

FAIRTRADOVÁ MĚSTA



průvodce
kampaní





FAIRTRADOVÁ

MĚSTA

průvodce kampaní



**Fairtradová
města**

Obsah

1. Úvod	3
2. Kampaň Fairtradová města	5
• Mezinárodní hnutí	5
• Česká republika	6
• Podmínky pro získání titulu	7
3. Začínáme	8
4. Pět cílů, pět kritérií	10
• Místní řídicí skupina	10
• Oficiální podpora fair trade	13
• Dostupnost fairtradových produktů	16
• Místní podpora	19
• Média a práce s veřejností	21
5. Jak podat žádost?	25
6. Veřejné zakázky a společenská odpovědnost	27
7. Zdroje	31
8. Kontakt	32

Úvod

Právě otevíráte průvodce kampaní Fairtradová města. Tato brožura je určena vám, kteří chcete podporovat fair trade a zapojit do jeho podpory i vaše město, obec či vesnici. Vaším rozhodnutím angažovat se veřejně ve prospěch fair trade všichni začíná. Právě chuť jednotlivých lidí účastnit se kampaně je pro její úspěch nejdůležitější. Kampaň Fairtradová města spojuje jednotlivé aktéry (zástupce úřadů, škol, nevládních organizací, živnostníků a dalších), různé generace (děti, teenageri, dospělí, senioři) a především spotřebitele s pěstiteli a farmáři z Asie, Afriky a Latinské Ameriky, kteří pěstují plodiny, které denně konzumujeme, a vyrábějí věci, které denně používáme.

Fair trade dává lidský rozměr mezinárodnímu obchodu. Za každým produktem stojí konkrétní lidé, kteří ho vyrobili, a ve většině případů jsou to právě farmáři a výrobci ze zemí globálního Jihu. My spotřebitelé máme tu moc ovlivňovat jejich životy naší volbou při nakupování. Nakupujeme jako jednotlivci, abychom nasytili nebo potěšili sebe a své blízké, ale nakupují i velké instituce, úřady, organizace, společnosti. A právě kampaň Fairtradová města je zde proto, aby se ti, co na individuální úrovni již fair trade nakupují, spojili a pomohli zapojit i veřejné instituce do jeho spotřeby.

Fairtradové město je jakákoliv obec, která:

- podporuje fair trade a informuje o výhodách, které fair trade přináší
- nakupuje fairtradové výrobky, kdykoliv je to možné, a motivuje ostatní, aby dělali totéž
- plní a rozvíjí 5 základních cílů (kritérií) kampaně Fairtradová města

Tento průvodce vám přináší to nejdůležitější, co potřebujete vědět a udělat pro dosažení titulu Fairtradové město. V první části se dozvíte základní informace o kampani a o odpovědné spotřebě. Ve druhé části popisujeme, jak postupovat a co udělat proto, aby se vaše město stalo Fairtradovým městem. Podrobně se věnujeme pěti kritériím a nabízíme návody a tipy na jejich plnění.

Přejeme vám, abyste na cestě za dosažením titulu Fairtradové město pro vaši obec byli úspěšní a abyste si při tom užili spoustu zábavy. Přejeme vám inspirativní čtení.

Společné setkání obyvatel Kroměříže na Velkém náměstí
při předávání titulu Fairtradová města.

„Síla Fairtradových měst je v tom, že se zapojuje celá komunita. Není to jen o zastupitelstvu, církvích, školách nebo o obchodnících, ale je to mnohem víc. Fairtradová města spojují lidi a pomáhají nám pochopit, jak malé činy mohou změnit životy lidí žijících tisíce kilometrů daleko.“

Bruce Crowther, Garstang

Kampaň Fairtradová města

2

2.1 Mezinárodní hnutí

Všechno začalo v dubnu roku 2000 v malém britském městečku Garstang, které se stalo prvním Fairtradovým městem (Fairtrade Town) na světě. Vyhlásilo ho několik aktivních podporovatelů fair trade, ale brzy se k nim připojili i další občané a to probudilo i zájem zastupitelů města. Tento nápad se rychle rozšířil po celé Velké Británii, která je dnes zemí s největším počtem Fairtradových měst (více než 600).

Tato iniciativa inspirovala organizace a aktivní občany v mnoha dalších zemích a hnutí Fairtrade Towns se brzy rozšířilo do dalších zemí Evropy – Německo, Belgie, Francie, Skandinávie, Španělsko, ale i do USA, Kanady nebo Brazílie. V současné době je na celém světě přes 1600 Fairtradových měst ve 27 zemích a jejich počet neustále roste. Mezi města, která získala titul Fairtradové město patří např. Londýn, Paříž, Brusel, Kodaň, Malmö, San Francisco nebo New Koforidua v Ghaně.

Ve Velké Británii (a stejně tak ve Skandinávii, Německu a Rakousku) je kampaň zaštiťována národními zástupci mezinárodní organizace Fairtrade

International (vlastník známky Fairtrade) a proto je také zaměřena v první řadě na propagaci známky FAIRTRADE a spotřeby produktů takto označených. Jedná se především o potravinové produkty, řezané květiny a výrobky z Fairtrade bavlny, které jsou dostupné v obchodních řetězcích a poznáme je právě podle známky Fairtrade.

V dalších zemích (Francie, Nizozemí, Belgie, Španělsko, Česká republika nebo USA) se kampaň zaměřuje na propagaci modelu fair trade (na rozdíl od Fairtrade) jakožto spravedlivého obchodování v širším slova smyslu. K tomuto přístupu se řadí vedle výše uvedené organizace Fairtrade International a jejích národních zástupců (u nás je to Fairtrade Česko a Slovensko) také organizace WFTO (World Fair Trade Organization) a její členové. U tohoto přístupu tedy není primárním prostředkem komunikace známka Fairtrade, ale propagace fair trade v širším slova smyslu, tj. nejen produktů se známkou Fairtrade, ale i výrobků eticky obchodovaných, na které se známka Fairtrade nevztahuje (rukodělné nebo potravinové produkty členů WFTO).

Více informací o mezinárodním hnutí Fairtradových měst najdete na www.fairtradetowns.org.

2.2 Česká republika

V České republice nese kampaň název Fairtradová města. Vznikla z iniciativy organizací Fairtrade Česko a Slovensko (dříve Fairtrade Česká republika), Ekumenická akademie a NaZemi v lednu roku 2011. Prvními Fairtradovými městy se u nás stala 14. září 2011 města Litoměřice a Vsetín. V současné době (květen 2016) má ČR celkem devět Fairtradových měst: Český Krumlov, Chrudim, Hodonín, Kroměříž, Litoměřice, Mladá Boleslav, Třebíč, Volyně a Vsetín.

V ČR funguje koordinační skupina pro Fairtradová města složená ze zástupců a zástupkyň tří výše uvedených organizací. Jejím cílem je koordinovat realizaci kampaně, poskytovat podporu městům usilujícím o získání titulu, ale také těm, která ho již

získala, vytvářet materiály sloužící městům k propagaci a kampaň rozvíjet a posouvat dál. Celou kampaň zaštiťuje Fairtrade Česko a Slovensko. Odbornou podporu zapojeným subjektům nabízí Ekumenická akademie a NaZemi.

Fairtradová města volně doplňují a rozvíjí kampaň Zdravá města. Proto byla navázána spolupráce s Národní sítí zdravých měst, která Fairtradová města podporuje a vnímá tuto kampaň jako součást plnění cílů Agendy 21. Záštitu nad kampaní v České republice převzalo Ministerstvo životního prostředí.

Aktuální informace o kampani naleznete na www.fairtradovamesta.cz

2.3 Podmínky pro získání titulu Fairtradové město

Města, která se angažují v podpoře fair trade a jejichž cílem je stát se Fairtradovým městem, musí úspěšně projít třemi etapami:

1. Splnit pět kritérií kampaně

Inspirací pro českou kampaň byl stejně jako pro mnoho dalších zemí model britských Fairtrade Towns, který se zaměřuje na pět hlavních cílů. Ty tvoří jádro kampaně a v jednotlivých zemích jsou buď celkově přejaty podle britského modelu, nebo jsou přizpůsobeny potřebám společenského kontextu dané země.

V ČR jsou tyto cíle respektive kritéria, která musí města splňovat, následující:

- vytvoření řídicí skupiny za účelem podpory fair trade ve městě
- město/vedení města oficiálně podporuje fair trade (podpora fair trade je součástí strategických dokumentů)
- v místních obchodech a kavárnách jsou dostupné fairtradové produkty
- místní organizace podporují fair trade (školy, nevládní organizace, církve, knihovny apod.)
- místní média informují o fair trade



2. Získat titul Fairtradové město

Žadatelské město musí prokázat, že splňuje všechna kritéria kampaně. Musí zaslat žádost do Fairtrade ČR, které ji posoudí, ve městě provede audit a rozhodne, zda jsou všechna kritéria splněna. Pokud je město úspěšné, získává titul Fairtradové město.

3. Pokračovat v podpoře fair trade i po obdržení titulu

Cílem kampaně není pouze splnit pět kritérií, ale naopak v podpoře fair trade dále pokračovat a rozvíjet ji. Každý rok řídicí skupina podává Fairtrade ČR zprávu o činnosti a žádá o obnovení titulu.

Začínáme

3

Chcete propagovat fair trade na úrovni vašeho města a dopracovat se tak k titulu Fairtradové město? Gratulujeme, jste na nejlepší cestě k úspěchu! Zde vám nabízíme postup, jak efektivně zahájit, rozvinout a dotáhnout vaši kampaň a jak v ní i po úspěšném získání titulu pokračovat.

1 Založte přípravný tým

Dejte dohromady pár nadšených, angažovaných a energických lidí, kteří se chtějí účastnit kampaně - ať už jste členové nevládní organizace, studenti, učitelé, zastupitelé, obchodníci či zaměstnanci úřadu. Přípravný tým kampaně Fairtradová města může založit kdokoliv, koho fair trade baví a chce se mu věnovat.

Tip: Hledáte další členy pro přípravný tým? Uspořádejte veřejné setkání ke spuštění kampaně a přizvěte nové lidi do týmu a dejte místnímu tisku první příležitost informovat o kampani.

2 Oznamte založení přípravného týmu

Když je vás dostatek na to, abyste mohli na kampani pracovat, informujte Fairtrade ČS. Vaše město se stane oficiálním žadatelem o titul Fairtradové město a bude uveřejněno na webu www.fairtradovamesta.cz v seznamu žadatelů. Zde budeme také pravidelně aktualizovat váš stav podle toho, jak bude vaše město plnit jednotlivá kritéria. Zároveň o vás budeme vědět a budeme vám tak moci poskytovat podporu při realizaci kampaně.

3 Připravte se

Zeptejte se Fairtrade ČS nebo koordinátorů kampaně, jaké propagační materiály vám mohou poskytnout a jaké mají tipy v podpoře fair trade. Připravte si akční plán kampaně pro vaše město.

.....

4 Pusťte se do toho

Kritéria můžete plnit v jakémkoliv pořadí a většina týmů začíná tím nejsnadnějším, aby své členy motivovali. V každém městě je situace jiná. Některé kritérium lze splnit lehce v jednom městě, jinde může být naopak tím nejtěžším. Váš profil města na www.fairtradovamesta.cz budeme rádi aktualizovat.

Tip: Archivujte si všechny články a novinové výstřižky. Dokumentujte uspořádané akce. Informujte o akcích místní média. Pracujte s aktualizovaným seznamem kontaktů (novináři, návštěvníci akcí apod.).

5 Vyplňte žádost

Ve chvíli, kdy jste přesvědčeni, že vaše město splňuje všech pět kritérií, můžete připravit žádost o udělení titulu. Stejně jako ostatní dokumenty najdete její vzor v sekci „Ke stažení“ na webu kampaně. Poté, co žádost Fairtrade ČS posoudí a provede audit ve vašem městě, vás bude informovat o výsledku. Neplánujte slavnostní vyhlášení titulu dříve, než vám FT ČS nepotvrdí, že vaše žádost byla úspěšná.

7 Neúspěšná žádost – nevěšte hlavu!

Využijte zhodnocení vaší žádosti od Fairtrade ČS jako zpětnou vazbu, která vám pomůže zlepšit se tam, kde jste měli nějaké nedostatky.

6 Úspěšná žádost – můžete slavit!

Slavnostní vyhlášení titulu Fairtradové město pro vaši obec je velkou odměnou všem, kteří se na přípravách kampaně podíleli. Připravte oslavu tedy dostatečně předem, dohodněte se s Fairtrade ČS, kdy se bude akce konat, a pozvěte co nejvíce lidí a zástupců médií.

8 Stanovte si další cíle, které chcete v rámci kampaně dosáhnout.

Aktualizujte akční plán a diskutujte o dalších plánech nejen se členy řídicí skupiny, ale i veřejností.

9 Připravte obnovovací žádost

Každý rok podává řídicí skupina krátkou zprávu o činnosti a žádá o obnovení titulu.

Pět cílů, pět kritérií

4

1 Místní řídicí skupina

Ve městě je ustanovena místní řídicí skupina, která má alespoň pět členů. Jedním z nich je zaměstnanec/ zaměstnankyně či zastupitel/ zastupitelka místní samosprávy, který/ která bude zprostředkovávat kontakt s vedením města.

„Často se nás lidé ptají, jak oni sami, tady u nás v Česku, mohou podpořit fair trade. Řešení je přitom snadné a v rukou ho má každý z nás. Chovat se odpovědně ve svých nákupech - zajímat se o to, odkud a za jakých podmínek se k nám produkty každodenní spotřeby dostávají. Spotřebitelé mají možnost řadu věcí ovlivnit. V kampani fairtradových měst vidím velký potenciál právě v jejich možnosti inspirovat ostatní a zviditelnit téma fair trade v očích veřejnosti.“

Hana Chorvátová, ředitelka organizace Fairtrade Česko a Slovensko

Řídicí skupina:

- se schází alespoň dvakrát ročně
- může být tvořena zástupkyněmi a zástupci měst, škol, církví, nevládních neziskových organizací, občanů a místních obchodníků (čím pestřejší složení, tím lépe pro dynamiku celé kampaně)
- stanoví kontaktní osobu pro komunikaci s Fairtrade Česko a Slovensko
- aktivně podporuje rozšiřování nabídky fairtradových výrobků a organizuje propagační akce
- podává žádost o přiznání titulu Fairtradové město
- každoročně posílá Fairtrade ČS zprávu o své činnosti (obnovovací žádost)

Řídicí skupina je srdcem Fairtradového města. Pokud ji tvoří nadšení a angažovaní lidé, je schopna velmi efektivně zapojit další aktéry a nadchnout veřejnost k účasti na akcích a podpoře fair trade.



Férový piknik 2014,
Klášteří zahrady Chrudim

Foto: Město Chrudim

Řídící skupina pomáhá:

- **Zvyšovat podporu a zapojení dalších lidí** – v rámci svých aktivit zapojuje nové skupiny, organizace a obchodníky a poskytuje další příležitosti pro již existující podporovatele kampaně.
- **Prohlubuje porozumění** - zvyšuje povědomí veřejnosti o fair trade a známce Fairtrade a jejich pozitivních celospolečenských přínosech prostřednictvím akcí, které organizuje.
- **Stanovuje dílčí cíle a monitoruje jejich dosahování** – řídící skupina je aktivní ve stanovování dílčích cílů kampaně, udává směr, kterým se kampaň ve městě ubírá a zároveň monitoruje, jak je cílů dosahováno.

Co může řídicí skupina dělat dál:

- vypracujte akční plán
- stanovte si indikátory, monitorujte pokrok a slavte úspěchy s širokou veřejností
- vytvořte menší pracovní skupiny a zaměřte se na specifické aktivity, např. spolupráce se školami
- hledejte a přijímejte nové členy a dobrovolníky, vytvořte si seznam příznivců, kteří se mohou účastnit pořádaných akcí nebo vaše úsilí jinak podpořit
- sledujte informace z oblasti fair trade, odebírejte newslettery, zúčastněte se odborného školení nebo víkendového semináře o fair trade
- seznamte se svým záměrem vedení města – společně s místními studenty, spřízněnými organizacemi nebo experty uspořádejte konferenci o fair trade, získejte politickou podporu vašich fairtradových aktivit
- propojte se s řídicími skupinami z jiných Fairtradových měst

Co dalšího lze dělat:

- **přidávejte nové aktivity** – zpětná vazba, kterou dostanete na vaši žádost resp. obnovovací žádost, vám pomůže určit, v jakých oblastech můžete svou činnost dále rozvíjet
- **spolupracujte s dalšími řídicími skupinami** – sdílejte nápady a energii, organizujte společné regionální akce (soutěže, pokusy o dosažení rekordů apod.)
- **Mezinárodní konference Fairtradových měst** – tato konference se koná každoročně v jednom z fairtradových měst (v posledních letech Bonn, Malmö, Poznaň), vyšlete na ni svého zástupce a sdílejte své zkušenosti se zahraničními kolegy a kolegyněmi

Akční plán

Dobrý akční plán pomáhá udržovat směr kampaně a motivaci k jejímu pokračování.

- stanovte si cíle podle **SMART metody**: konkrétní (Specific), měřitelné (Measurable), dosažitelné (Attainable), realistické (Realistic) a časově ohraničené (Time-bound), např. během oslav světového dne pro fair trade proběhne ve třech prodejnách s fairtradovými produkty ochutnávka
- pracujte se **střednědobými i dlouhodobými cíli**, dosahování střednědobých cílů má také motivační význam, neboť výsledky vaší činnosti jsou vidět rychleji, což dodává energii a chuť pokračovat

- stanovte si **indikátory**, pomocí kterých budete dosahování cílů sledovat
- je dobré mít **hlavní akční plán a dílčí plány** pro jednotlivé akce, které organizujete v průběhu roku
- definujte si činnosti, pomocí kterých budete dosahovat cílů, např. kontaktovat obchodníky, dohodnout data, najít dobrovolníky, objednat propagační materiály od Fairtrade ČS, EA nebo NaZemi.
- vytvořte si ke každé akci **harmonogram a odpovědnou osobu**
- **milníky** – stanovte si momenty, které vám během roku umožní bilancovat, oslavovat, sejít se s partnery/dobrovolníky/spolupracovníky a zhodnotit vaši dosavadní činnost, můžete přehodnotit či pozměnit určité cíle apod.

„Udělení titulu Fairtradového města pro nás znamená především dobrou vizitku města, stejně jako členství v Národní síti Zdravých měst ČR. Zde totiž patříme k nejpokročilejším členům. Město má příležitost přímé podpory spravedlivého obchodu a odpovědné spotřeby. Otevírají se další možnosti už tak dobré spolupráce s neziskovými organizacemi, se školami a podnikateli. Účast v projektu také napomáhá v mezinárodní spolupráci s partnery, kteří se rovněž vážně zabývají otázkami spravedlivého obchodu. Město touto formou prezentuje svou společenskou odpovědnost a posiluje toto vědomí u svých obyvatel.“

Petr Hermann, zastupitel města Litoměřice, člen řídicí skupiny

2 Oficiální podpora fair trade

Místní samospráva schválí dokument, ve kterém deklaruje podporu fair trade a zaváže se ke spotřebě fairtradových produktů (např. káva, čaj, květiny, bavlněné a rukodělné výrobky).

Text deklarace musí obsahovat:

- prohlášení o podpoře fair trade
- závazek používat fairtradové produkty kdykoliv je to možné (na schůzích, v kancelářích apod.)

Deklarace není pouhým formálním prohlášením, ale musí za ním být vidět konkrétní akce a činnosti, ke kterým se město zavázalo a které realizuje. V příloze naleznete návrh deklarace. Schválení zastupitelstvem bývá obtížnější, ale má silnější váhu a delší platnost. Schválení Radou města je ovšem dostatečné.

Doporučení:

- město informuje o zapojení do kampaně Fairtradová města ve svých informačních materiálech, na webových stránkách apod.
- město poskytne na svých webových stránkách prostor pro informace o fair trade a aktivitách řídicí skupiny (na webu města by měla být uvedena místa, kde je fairtradové zboží dostupné)
- město zvyšuje povědomí svých zaměstnanců a partnerů prostřednictvím plakátů, emailů, ochutnávek a akcí, například během Světového dne pro fair trade
- město se snaží rozšiřovat řadu fairtradových produktů, které nakupuje
- město může podporovat činnost řídicí skupiny – finančně, poskytováním prostor k setkávání nebo uvolňováním zaměstnanců, kteří jsou v řídicí skupině při konání důležitých akcí zaměřených na podporu fair trade
- inspirovat další města k zapojení se do kampaně Fairtradová města (při komunikaci s partnerskými a spřátelenými městy)

Jak na to:

- identifikujte osoby/oddělení, které by mohla podpora fair trade potenciálně zajímat
- zjistěte, kdo má ve městě na starosti veřejné zakázky
- udělejte si průzkum trhu – jaké fairtradové produkty existují, jaké jsou dostupné ve vašem městě
- identifikujte příležitosti, při kterých by se mohly servírovat/používat fairtradové produkty

Příklady z České republiky: jak zapojit radnici do podpory fair trade?

Zorganizujte seminář nebo konferenci na téma fair trade

Litoměřice uspořádaly v roce 2012 první národní fairtradovou konferenci v Čechách. Sešli se zde zástupci veřejné správy i samosprávy, Fairtradových měst a škol, koordinátoři Zdravých měst, studenti, neziskové organizace a veřejnost.

Konferenci o fair trade uspořádali také žáci **ZŠ Vsetín**, Rokytnice 436 na vsetínském radnici ve spolupráci s městem a NaZemi.

Pozvěte lidi z města na Férovou snídani

Férová snídaně je akce, která koná pravidelně každý rok při příležitosti oslav Světového dne pro fair trade. Vy ale můžete takovou snídani připravit kdykoliv a pro kohokoliv. Zorganizujte férovou snídani pro vedení radnice a zastupitele. Nejen, že jde o příjemné posezení nad kávou a čajem, ale je to ideální příležitost, jak jim můžete kampaň Fairtradová města představit a nadchnout je pro ni.

Podporujte finančně fairtradové aktivity

Fairtradové město Litoměřice připravilo granty na podporu fair trade. Na realizaci fairtradových akcí a aktivit může žadatel získat 100 % uznatelných nákladů projektu, maximálně ve výši 4.000,- Kč. Cílem projektu je podpořit organizace i jednotlivce při organizování akcí na podporu férového jednání, odpovědného myšlení a spravedlivého obchodu.

Vyhlašujte soutěže

Čtyřměsíční soutěž byla odstartována na Férové snídani v květnu 2015 v Litoměřicích. Soutěžní karty bylo možné získat v Informačním centru města. Uvnitř karty našel soutěžící seznam prodejen, kaváren a restaurací, kde lze zakoupit fairtradový produkt. Pokud tak učinil, prodejce potvrdil nákup v soutěžní kartě. Soutěžící, kteří získali nejvyšší počet bodů, obdrželi zajímavé ceny od místních pěstitelů.

Fairtradové tašky s logem města

Na základě inspirace Fairtradovým městem Hannover, nakoupilo město Litoměřice dárkové tašky z bavlny se známkou FAIRTRADE. V těchto férových taškách jsou rozdávány propagační a výukové materiály.

Příklady ze zahraničí:

Vánoční přání s fairtradovou tematikou

V jednom britském městě radnice zorganizovala soutěž mezi místními školami o návrh na vánoční přání s fairtradovou tematikou. Vítězné přání pak radnice použila jako oficiální vánoční pozdrav města pro své partnery, zaměstnance, obyvatele. Do této aktivity se zapojila nejen radnice a školy, ale i všichni ti, kteří obdrželi vánoční pozdrav. Spolu s ním zároveň dostali informaci o tom, že se město zapojuje do podpory fair trade.

Fairtradová káva se znakem města

Město Gdaňsk si nechalo vyrobit dárkové minibalení instantní fairtradové kávy. Jde o zajímavé spojení propagace fair trade a nákupu fairtradových výrobků.

Vánoční fairtradové trhy

V různých zahraničních Fairtradových městech se konají vánoční fairtradové trhy. Pokud není ve vašem městě tolik prodejců, abyste uspořádali celý fairtradový trh, určitě stojí za to se dohodnout s prodejci fair trade, kteří se pravidelně účastní vánočních trhů. Radnice může jejich činnost podpořit např. reklamou v radničních listech, poskytnutím stánku zdarma apod.



Fairtradové tašky z bavlny s certifikací FAIRTRADE

Město Drancy věnuje každému novorozenci fairtradové pyžámko

Od roku 2010 daruje radnice francouzského města Drancy každému novému občánkovi pyžámo z Fairtrade bavlny spolu s dopisem, ve kterém starosta vysvětluje zapojení města do podpory fair trade. V roce 2010 rozdalo při vítání občánků celkem 1625 pyžám v celkové hodnotě 15 000 Euro. Tento počín je obyvateli města vnímán velmi pozitivně a ukazuje, jak může obec informovat o fair trade širokou veřejnost. Město zároveň začalo nakupovat další fairtradové dary, např. pro veřejné činitele nebo při příležitosti Mezinárodního dne žen.

3 Dostupnost fairtradových produktů

Fairtradové produkty jsou prodávány v místní maloobchodní síti (v obchodech, supermarketech, klubech, čerpacích stanicích, novinových stáncích atd.). Fairtradové produkty jsou podávány v místních kavárnách, restauracích, klubech apod.

Požadavky na splnění kritéria:

- ve městě musí být daný počet maloobchodních a restauračních zařízení nabízejících fairtradové produkty (stanovuje se dle počtu obyvatel města v „Kvantifikační tabulce“, kterou najdete na webu www.fairtradovamesta.cz)
- prodejní místo musí mít v nabídce alespoň tři druhy fairtradového zboží z alespoň dvou různých produktových skupin a stravovací zařízení musí nabízet alespoň jeden druh fairtradového zboží (seznam výjimek vyhlašuje Fairtrade Česko a Slovensko), zároveň musejí mít pravidelnou otevírací dobu

„Naší velkou výhodou byla existence prodeje fairtradových potravin v místním ekocentru Šípek již dlouho před příchodem kampaně FT měst do České republiky, což nám velmi usnadnilo startovní pozici.“

Pavel Hausdorf, Český Krumlov,
člen řídicí skupiny.

„Při plnění kritérií bylo pro nás nejnáročnější zajistit dostupnost produktů nebylo to v přímé kompetenci úřadu, ale na osvětové bázi, kdy tomu kde kdo fandil, ale udělat pro to něco navíc oproti svým obchodním zvyklostem byl ochotný už jen málokdo. Naopak ostatní čtyři kritéria bylo snadné splnit, protože existovala všeobecná podpora tématu, které nebylo v místních podmínkách nové.“

Petr Kozel, koordinátor Fairtradového města Vsetína

Známka FAIRTRADE

Známka FAIRTRADE® je udělována konkrétním výrobkům a nevztahuje se na společnosti nebo organizace, které s těmito výrobky obchodují. Tyto výrobky jsou dostupné v běžné maloobchodní síti.



Fairtradové produkty bez známky FAIRTRADE:

Některé fairtradové výrobky neenesou známku FAIRTRADE, jejich férovost je zaručena samotnou členskou organizací WFTO, která jej dováží (Gepa, EZA, EL PUENTE, a další).



Produkty, na které se vztahuje certifikace (známka) Fairtrade:

Banány, bavlna, cukr, čaj, čerstvé ovoce, dřevo, džusy, kakao, káva, koření a bylinky, květiny, med, míče, ořechy a suché plody, obiloviny – rýže, quinoa, olejná semena, složené produkty, víno, zlato.

Pro více informací navštivte www.info.fairtrade.net



Další možnosti, jak rozvíjet toto kritérium:

- **Motivujte prodejce, aby v místech prodeje byla zřetelně uvedena informace o tom, že je zde v prodeji nebo v nabídce fairtradové zboží.**

Tip: Zaregistrujte své prodejní místo u Fairtrade ČS. Obdržíte od Fairtrade ČS samolepku označující prodejní místo nebo restaurační zařízení, které nabízí fair trade.

- **Pokračujte v zapojování nových prodejních míst a kaváren do prodeje fair trade.**

Tip: Udělejte si průzkum (třeba ve spolupráci s místní školou), zda existuje ve vašem městě poptávka po fairtradových produktech. Pokud existuje, je to dobrý argument pro obchody a kavárny, které fairtradové výrobky ještě nenabízejí.

Tip: Zaměřte se na velké a známé obchody ve vašem městě. Pokud se do prodeje fair trade zapojí, může to rychleji přesvědčit i jiné prodejce, aby začali nabízet fair trade.

- **Motivujte prodejce, aby rozšiřovali nabídku fairtradových produktů.**

Tip: Seznam dodavatelů fairtradových produktů vám poskytne Fairtrade ČS, k dispozici také na webových stránkách kampaně.

Studenti v rámci projektové výuky mohou oslovit místní obchodníky, seznámit je s fair trade a motivovat k rozšíření sortimentu.

Pro kavárníky je často obtížné přidat fairtradovou kávu. Snažte se je přesvědčit k nabízení fairtradového čaje, kakaa nebo horké čokolády.

- **Zapojte prodejce do kampaně – mohou sami pořádat vlastní akce jak během celého roku, tak i během oslav Světového dne pro fair trade. Poradte jim, jak se mohou zapojit.**

Právě dostupnost fairtradových produktů je velmi důležitá k tomu, abychom mohli skutečně začít pozitivně měnit životy farmářů v zemích globálního Jihu. Fairtradové produkty proto musí být co nejdostupnější. I kdyby se město jakkoliv snažilo podporovat fair trade, ale nemělo obchody ani kavárny, které fairtradové produkty nabízejí, zůstalo by pouze u slov. Fair trade ale vyžaduje akci. Akci jednotlivých lidí, kteří půjdou a výrobek koupí. Pokud začne fair trade nakupovat celé město, bude dopad na producenty z Jihu enormní.

Aby ve městě ale existovala poptávka po těchto výrobcích, je třeba pracovat i na dalších kritériích – zapojení zdola (lidé, organizace, školy) i shora (podpora města) a práce s médii.

Když pracujete s obchodníky, tak:

- jim ukažte, že po produktech existuje poptávka
- jim poskytněte příležitosti k tomu, aby se o fair trade dozvěděli více, zorganizujte s pomocí Fairtrade ČS, EA nebo NaZemi vzdělávací seminář apod.
- s nimi vytvořte dlouhodobé vztahy a snažte se, aby se cítili součástí kampaně
- nepodporujte celou firmu, ale pouze aktivity spojené s fair trade, které vykonává
- neumožněte pouze jednomu obchodníkovi, aby monopolizoval lokální trh – to by mohlo demotivovat ostatní

Fair trade musí být vidět

Je důležité, aby zapojení prodejci informovali o tom, že prodávají fair trade. Podle studií stráví zákazníci výběrem balíčku kávy nebo rýže průměrně tři vteřiny. A tři vteřiny jsou dost na to, aby si vybrali fairtradový produkt, pokud ví, co je to fair trade. Prodejní místa jsou proto také důležitým místem osvěty. To by si měli všichni prodejci uvědomit a přemýšlet o tom, jak je možné fair trade přiblížit veřejnosti.

Tipy:

- Řadu informací a tipů pro prodejce fairtradových produktů nabízí příručka „Základní kurz pro prodejce fair trade“ a stejnojmenná série 4 seminářů, které pořádá Fairtrade ČS. Tam si také můžete příručku objednat. Pokud se sejde více prodejců ze stejného města, je možné pro ně uspořádat školení přímo ve vašem městě.
- Potřebujete rychle zjistit, kde všude se ve vašem městě fair trade prodává? Zapojte žáky místních škol, tak jako to udělali členové řídicí skupiny britského města Tower Hamlets. Nejen, že vám pomohou posbírat tyto informace, zapojí se zároveň do kampaně a během hledání zjistí spoustu zajímavých informací o fair trade.

Další informace:

základní přehled prodejních míst fair trade naleznete na stránkách mapa.fairtrade-cesko.cz

4 Místní podpora

Místní občané a organizace (školy, nevládní neziskové organizace, církve, knihovny atd.) podporují myšlenku fair trade pořádáním osvětových akcí a nákupem fairtradových produktů.

Požadavky:

- Na základních a středních školách se žáci učí o fair trade a fairtradové produkty jsou používány, kdykoliv je to možné.
- Na univerzitách a vysokých školách studující i vyučující podporují fair trade a fairtradové produkty lze koupit ve školních prodejnách.
- Církve a náboženské společnosti informují o fair trade věřící a používají fairtradové produkty pro přípravu občerstvení.
- Organizace a společnosti nakupují fairtradové výrobky a poskytují je svým zaměstnancům nebo klientům.
- Další organizace – ekologická centra, mateřská centra a jiné kluby a spolky – se aktivně zapojují do podpory fair trade: produkty nabízí a konzumují, o fair trade informují veřejnost.

Jak dále rozvíjet toto kritérium:

- Sítujte se a propojujte jednotlivé aktéry - soukromé podniky mohou spolupracovat s místními organizacemi podporujícími fair trade
- Místa podpory fair trade mohou být označena nálepkami nebo plakáty.
- Zapojte zástupce podporujících organizací do řídicí skupiny. Mohou přispět nápady, energií a zajímavými kontakty.
- Školy, univerzity a církve mohou pokračovat ve svém zapojení do podpory fair trade až k dosažení titulu Fairtradová škola, univerzita nebo církev či náboženská společnost.
- Organizace se zapojují do společných akcí na podporu fair trade, především do Férové snídani, oslavy Světového dne pro fair trade.

„Nejvíc na celé kampani Fairtradová města mě povzbudila spolupráce s neziskovými i podnikatelskými subjekty v Litoměřicích. Mnozí z nich již fairtrade podporovali ještě předtím, než jsme je kontaktovali. A mnozí, kteří o něm dosud neslyšeli, se velmi rychle myšlenke spravedlivého obchodu otevřeli a přijali ji za svou. To mi dodalo radost a elán do další práce.“

Marcela Trejbalová, předsedkyně řídicí skupiny v Litoměřicích.

Tipy: Ukažte místním aktérům příklady, jak je možné se zapojit a motivujte je. Informujte je o tom, co všechno mohou nakupovat. Fair trade není jen káva, čaj a čokoláda. Nabídka výrobků je velice široká: od řemeslných výrobků, přes pochutiny jako koření, oleje, bylinky až po banány, řezané květiny a bavlnu.

Fair trade dává organizacím a podnikům zároveň zajímavý nástroj, jak aktivně zapojit jejich zaměstnance, členy nebo klienty. Je to téma, kolem kterého může vzniknout řada aktivit, na kterých spolupracuje mnoho lidí.

Příklady:

Místní podporovatelé

Zapojte svou organizaci do kampaně jako místního podporovatele. Nakupujete-li fairtradové výrobky a účastníte-li se akcí na podporu fair trade, zaregistrujte se na www.fairtradovamesta.cz. Kromě toho, že bude vaše organizace zveřejněna v seznamu podporovatelů na webu, získáte také samolepku „U nás podporujeme fair trade“. Zapojit se mohou nekomerční subjekty, jako jsou nevládní organizace, knihovny, muzea atp.

Hodonín - Nemocnice TGM podporuje fair trade

Hodonínská nemocnice se v roce 2013 stala první nemocnicí v ČR, která začala podporovat fair trade. Každoročně pořádá férové snídaně pro své zaměstnance. I díky veřejné podpoře nemocnice se stal Hodonín v roce 2013 Fairtradovým městem.

Studující pečou vánoční cukroví z fairtradových surovin

Studentky Fakulty tropického zemědělství České zemědělské univerzity zorganizovaly prodej vánočního cukroví upečeného z fairtradových surovin. Prodejní stánek, který byl umístěn v univerzitní menze, byl zároveň informační a zákazníci mohli svým podpisem vyjádřit zájem o to, aby v univerzitních prodejnách bylo dostupných více fairtradových výrobků. Studentům se také podařilo prosadit umístění „fairtradových automatů“ na občerstvení. V roce 2014 byla Fakulta tropického zemědělství oceněna titulem Fairtradová fakulta.

Národní fairtradová konference v Brně

V říjnu 2014 proběhla v Brně konference pro zástupce Fairtradových měst, škol a církví. Hlavním hostem byl iniciátor kampaně ve Velké Británii, Bruce Crowther. Přes 80 účastníků a účastnic sdílelo příklady dobré praxe, zkušenosti a inspiraci.



5 Média a práce s veřejností

Místní řídicí skupina usiluje o medializaci tématu fair trade v místních médiích. Řídicí skupina ve spolupráci s městem alespoň jednou ročně pořádá propagační akci na podporu fair trade.

Požadavky:

Uvedte vaši hlavní akci, která splňuje následující kritéria:

- je zaměřena primárně na téma fair trade (ideálně “fér” nebo “fair trade” v názvu)
- je určena pro širokou veřejnost
- je dostatečně medializovaná (o akci informovala místní média)

Jak dále rozvíjet toto kritérium:

- pokuste se, aby byl fair trade přítomný na většině veřejných akcí, které se konají po celý rok (oslavy města, vánoční trhy, poutě apod.), např. v podobě informačního/prodejního stánku
- zajistěte, aby akce oslovila široké spektrum diváků a aby se jí mohly aktivně zúčastnit další podporující organizace (viz kritérium č. 4)
- založte webovou stránku propagující kampaň Fairtradová města a pravidelně ji aktualizujte

„Fair trade je pro mě znamenitý ukázkový příklad udržitelného rozvoje v praxi, kdy lze názorně vysvětlit dopad do jednotlivých pilířů udržitelného rozvoje.“

Petr Kozel, koordinátor
Fairtradového města Vsetína

Po celý rok můžete organizovat řadu akcí pro veřejnost, vždy ale zůstane velká část obyvatel vašimi aktivitami nezasazena. Tomu se lze ale vyhnout, budete-li pravidelně a efektivně pracovat s médii. Ta z velké části udělají práci za vás a navíc dopad může být mnohonásobně větší, než jednotlivé akce.

Pár rad pro dobrou práci s médii:

- už během organizace akcí plánujte, jak budete pracovat s médii, pokud plánujete uspořádat mediálně zajímavou akci, neměla by kolidovat s jinými, které se konají ve stejnou dobu
- vytvořte si seznam kontaktů na místní noviny a ty včas o konané akci informujte
- určete si jednu osobu, ideálně z řídicí skupiny, která bude za práci s médii odpovědná
- média (především rozhlas a televize) budou vyžadovat komentář klíčových osob k dané události – počítejte s tím a připravte si osoby, které o ní budou schopny pohovořit
- pořizujte kvalitní fotografie z akcí, které pak budete moci médiím poskytnout

Osvětové akce

- Pokud je to možné, snažte se uspořádat alespoň jednou za rok opravdu velkou akci, třeba festival, fairtradový trh nebo módní přehlídku. I když třeba na poprvé nepřijde mnoho lidí, může mít akce mnohem větší mediální dopad.
- Zapojte vedení města. Získejte výslovnou podporu pro kampaň od hlavních místních politiků. Tím bude vaše práce mnohem jednodušší. Pokud se zúčastní starosta, pak máte mnohem větší šanci, že budou média o vaší akci informovat.
- Začít s kampaní a udržet si titul Fairtradového města je příběh sám o sobě. Spustíte kampaň ve vašem městě uspořádáním osvětové akce – například Férovou snídání – a pozvěte na ni novináře. Informujte je také o tom, že jste splnili určité kritérium a dosáhli dalších úspěchů.
- Široký výběr fairtradových produktů umožňuje uspořádat řadu mediálně zajímavých aktivit – od módní přehlídky, přes ochutnávky káv, čokolád, vína apod. po fotbalový zápas s fairtradovými fotbalovými míči nebo soutěž o nejlepší koláč upečený z fairtradových surovin. Důležité je mít zajímavý nápad a umět ho prezentovat médiím.
- Definujte si cílovou skupinu, na kterou by měla být osvětová akce zaměřená. Chcete oslovit prodejce fairtradových výrobků, školáky nebo zástupce široké veřejnosti procházející po hlavním náměstí? Akci je potřeba připravit tak, aby danou cílovou skupinu oslovila.
- Využijte nabídky besed a výstav od Ekumenické akademie a NaZemi.

Co je důležité vědět, když informujete o fair trade: Pracujte s několika klíčovými sděleními

Když i informujete o fair trade v médiích, je důležité mít připraveno několik klíčových vět (sdělení), aby byl váš projev jasný, srozumitelný a zajímavý. Zde vám nabízíme několik takových sdělení, která by se vám mohla hodit:

1. Proč je fair trade důležitý? Fair trade vnáší spravedlnost do mezinárodního obchodu.

Velká část mezinárodního obchodu udržuje lidi v chudobě. Dvě miliardy lidí, což je třetina obyvatel naší planety, pracují v neuvěřitelně těžkých podmínkách a přitom si nevydělají denně ani 60 korun. Farmáři musí často prodávat svou úrodu za méně, než jsou jejich výrobní náklady, a denně se potýkají s problémy, jak uživit své rodiny. Fair trade se snaží toto změnit.

2. V čem je fair trade férový? Fair trade zajišťuje, aby si farmáři a pracovníci z rozvojových zemí vydělali tolik, aby uživili své rodiny a mohli investovat i do své budoucnosti.

Nejen, že dostanou za svou úrodu odpovídající odměnu, ale v systému Fairtrade dostávají i tzv. sociální příplatek (Social Premium). Ta jim umožňuje financovat společné projekty, jako jsou zdravotnická a školní zařízení, čistá voda, zemědělské stroje, vzdělávání v oblasti pěstování, budování infrastruktury apod.

3. Proč zrovna fair trade? Každý se může zapojit!

Z původních několika fairtradových produktů v polovině devadesátých let se jejich nabídka rozrostla do tisíců. Je to díky tomu, že zájem obyčejných lidí o fair trade se neustále zvyšuje. Přesto mnoho farmářů stále bojuje s chudobou způsobenou nerovnostmi v mezinárodním obchodě. Jejich životy můžeme změnit pouze, pokud nás stále více bude nakupovat fairtradové výrobky. Každé naše rozhodnutí může pozitivně ovlivnit životy lidí na druhém konci světa. A zapojit se můžeme všichni teď hned.



Důležité pojmy:

Dělejte rozdíl mezi fair trade a FAIRTRADE!

Na první pohled se vám může zdát, že v těchto dvou slovech není žádný rozdíl. Je ovšem potřeba oba pojmy rozlišovat:

- Fair trade je označení celého hnutí, které se zasazuje za zlepšení pravidel v mezinárodním obchodě a za podporu pracovníků z rozvojových zemí. V češtině je zvykem psát fair trade, nikoliv Fair Trade!
- FAIRTRADE (psáno dohromady) je název mezinárodní certifikační známky, kterou vlastní Fairtrade International (FI) a která se vztahuje pouze na ty produkty, které je možné certifikovat v souladu se standardy FI.

Kdy mohu použít certifikační známku FAIRTRADE?

Chcete-li použít ve vlastních propagačních materiálech nebo na webu známku FAIRTRADE, je potřeba o tom informovat Fairtrade ČS a nechat si schválit grafický návrh, na kterém je známka zobrazena. Její použití se řídí přísnými pravidly, neboť jde o certifikační známku, jejíž důvěryhodnost nesmí být poškozena nesprávným použitím. Doporučujeme váš záměr známku použít na vašich materiálech předem konzultovat s Fairtrade ČS. Od ní také získáte grafický manuál ke známce. Na výrobu těchto materiálů si vyhradte dostatek času. Fairtrade ČS bude také nějaký čas potřebovat k posouzení vašich grafických návrhů a ke konzultaci s vámi. Více informací naleznete na www.fairtrade-cesko.cz

Používejte přídavné jméno fairtradový

Dlouhou dobu v češtině neexistovalo přídavné jméno vztahující se k fair trade. Často se tedy hovořilo o fair trade čaji, fair trade produktech apod. V současné době však doporučujeme upřednostňovat jednotné přídavné jméno fairtradový nejen v souvislosti s Fairtradovými městy, ale právě i produkty, školami atd.

Férová snídaně

Férová snídaně je ideální typ akce, kterou můžete začít při pořádání osvětových akcí zaměřených na fair trade. Jedná se o celorepublikový piknikový happening na podporu lokálních a fairtradových pěstitelů. Koná se při příležitosti Světového dne pro fair trade, což je svátek, který slaví druhou květnovou sobotu tisíce lidí na celém světě. Zapojte i vy vaše město: sejděte se v parku, na nábřeží nebo na náměstí ve svém městě se známými, sousedy, kamarády nebo rodinou a společně posnídejte fairtradové a lokální suroviny. Pozvěte média a užijte si piknikování. Akci koordinuje organizace NaZemi.

Podpořte své pěstitele a zaregistrujte se na webu www.ferovasnidane.cz.

Jak podat žádost?

5

Proces podávání a posuzování žádosti

- Ve chvíli, kdy jste přesvědčeni, že vaše město splňuje všechna kritéria, můžete začít připravovat přihlášku (žádost). Ještě předtím však nezapomeňte dokumentovat všechny akce, které uspořádáte, abyste je mohli v přihlášce náležitě doložit.
- Až žádost náležitě vyplníte, přiložte k ní všechny požadované dokumenty a zašlete elektronicky a poštou (fotografie stačí poslat elektronicky) do Fairtrade ČS, Vinohradská 1246/55, 120 00 Praha 2.
- Fairtrade ČS vám zašle informaci o tom, že vaše žádost byla přijata, zhodnotí ji a bude vás informovat o tom, kdy bude proveden audit ve vašem městě. Auditem se rozumí setkání se členy a členkami řídicí skupiny a návštěva vytipovaných prodejních míst ve vašem městě jedním zástupcem Fairtrade ČS a jedním zástupcem Ekumenické akademie nebo NaZemi.
- Po provedení auditu vám nejpozději do 14 dní zašle Fairtrade ČS zhodnocení vaší žádosti a výstup z provedení auditu. Ke každému kritériu je uveden komentář se zpětnou vazbou a případnými návrhy na zlepšení.

- Prosíme, neplánujte slavnostní vyhlášení Fairtradového města, dokud nemáte od Fairtrade ČS informaci o tom, že vaše město splnilo všechna kritéria.
- Pokud je vaše žádost úspěšná, můžete slavit. Vaše město získává titul Fairtradové město.
- Pokud je vaše žádost neúspěšná, využijte zpětnou vazbu, kterou od Fairtrade ČS dostanete, jako inspiraci k rozvoji dalších aktivit a až zaznamenáte další pokrok, podejte žádost znovu.

Logo Fairtradová města

Město, které obdrží titul Fairtradové město, současně získá logo kampaně společně s názvem daného města.



Obnovovací žádost

Udělením titulu vaše činnost spojená s propagací fair trade nekončí, ale posouvá se na další úroveň. Podařilo se vám vytvořit dobrou základnu pro další podporu fair trade ve vašem městě a můžete se s chutí pustit do dalších aktivit, rozvíjení pěti kritérií. K tomu by vám měl pomoci i tento průvodce.

Řídící skupina každého Fairtradového města proto **každoročně posílá Fairtrade ČS zprávu o plnění kritérií a žádá o obnovení titulu.**

Tato žádost obsahuje především:

- seznam uspořádaných osvětových akcí a happeningů (nejlépe včetně několika fotografií)
- přehled dosažené medializace (nejlépe včetně odkazů)
- přehled městem využívaných produktů
- aktuální seznam prodejních míst
- aktuální složení řídicí skupiny
- plán do budoucna

Zpráva může být samostatným dokumentem nebo jako součást roční zprávy pracovní skupiny MA21 nebo jiného obdobného orgánu města.



Veřejné zakázky a společenská odpovědnost

6

Na evropské půdě se společensky odpovědné zadávání veřejných zakázek objevuje přibližně od konce 90. let minulého století. Pro veřejné instituce není při nakupování rozhodující pouze cena a kvalita, ale i naplňování sociálních a ekologických cílů, což jim umožňuje získat za vydané veřejné prostředky co nejvyšší přidanou hodnotu. Veřejní zadavatelé mohou své nákupní chování sladovat s principy odpovědné spotřeby a udržitelného rozvoje.

Tento druh veřejného nakupování má v Evropě již pevné kořeny, zadavatelé jej využívají k podpoře ochrany přírody i sociálně znevýhodněných skupin lidí. Mezi ty patří nejen místní dlouhodobě nezaměstnaní, ale i výrobci a pěstitelé v zemích globálního Jihu.

Fairtradové veřejné zakázky patří mezi výdajový proces veřejné správy, který v rámci podpory udržitelného rozvoje preferuje fairtradové výrobky, za něž dostali pěstitelé spravedlivě zapláceno a které byly vypěstovány šetrně k životnímu prostředí.

Důležitou právní jistotu zadavatelům dává aktuální evropská směrnice č. 2014/24/EU o zadávání veřejných

zakázek. Ta ukazuje nový směr zadávání, který nesměruje pouze k preferování nejnižší možné ceny zakázky, ale umožňuje začleňování sociálních kritérií. Veřejní zadavatelé mohou nově požadovat výrobky, které nebyly vyrobeny dětskou nebo otrockou prací. Nová evropská směrnice potvrdila předchozí rozhodnutí Evropského soudního dvora a ukazuje konzistentní směr podpory odpovědného veřejného nakupování.

V rámci kampaně Fairtradová města se veřejní zadavatelé snaží motivovat k odpovědnému nakupování. Pokud chtějí zástupci státní správy a samosprávy z veřejných prostředků nepodporovat zneužívání pěstitelů kávy nebo kakaa, mají možnost nakupovat fairtradové produkty.

Organizace NaZemi k tématu vydala již tři právní analýzy, které ukazují možnosti, jak fairtradová kritéria přidávat do vypisovaných veřejných zakázek. Přidávání kritérií je možné, pokud zadavatelé dodržují obecné zásady pro zadávání veřejných zakázek, tedy rovné zacházení, nediskriminaci, hospodárnost a transparentnost. Analýzy nabízí zadavatelům nejen právní jistotu, ale také užitečná doporučení, jak v případě

preferování fairtradových výrobků ve veřejných zakázkách postupovat v souladu s platnou legislativou.

Pro společensky odpovědné veřejné nakupování je zvláště důležité správné definování jednotlivých požadavků a způsobu jejich ověření. Všechny materiály k tématu najdete ke stažení na www.nazemi.cz/odpovednost.

Pokud máte zájem o etický provoz radnice/úřadu spojený s nakupováním kávy, čaje nebo třeba bavlněné tašky, neváhejte požádat o podporu organizaci NaZemi, Fairtrade ČS nebo Ekumenickou akademii.

“Veřejná správa bude využívat svou kupní sílu k nákupu služeb a zboží tak, aby naplňovala zároveň sociální a environmentální cíle, čímž bude přispívat k posílení sociální soudržnosti a udržitelného rozvoje.”

Strategický rámec udržitelného rozvoje České republiky, s. 58

“Na našem úřadě jsme vypsali veřejnou zakázku na nákup fairtradového občerstvení – kávy, čaje, cukru a čokoládových sušenek. Cena vítězné nabídky nás mile překvapila.”

Marie Černá, místostarostka města Třebíče

Fairtradové nápoje z veřejných prostředků? Ano!

Fairtradové nápoje poptávalo z veřejných prostředků již několik orgánů státní správy, především různá ministerstva. K jejich úsilí se v roce 2014 přidalo jako první samosprávný orgán v České republice Fairtradové město Třebíč. Objem zakázky na dodávku fairtradového občerstvení činil 44 500 Kč. Samotnému vypsání veřejné zakázky předcházela ve městě Třebíči analýza nákupů, vytipování možných ohrožených produktových skupin (výrobky pocházející ze zemí globálního Jihu) a následné vybrání těch produktových skupin, u kterých již nyní existují důvěryhodné certifikace.

Přidávání sociálních kritérií je dle platné legislativy možné, pokud zadavatelé dodržují obecné

zásady pro zadávání veřejných zakázek, tedy rovné zacházení, nediskriminaci, hospodárnost a transparentnost. Fairtradová kritéria je nejvhodnější začlenit do technické specifikace nebo dílčích hodnotících kritérií veřejné zakázky.

Při volbě definice požadavků je důležité, abyste byli schopni jednoznačně ověřit dodržování požadavku. Pro specifikování požadavku fairtradových produktů lze využít buď výčet jednotlivých preferovaných principů, nebo definici fair trade, která je uvedena v Usnesení Evropského parlamentu o Spravedlivém obchodu a rozvoji (2005/2245(INI)). Nejjednodušší formou, jak ověřit splnění fairtradových požadavků, je přezkoumání, zda nabízené výrobky nesou na svém obalu ochrannou známku FAIRTRADE nebo jsou dováženy a distribuovány členskou organizací WFTO (World Fair Trade Organization).

Více informací ke společensky odpovědným veřejným zakázkám najdete v citovaných materiálech, které vydala organizace NaZemi:

Horáček: Fairtradové veřejné zakázky.
NaZemi. 2012.

Bouda: Fair trade a veřejné zakázky.
NaZemi. 2014.

Nakupujeme férově! Nové trendy v zadávání veřejných zakázek.
NaZemi. 2011.

Materiály jsou dostupné ke stažení na www.nazemi.cz/odpovednost.

Další brožury:

Jak nakupovat počítače v souladu se sociálními a ekologickými kritérii.
Ekumenická akademie Praha. 2009.

Sociální nakupování. Průvodce zohledňováním sociálních hledisek při zadávání veřejných zakázek.
Evropská komise. 2010.



Organizace zapojené do kampaně

Fairtrade Česko a Slovensko

Fairtrade Česko a Slovensko zastupuje Fairtrade International v České republice a na Slovensku, zabývá se marketingovou podporou certifikační známky FAIRTRADE®, podporou prodeje fairtradových výrobků a monitoruje český a slovenský trh s fairtradovými produkty.

Fairtrade Česko a Slovensko vzniklo pod názvem Asociace pro fair trade v roce 2004 jako platforma pro posílení osvěty a propagace fair trade a podporu prodeje fairtradových produktů na českém trhu. V roce 2014 byla organizace přejmenována na Fairtrade Česká republika a v roce 2014 získala současný název Fairtrade Česko a Slovensko.

Je členem World Fair Trade Organization (WFTO).
Je garantem kampaně Fairtradová města.
Přijímá přihlášky, provádí audity a uděluje městům tituly.



NaZemi

Nevládní nezisková organizace NaZemi hájí důstojné pracovní podmínky ve světě. Prosazuje globální rozvojové vzdělávání, zasazuje se o zodpovědnost firem v oblasti jejich dodavatelského řetězce a propaguje fair trade jako účinnou podporu chudých pěstitelů a řemeslníků ze zemí globálního Jihu. NaZemi působí v Brně, kde také provozuje fairtradový velkoobchod a e-shop obchod.nazemi.cz.

NaZemi koordinuje kampaň Fairtradová města.



Ekumenická akademie

Ekumenická akademie v ČR působí od roku 1996. Prosazuje alternativní přístupy při řešení současných ekonomických, sociálních a ekologických problémů a zároveň je přenáší do praxe v podobě konkrétních projektů.

Vizi EA je společnost respektující zásady ekonomické, sociální a ekologické udržitelnosti.

Cílem EA je podporovat alternativní formy ekonomické demokracie jako je solidární ekonomika, fair trade, družstevnictví a zasazovat se o zachování demokratické správy veřejných statků (vzdělávání, zdravotnictví, důchodů atd.). V těchto oblastech vzdělává veřejnost formou kampaní, seminářů, kulatých stolů, diskusí, publikací, happeningů a informačních stánků.

V roce 2004 otevřela EA první velkoobchod s fairtradovými produkty. V současné době provozuje fairtradový Fair & Bio obchod v Praze. Založila rovněž družstvo, které provozuje pražskou fairtradovou kávu. EA koordinuje kampaň Fairtradová města.



Zdroje



Web kampaně Fairtradová města
www.fairtradovamesta.cz

Ekumenická akademie
www.ekumakad.cz

Fairtrade Česko a Slovensko
www.fairtrade-cesko.cz

NaZemi
www.nazemi.cz
www.fairtrade.cz

Kampaně zaměřené na odpovědnou spotřebu

Férová snídane
www.ferovasnidane.cz

Kampaň Clean Clothes
www.cleanclothes.org

Kampaň za férové banány
www.zaferovebanany.cz

Web mezinárodní kampaně
Fairtrade Towns (v angličtině)
www.fairtradetowns.org

Kampaň Pěstuj planetu:
5 kroků k udržitelné
spotřebě potravin
www.pestujplanetu.cz

Foto obálka: Předání titulu Fairtradová města v Kroměříži, Foto NaZemi

Kontakt

Pro obecné informace týkající se Fairtradových měst pište na
info@fairtradovamesta.cz

Pokud chcete vaše město zapojit do kampaně, kontaktujte

Ekumenickou akademii

Sokolovská 50

186 00 Praha 8

office@ekumakad.cz

NaZemi

Kounicova 42

602 00 Brno

info@nazemi.cz

S dotazy ohledně žádostí a žádosti samotné se obračejte na

Fairtrade Česko a Slovensko

Vinohradská 1246/55

120 00, Praha 2

info@fairtrade-cesko.cz

banány kakao káva sušené ovoce květiny čerstv
a zelenina ovocné džusy koření a bylinky med o
oleje quinoa rýže sportovní míče cukr bavlna bar
máslo čaj vinná réva banány kakao káva sušené
květiny čerstvé ovoce a zelenina ovocné džusy k
a bylinky med ořechy oleje quinoa rýže sportov
míče cukr bavlna bambucké máslo čaj vinná réva
banány kakao káva sušené ovoce květiny čerstv
a zelenina ovocné džusy koření a bylinky med o
oleje quinoa rýže sportovní míče cukr bavlna bar
máslo čaj vinná réva banány kakao káva sušené
květiny čerstvé ovoce a zelenina ovocné džusy k
a bylinky med ořechy oleje quinoa rýže sportov



Ekumenická
akademie

Vydala Ekumenická akademie, zapsaný spolek

Sokolovská 50, 186 00 Praha 8

IČO: 638 36 009

www.ekumakad.cz

Zpracovala Veronika Bačová a Lenka Černínová

Odborná spolupráce: Barbora Chmelová, Stanislav Komínek, Michaela Nová

Foto: Ekumenická akademie, NaZemi, Fairtrade International

Vydáno v rámci projektu Města podporují fair trade a udržitelný rozvoj

Kampaň dále podporují



Projekt byl podpořen z prostředků
České rozvojové agentury a Ministerstva
zahraničních věcí ČR v rámci Programu
zahraniční rozvojové spolupráce ČR.