

Ficha nº1

| BUENAS PRÁCTICAS DE CIUDADES POR EL COMERCIO JUSTO | |
|---|---|
| CIUDAD | Nenagh, Irlanda |
| SITIO WEB | www.nenaghfairtrade.org |
| FECHA DE LA DECLARACIÓN DE CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO | Mayo, 2009 |
| TEMA | CONSEJOS PARA UNA CAMPAÑA DINÁMICA |
| OBJETIVOS | <p>Objetivo general: Desarrollar el Comercio Justo en toda la comunidad.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p class="list-item-l1">1. Incrementar el impacto en la comunidad a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artículos en medios de comunicación locales sobre las actividades de la campaña - Nenagh Guardian y Tipperary Star. - Artículos en las newsletters de las parroquias. - Presentaciones en centros educativos de primaria y secundaria a estudiantes y miembros del centro. - Stands y puestos de Comercio Justo en ferias y eventos: Nenagh Craft Fair, Nenagh Agriculture Show and Nenagh Country Market. - Concursos regulares con premios de cestas de Comercio Justo en Navidades y semana santa. - La campaña llega a los centros escolares a través de grupos de trabajo, directores y profesores. - Realización de una campaña impactante durante la quincena del Comercio Justo, incluyendo la invitación de un productor de Comercio Justo. - Página web de Comercio Justo lanzada en un evento público. - Guía de Comercio Justo de Nenagh. <p class="list-item-l1">2. Incrementar el impacto en el sector comercial y empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reuniones con el sector comercial de la ciudad. - Invitación a las empresas a los eventos. - Provisión de material de sensibilización: posters, flyers, etc - Cobertura en medios incluyendo fotografías de las empresas que optan por el Comercio Justo para motivar a otras a unirse a la campaña. |
| RESULTADOS | Los resultados que se buscaban era desarrollar buenas relaciones con las organizaciones claves y la ciudadanía, entre ellos los medios de comunicación locales y autoridades locales (tanto el personal político como |

| | |
|--------------------------------|--|
| | técnico). |
| LECCIONES PARA APRENDER | <ul style="list-style-type: none"> - Cuando comienza la campaña es importante contar con la participación de las organizaciones de la sociedad civil. - Cuando se busque la participación de los grupos de interés hay que asegurarse de que son positivos respecto a lo que implica el Comercio Justo, no sólo en conseguir los criterios del programa. - Cumplir con los criterios del programa puede ser un importante hito pero solamente si se continua con el compromiso de incrementar la sensibilización y la concienciación sobre el Comercio Justo. - La campaña de Ciudades por el Comercio Justo es una herramienta para incrementar el apoyo al Comercio Justo y el impacto en los grupos productores. - El grupo de trabajo tiene que estar formado y motivado en Comercio Justo, en especial cuando se trate de motivar a empresas para que opten por productos de Comercio Justo. - Organizar un evento potente en torno al Comercio Justo, con la visita de un grupo productor, puede ser muy potente a nivel de diseminar el impacto del Comercio Justo y también para motivar al grupo de trabajo. - Ser razonable con las expectativas en cuanto a las empresas que van a adquirir productos de Comercio Justo, y sobre todo darles las opciones e información necesaria para que puedan ir incorporando la compra responsable en su gestión de adquisición de bienes y servicios. - Diseñar planes alcanzables y asignar diferentes responsabilidades dentro del grupo de trabajo. - Explotar oportunidades para fomentar la concienciación – medios de comunicación locales, ferias de artesanía, caterins, etc La página web y materiales de difusión son muy útiles tanto para el grupo de trabajo como para las actividades que se diseñen. - El trabajo con otras ciudades puede ser muy motivante para intercambiar experiencias. |