

Ficha nº7

| BUENAS PRÁCTICAS DE CIUDADES POR EL COMERCIO JUSTO | |
|--|---|
| CIUDAD | Malmö, Suecia. |
| SITIO WEB | www.malmo.se |
| FECHA DE LA DECLARACIÓN DE CCJ | Mayo, 2006 |
| TEMA | LA PRIMERA CIUDAD DE COMERCIO JUSTO EN SUECIA |
| OBJETIVOS | <p>Objetivo general: Lograr el compromiso de las Autoridades locales a favor del Comercio Justo.</p> <p>Objetivos específicos: Lograr el cumplimiento de los estándares de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo.</p> |
| RESULTADOS | <p>A través de la cooperación con el Ayuntamiento de la ciudad de Malmö la iniciativa del Sello de Comercio Justo en Suecia puso en marcha la campaña de Ciudades por el Comercio Justo empezando con su desarrollo en la ciudad de Malmö, en 2006.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La campaña de Ciudades por el Comercio Justo se coordina por un grupo de trabajo integrado por representantes del Ayuntamiento (Teniente de alcalde, áreas de gobierno municipal relacionados con la compra pública y el medio ambiente, incluyendo un coordinador del grupo a jornada completa), representantes del sector empresarial (incluyendo “Malmö City Co-operation”, una entidad que representa todo el tejido comercial y de la hostelería), y un representante de las tiendas de Comercio Justo y de los medios de comunicación. - El Ayuntamiento dota todos los años una partida del presupuesto para poner en marcha el programa de trabajo y mantener los criterios del programa. - Además la campaña cuenta con otras personas que a título individual o colectivo colaboran con la campaña, llamándose “Embajadores por el Comercio Justo”. - Un resultado destacable ha sido el interés de los medios de comunicación, incluyendo prensa, radio y televisión, por Malmö como ciudad por el Comercio Justo. - Se ha conseguido visibilizar los espacios de trabajo que utilizan productos de Comercio Justo a través de un registro en la página web y su difusión en los medios. - En Diciembre de 2007 se realizó una campaña de promoción del Comercio Justo en los cines, con el lema “Piensa antes de comprar”. - También se logró vincular a instituciones como el estadio de fútbol, que se implicó en la compra de café, azúcar de caña y |

| | |
|--------------------------------|---|
| | <p>barritas de chocolate. Estas acciones se promocionaron en la web del programa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En 2009 también se empezó a trabajar con los colegios para el desarrollo del programa “Fair trade Schools”. <p>Se ha conseguido además desarrollar una serie de eventos que se realizan cada año:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Fairtrade afternoon coffee”, durante una semana se realiza en varias cafeterías de la ciudad una oferta especial de café y chocolate de Comercio Justo. - Festival de Comercio Justo, durante el Día Mundial de Comercio Justo, cada año se organiza una fiesta, con puestos de Comercio Justo, catering y degustación de productos y varias actividades culturales. - Mercadillo de Comercio Justo en Navidad, con visitas de más de 15.000 personas. - Encuentros de Comercio Justo con empleados municipales para involucrar al personal administrativo de la ciudad en el fomento del Comercio Justo. - Los torneos juveniles de futbol, volleyball y basketball usan balones de Comercio Justo. - También Malmö hospeda el Forum Sueco de Comercio Justo |
| LECCIONES PARA APRENDER | <ul style="list-style-type: none"> - Principio de Cooperación: buscar socios de todos los sectores y hacerles partícipes de la campaña, ayuda a enriquecer las acciones y disemina el Comercio Justo entre todos los agentes de la ciudad. - Si es posible hacer algo “grande” en la ciudad, por ejemplo, un festival, un mercado de productos o un desfile de moda sostenible. - La cobertura de medios de comunicación es la llave del éxito. Hay que asegurarse de que los medios locales sepan lo que se está haciendo, enviar las notas de prensa, los informes y las estadísticas sobre la evolución de las ventas y actividades. - Involucrar al municipio, conseguir apoyo explícito para la campaña de algún representante político de la ciudad. - Encontrar empleados municipales que también apoyen la campaña como parte de su trabajo (Por ejemplo, en la Agenda 21, estrategia de medioambiente o de compra pública). - Centrarse en varias tareas puede ayudar a no frustrarse, el grupo de trabajo suele tener muchas ideas, sin embargo es mejor no frustrarse y empezar con algunos proyectos y dejar otros “en el banquillo”. |