



Národní fairtradová konference

VÝZVY A CESTY K UDRŽITELNOSTI

10. 11. 2016 / Divadlo pod Palmovkou, Praha
konference.ekumakad.cz

VÝSTUPY WORKSHOPŮ

Workshop č. 1: Oficiální podpora fair trade a odpovědné nákupy *Shmul Stanislav Komínek*

Na workshopu jsme se bavili o obou stranách oficiální podpory fair trade - o deklarované podpoře a té praktické.

Oficiální podpora fair trade stojí na **podepsané Deklaraci podpory fair trade**. Ve městě je vhodné ji schválit zastupitelstvem než radou, protože pak má širší politickou podporu a lépe se na ní dá odvolat při změně politického zastoupení obce. Některé školy upozornily na dobrou praxi získání podpory nejen ředitelem/kou školy, ale i zřizovatele (kraje, obce). Ve vztahu k veřejnosti je důležitým sdělením instituce ukazovat, že si za podporou fair trade stojí (v rámci článků, tiskových zpráv, marketingových materiálů, letáků...).

Město Litoměřice má dobrou zkušenost s každoročním vypisováním dotací na osvětové fairtradové akce (40 000 Kč ročně), město Kroměříž zase proplácí ze svého rozpočtu místní hotelové škole fairtradové suroviny na pečení muffinů pro kroměřížský fairtradový den.

Kromě této "papírové podpory" jsme hledaly možnosti praktické podpory fair trade. Účastníci oceňovali, když se na pořádaných akcích objevovali zástupci města a potvrzovali tak podporu tématu osobní účastí.

Důležitou součástí podpory fair trade je **spotřeba produktů**. Nejčastěji k ní dochází v rámci provozu kanceláří (u starosty/ky nebo ředitele/ky se podává fairtradová káva a čaj), na pořádaných akcích města nebo školy se využívá fairtradové občerstvení (čaj, káva, pomerančové džusy), některá místa využívají i fairtradové dárkové balíčky pro partnery.

Fairtradovové výrobky lze nakupovat formou veřejné zakázky, příklad z Třebíče ukazuje, že zakázka na dodávky pak vyjde dokonce levněji než stejný objem dříve využívaného a postupně nakupovaného nefairtradového zboží. Podporu ve vypisování veřejných zakázek nabízí organizace NaZemi. Veřejné zakázky mají velký dlouhodobý dopad, oslovují dodavatele, upozorňují na zájem veřejné správy, dokonce i menší zakázky dokáží dát impuls velkým zadavatelům státní správy k milionovým zakázkám.

Workshop č. 2: Dostupnost fairtradových produktů

Shrnula Hana Tobiášová

V rámci workshopu jsme se zabývali dostupností fairtradových produktů. Zajímala nás jak **fyzická dostupnost** (nedostatečná nabídka v místě), tak **dostupnost finanční** (příliš vysoká cena v porovnání s neférovými produkty).

Shodli jsme se na tom, že pro zvýšení dostupnosti je třeba **zvýšovat povědomí o fair trade**, a tím zvyšovat poptávku po férových produktech. Zvýšená poptávka by měla mít vliv na rozšíření nabídky a i zlepšení finanční dostupnosti.

Diskutovali jsme také problém nové vyhlášky, která zakazuje na základních školách a ve víceletých gymnáziích prodej produktů obsahujících cukr. Zástupci škol apelují na koordinátory kampaně Fairtradové školy na zohlednění uvedené vyhlášky v pravidlech pro získání statusu Fairtradová škola.

Příklady dobré praxe na zvýšení povědomí:

- certifikace a oceňování prodejen a provozoven nabízejících FT produkty
- mapa prodejních míst, průvodce etickými nákupy ve městech/regionech
- propagace prodejních míst na webových stránkách města
- spolupráce měst se školami
- soutěž Kde hledat fair trade (nebo Místa přátelská fair trade)

Workshop č. 3: Řídící skupina a místní podpora

Shrnul Tomáš Lukeš

Probírali jsme faktory, které nás tíží při práci v řídicí skupině, ale dostalo se i na jiná témata. Shodli jsme se například na tom, že **lidé jsou** při zjišťování nových možností obchodu **nedůvěřiví**, **prodejci** v obchodních řetězcích **nejsou informováni o fair trade**, i když výrobky nabízejí. Malí obchodníci jsou na tom podobně, vymlouvají se, že nemají čas se něco učit.

Hodně z nás se potýká s "**fairtradovou negramotností**", kdy lidé certifikaci Fairtrade nedůvěřují jen proto, že přesně neví, co to je, či komentují problematiku, která jim není známá. Také jsme se bavili o nedůvěře a skepsi Čechů vůči novým věcem obecně. Z toho vyplývají jejich otázky, jako třeba proč se radši nestaráme o české zemědělství, apod. Na to všichni odpovídáme, že *Fairtrade se zajímá o produkty ze země globálního Jihu a regionální a BIO produkty podporujeme také*. Stěžovali jsme si, že pokud jeden autoritativní člověk má negativní názor, může ovlivnit velkou masu lidí. O fair trade by se měli více **zajímat studenti**, kteří **by měli myšlenku dále rozšiřovat**.

Workshop č. 4: Jak komunikovat s novináři?

Shrnula Gabriela Štěpánková

Naše debata se držela několika bodů:

Co novináře zajímá, a co nikoli? – bavili jsme se o tom, že novináře nejvíc zajímají akce, kterých se účastní hodně „normálních“ lidí, která je na veřejnosti a pokud možno ještě přináší i něco inovativního nebo je poprvé. Zvláště, pokud se akce koná v regionu – a osloví se regionální novináři. Zaručený úspěch mají akce, do kterých se zapojují děti a něco vytvářejí. Probírali jsme taky, za jakých okolností se děti smějí fotit a zveřejňovat fotky.

Naopak pro některé účastníky bylo překvapením, že novináře nezajímají na akci přizvání politici (kteří si tam většinou dělají jen své politické PR), stříhání pásek atd. V některých případech (před volbami) to může být i důvod, proč novináři nebudou mít o akci zájem.

Jak oslovit novináře? – probírali jsme, že nejdůležitější je dávat novinářům aktuální, pravdivé a podrobné informace včas – tj. s dostatečným předstihem. Pro deníky/TV/Rozhlas i týden před tím. Mnohdy novináře zaujme třeba i příprava akce – např. v hotelové škole v Kroměříži přijeli fotit, jak studenti ještě před začátkem akce zdobí dort. Posílat zprávu o akci den, dva po ní už má smysl jen v případně radničních deníků. Novináři musí psát o tom, co se děje teď.

Jak se bránit nepravdám v médiích? – bavili jsme o případech drobných chyb, nikoli zpochybňování FT jako takového. V mnoha případech je dobré zvážit, zdali vůbec reagovat – nebudme hnidopiši (pokud převažují plusy nad mínusy, nenaštáváme novináře zbytečně, vzdělávejme je nenápadně). Nejlepší je napsat dotyčnému novináři e-mail, kde vyjádříme radost z výstupu a pouze jemně upozorníme na chybu (nepráskat šéfovi).