsamling og videreudvikling af oplysningsarbejdet.

4. MÅLGRUPPE. Beskriv hvem aktiviteten primært henvender sig til

- 4.1. *Hvem er det vigtigst, at I får i tale med aktiviteten? (Vær gerne meget specifik i jeres beskrivelse af målgruppen og om der er særlige hensyn til den).*
- 4.2. *Hvordan appellerer særligt I til den målgruppe?*
- 4.3. *Hvad skal målgruppen have lært af aktiviteten?*

Primært kundegrupper / forbrugere i både mainstream-butikker og Fair Trade butikker, men også kursister på højskoler, medlemmer i foreninger og andre, der ønsker at stå som arrangører.

Så vidt muligt indgår vi i arrangørers allerede planlagte, periodiske arrangementer (den månedlige strikkecafé i garnbutikken, torsdagsforedraget på højskolen etc.), hvor arrangørerne selv er med til at sikre det opsøgende arbejde ift deltagere.

Deltagernes læring er ny indsigt i den enkle handlings – et køb af et non-food produkt i en butik – betydning i den globale kontekst, og den magt vi som forbrugere har til at forandre store og komplekse sammenhænge og udvikling, hvis vi har den tilstrækkelige viden og selvfølgelig er mange nok. Den økologiske bevægelse og grønne omstilling er gode eksempler til efterfølgelse.

5. TEMAER. Beskriv hvordan I arbejder med de fire punkter nedenfor (hvis I gør det)

- 5.1. *Hvordan inddrager I jeres partner i Syd planlægning og gennemførelse af aktiviteten?*
- 5.2. *Hvordan fortæller I om de strukturelle årsager til fattigdom og ulighed?*
- 5.3. *Hvordan indgår FN's Verdensmål i jeres aktivitet?*
- 5.4. *Hvordan arbejder I med løsningsorienterede og konstruktive vinkler på jeres budskaber?*

Vi har alle som medlemmer af Fair Trade Danmark tætte forbindelser til vores producentgrupper i Det Globale Syd, omkring produktudvikling, design, produktion, logistik, salg og markedsføring. Vi har viden om de enkelte medarbejdere / kvinder, der producerer, der arbejdsforhold og hvilken forskel Fair Trade standarderne gør for dem og deres familier.

Fair Trade standarderne er et af mange forsøg på at bryde med de strukturelle årsager til fattigdom. Først og fremmest ved at betale en fair pris og at opretholde kontinuerlig produktion, beskæftigelse på gode betingelser, partnerskaber, handel og export (SDG 1, 2, 8, 10 og 17). Indirekte har den udvikling stort positivt aftryk på forbedret sundhed, uddannelse, ligestilling og miljø / klima (SDG 3, 4, 5, 12, 13 og 15).

Som beskrevet arbejder vi med varen / produktet, som udgangspunkt. Det er håndgribeligt, sanseligt og visuelt, og pædagogisk set, projektorienteret. I en vis forstand er den enkelte deltager selv en del af løsningen, hvis vi kan påvirke efterfølgende eftertænkning og handle-adfærd.

6. PLANLÆGNING. Skriv gerne i punktform (tids)planen for gennemførelse af aktiviteten

- 6.1. Tidsplan for aktiviteten
- 6.2. Hvilken grad af frivilligt engagement og bidrag forventer I?
- 6.3. I hvilket omfang vil det være nødvendigt at aflønne?
- 6.4. Beskriv aftaler med Syd-partner og evt. andre organisationer i Danmark om aktiviteten.

Foredragssæsonen september 2020 – april 2021. De enkelte datoer tilrettelægges i samarbejde med de omfattede arrangører (beskrevet i rubrik 4).

Vi er alle frivillige aktører i vores bestyrelse. Alle foredrag er ulønnede, men der ydes tilskud til transport.

7. KOMMUNIKATION. Beskriv hvordan I vil formidle jeres aktivitet

- 7.1. Hvordan formidles aktiviteten internt i foreningen?
- 7.2. Hvordan kommunikeres udadtil om aktiviteten?
- 7.3. Er der elementer af aktiviteten, som kan interessere medierne, og hvordan skal disse kommunikeres?

Internt formidler vi med medlemsmails, fysiske møder (efter Corona ganske vist!) og Skypemøder. Så det vil også være den måde vi koordinerer projektet på.

Vi søger om støtte til at kommunikere om foredragene dels ved promotion på Facebook og Instagram, og dels ved produktion af mindre flyers om Fair Trade og SDG til at lægge i butikker og hos øvrige arrangører, plakater til sandwich-skilte (uden for butikker mv.) og roll-ups ved foredrag.

Ud fra mange tidligere erfaringer er lokale elektroniske og trykte medier normalt villige til lave omtaler, hvis de får pressemeddelelser og gode, professionelle fotos, som kan anvendes uden betaling. Vi er i besiddelse af et stort prof. fotomateriale.