

GUIDE TILL FAIRTRADE CITY

Fairtrade City är en diplomering från Rättvisemärkt. Rättvisemärkt är en oberoende produktmärkning som bidrar till förbättrade arbets- och levnadsvilkor för odlare och anställda i utvecklingsländer. Läs mer på www.rattvisemarkt.se



Innehållsförteckning

Information	3
Välkommen	4
Om Fairtrade City	4
Historik	4
Begreppsdefinition – Fairtrade City	5
Initiativ och drivkraft	5
Målgrupp	5
Vinster med Fairtrade City	6
Kriterier för Fairtrade City	6
1. Kommunens ansvar	6
2. En styrgrupp för arbetet	7
3. Utbud i butik	7
4. Företag och organisationers konsumtion av Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande	8
5. Ett lokalt informationsarbete	8
Krav om kontinuerlig förbättring	8
Diplomering	9
Fairtrade-huvudstad	9
Finansiering	9
Rättvisemärkt	9
Skydd av varumärket	10
Ansökan	11
Ansökningsformulär för år ett	12
Förnyelse av Fairtrade City-diplomering för år två och framåt	15

Läs mer

1. Handbok för Fairtrade City- styrgrupper – Fairtrade City i praktiken
2. Sammanfattning, Fairtrade City
3. Kommunicera Fairtrade City

Välkommen

Syftet med Fairtrade City handlar om att samla olika aktörer i din kommun och samverka för en mer etisk och rättvis handel. Fairtrade City är en diplomering som alltsedan dess start år 1999 i England spridit sig över hela världen. I dag finns det kommuner i Europa, USA, Kanada och Australien som uppfyller de kriterier som gäller för Fairtrade City och därmed bidrar till en bättre handelsituation för många odlare i utvecklingsländer. I Sverige startades diplomeringen 2006 där Malmö var först ut. I dag är engagemanget stort i flera kommuner runt om i hela landet där man samlar lokala grupper och driver kampanjer kring etiska produkter för att få kalla sin stad Fairtrade City. Såväl i Sverige som internationellt har kännedomen och försäljningen ökat kring etiskt producerade varor, likt Rättvisemärkt. Organisationer, företag, skolor, kyrkor, universitet, fackförbund och politiker är alla maktavare och kan inte bara handla etiskt utan också vara drivande opinionsbildare, informationsspridare och ambassadörer för att öka intresset för en mer etisk handel.

Fairtrade City syftar till att öka kännedomen och försäljningen av varor som har blivit producerade med respekt för Mänskliga Rättigheter.

Om Fairtrade City

Fairtrade City är en diplomering till kommuner som engagerar sig för etisk konsumtion. Fairtrade City leds av en styrgrupp vars främsta uppgift är att sprida information om etisk konsumtion till kommunens invånare. Fairtrade City innebär att kommunen lever upp till kriterier som rör etisk upphandling, ett aktivt informationsarbete samt utbud i butik och på arbetsplatser av etiskt märkta produkter.

Fairtrade City-diplomeringen önskar fungera som en språngbräda och ett första steg mot etisk upphandling inom kommunen, samt att höja kunskapen och medvetenheten kring etisk konsumtion bland kommunens invånare.

En viktig grund i arbetet är en bred samhällsförankring, d. v. s. att organisationer, handeln, politiker och företag samarbetar. Aktörer från det civila samhället ska vara en drivande part i den styrgrupp som ansvarar för arbetet. Genom en diplomering finns fördelen att få medial uppmärksamhet på ett annat sätt än om insatser sker utanför en samlande ram.

Diplomeringen bör framförallt ses som en förändringsprocess. Syftet är att diplomeringen ska uppmuntra och motivera en löpande förändring och förbättring. Därför ingår också krav om att kontinuerligt vidareutveckla arbetet.

Historik

Diplomeringen Fairtrade City kommer ursprungligen från Storbritannien. Initiativet togs av ideella krafter inom den engelska biståndsorganisationen Oxfam och den första Fairtrade-staden Garstang diplomerades 1999 av Fairtrade Foundation, Rättvisemärkts motsvarighet i England. Idag är över 300 städer i Storbritannien diplomerade. Konceptet har även spridits till andra länder, t. ex. Belgien, Irland, Österrike, Tyskland, Kanada, USA, Australien och Norge. I Sverige lanserades diplomeringen år 2006, då Malmö gick i bräschen för denna satsning. Munkfors och Lund var nästa kommuner att uppfylla kriterierna och följaktligen diplomerades till Fairtrade Cities. I september 2007 diplomerades även Örebro och Norrköping till Fairtrade Cities.

Begreppsdefinition – Fairtrade City

Tidigare syftade diplomeringen Fairtrade City till tätorten. De reviderade kriterierna gör dock gällande att kommunen numer står i centrum, både vad gäller den offentliga upphandlingen och det privata och ideella engagemanget och konsumtionen.

Fairtrade City är en diplomering till kommuner som engagerar sig för etisk konsumtion. Trots att diplomeringen syftar till kommunen som helhet, väljer vi ändå att kalla utmärkelsen Fairtrade City.

Beroende på antalet invånare i kommunen varierar kriterierna kring utbud och konsumtion på arbetsplatser, caféer, restauranger, hotell och i butiker. Om kommunen har färre invånare än 5 000, så får man ansöka enligt kriterierna för en befolkningsmängd över 5 000.

Fairtrade City är en diplomering från Rättvisemärkt.

Initiativ och drivkraft

Vem som helst, såväl medborgare som politiskt förtroendevalda, frivilligorganisationer och företagsrepresentanter kan initiera ett arbete för att nå en Fairtrade City-diplomering. Kommunen diplomerar när uppsatta kriterier uppnåtts. Ett av Fairtrade City-kriterierna är att en styrgrupp tillsätts för att driva arbetet med diplomeringen. Tillsammans eller som part av styrgruppen kan olika aktörer driva arbetet, exempelvis kommunen, frivilligorganisationer och privat sektor.

En viktig förutsättning för ett produktivt och långsiktigt arbete, är en bred förankring hos olika aktörer i samhället. Om initiativet tas på gräsrotsnivå bör målsättningen vara att involvera tjänstemän från berörda förvaltningar, politiker från berörda nämnder samt den lokala handeln i så hög utsträckning som möjligt. Däremot är det möjligt för en grupp ideellt aktiva att påbörja arbetet för en Fairtrade City-diplomering innan det finns ett politiskt engagemang för frågan.

Om initiativet är politiskt är det viktigt att även engagera det civila samhället, t. ex. NGO:s, handeln, studieförbund eller kyrkan. Från politiskt/kommunalt håll är det fördelaktigt att bjuda in aktörer från det civila samhället så tidigt i processen som möjligt för att se vilka tänkbara samarbetsformer och stöd som finns lokalt. En bred förankring och engagemang bäddar för ett lyckosamt arbete.

Målgrupp

Målsättningen med Fairtrade City är att genom informationsaktiviteter, öka kunskaperna kring etisk konsumtion inom hela kommunen. Därmed blir den övergripande målgruppen hela kommunens invånare.

Lämpliga målgrupper för att uppnå en ökad kunskap och medvetenhet kring etiska aspekter av konsumtion är politiker, tjänstemän och anställda inom kommunen, arbetsplatser i privat-, offentlig- och ideell sektor, handeln samt "vanliga" konsumenter.

Beroende på vem som initierat diplomeringen kan också primära målgrupper se olika ut. Kommer initiativet från politiskt håll bör man inledningsvis fokusera på att hitta samarbetspartners inom det civila samhället för att utveckla ett samarbete.

Om initiativet tas från en lokal grupp (NGO) bör den primära målgruppen vara politiker, för att uppnå de politiska beslut som behövs från kommunstyrelsen/fullmäktige för att uppnå en diplomering. Beroende på det kommunala intresset kan informationsarbetet te sig olika. Om det kommunala intresset är svagt finns t. ex. möjligheten att, i första skedet, arbeta aktivt gentemot den privata och ideella sektorn för att visa att det finns ett stöd för frågan lokalt.

Oavsett initiativtagare är allmänheten en given målgrupp. Fördelaktigt är att tydligt fokusera informationsinsatser till avgränsade målgrupper som t. ex. skola och anställda/arbetsplatser inom den offentliga/privata sektorn, kökspersonal, kommunala miljöombud eller studenter.

Vinster med Fairtrade City

Att driva ett arbete för en Fairtrade City-diplomering ger, för det första, ett incitament för olika aktörer att inleda ett samarbete kring etisk konsumtion, en drivkraft att samla resurser, engagemang och möjliggöra mer riktade informationsinsatser lokalt. För det andra ger det en tydlig image för kommunen som ansvarstagande för sin konsumtion. Kommunens "varumärke" laddas med positiva värden i och med en Fairtrade City-diplomering.

Diplomeringen kan ge omfattande medial uppmärksamhet. Möjligt utrymme i media ges både vid diplomeringsceremonin samt inom de informationsinsatser som sker i staden inom ramen för Fairtrade City.

Kriterier för Fairtrade City

Ansvar för att uppnå och genomföra ett Fairtrade City-arbete är delat på både kommunen och den civila/ideella sektorn. Kommunen ska ta ett steg mot ökad etisk upphandling/inköp. Styrgruppen ansvarar för att driva informationsarbetet kring etisk konsumtion. I styrgruppen ska det alltså ges utrymme och möjlighet att tillvarata den drivkraft som finns hos lokala aktörer med ett engagemang för frågan. Styrgruppen kan t. o. m helt drivas på frivilligbasis. Kommunen kan självklart också frivilligt välja att gå in med ett större engagemang och resurser i informationsarbetet kring etisk konsumtion som en del av eller ett komplement till styrgruppens arbete.

1. Kommunens ansvar

- Kommunen ska kunna erbjuda Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande¹ inom kommunens avtal för så många livsmedelsprodukter som möjligt. Exempelvis frukter, te, kaffe och socker.
- Kommunfullmäktige alternativt kommunstyrelsen beslutar att se över hur kommunen kan ta ytterligare steg för att agera som en etisk konsument i alla sina inköp.
- Stadshuset eller motsvarande funktion ska konsumera Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande.
- Kommunen ska anta en målsättning för den offentliga etiska konsumtionen.

¹ Produkter som enligt kontroll har producerats i enlighet med ILO:s åtta grundläggande konventioner om mänskliga rättigheter i arbetslivet.

Rättvisemärkt är ett certifieringsmärke som utgör ett bevismedel för att varorna framställts på ett sätt som är förenligt med dessa ILO-konventioner.

2. Styrgrupp för Fairtrade City

- En lokal styrgrupp tillsätts för att säkerställa fortsatt stöd för att uppnå Fairtrade City-status och för att kontrollera att kriterierna efterlevs. Rapportering årligen till Föreningen för Rättvisemärkt är obligatorisk.
- Styrgruppen bör spegla en samhällelig mångfald med representanter från t. ex. ideell sektor, företag, politiker och kommunala tjänstemän.²
- En kontaktperson utnämns som svarar för primär kontakt med Rättvisemärkt.

3. Utbud av etiskt märkta produkter

- Ett utbud (se nedan) av Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande ska finnas tillgängligt för konsumenter i livsmedelsaffärer och på kaféer, restauranger och hotell. Dessa produkter ska skyltas med informationsmaterial kring etisk konsumtion i möjligaste mån. Det ska vara lätt för konsumenter att hitta etiska produkter i sin vardag.

Kommun med befolkning under/över 5 000 – Ett utbud, totalt av minst 15 Rättvisemärkt eller motsvarande produkter fördelat i 2 butiker, minst 2 kaféer, restauranger eller hotell serverar Rättvisemärkt eller motsvarande kaffe

Kommun med befolkning över 10 000 – Ett utbud, totalt av minst 30 Rättvisemärkt eller motsvarande produkter fördelat i 4 butiker, minst 3 kaféer, restauranger eller hotell serverar Rättvisemärkt eller motsvarande kaffe

Kommun med befolkning över 20 000 – Ett utbud, totalt av minst 40 Rättvisemärkt eller motsvarande produkter fördelat i 5 butiker, minst 4 kaféer, restauranger eller hotell som serverar Rättvisemärkt eller motsvarande kaffe

Kommun med befolkning över 50 000 – Ett utbud, totalt av minst 55 Rättvisemärkt eller motsvarande produkter i minst 6 dagligvarubutiker, minst 5 kaféer, restauranger eller hotell som serverar Rättvisemärkt eller motsvarande kaffe

Kommun med befolkning över 80 000 – Ett utbud, totalt av minst 60 Rättvisemärkt eller motsvarande produkter i minst 7 dagligvarubutiker, minst 6 kaféer, restauranger eller hotell som serverar Rättvisemärkt eller motsvarande kaffe

Kommun med befolkning över 100 000 – Ett utbud totalt av minst 80 Rättvisemärkt eller motsvarande fördelat i minst 8 dagligvarubutiker, minst 8 kaféer, restauranger eller hotell som serverar Rättvisemärkt eller motsvarande kaffe

Kommun med befolkning över 500 000 – Ett utbud totalt av minst 110 Rättvisemärkt eller motsvarande produkter fördelat i minst 12 dagligvarubutiker, minst 6 kaféer, restauranger eller hotell som serverar Rättvisemärkt eller motsvarande kaffe

² Finns ett behov bör någon form av överenskommelse för samverkan upprättas mellan styrgruppen och kommunen.

4. Företag och organisationers konsumtion av Rättvisemärkt eller motsvarande

- Ett visst antal, enligt nedan, lokala arbetsplatser, organisationer, fackförbund och kyrkor ska använda sig av Rättvisemärkt eller motsvarande, t. ex. kaffe eller te och visa detta genom informationsmaterial eller på arbetsplatsens hemsida.

Kommun med befolkning under/över 5 000 – Minst 5 arbetsplatser ska konsumera minst en Rättvisemärkt eller motsvarande produkt

Kommun med befolkning över 10 000 – Minst 10 arbetsplatser ska konsumera minst en Rättvisemärkt eller motsvarande produkt

Kommun med befolkning över 20 000 – Minst 20 arbetsplatser ska konsumera minst en Rättvisemärkt eller motsvarande produkt

Kommun med befolkning över 50 000 – Minst 30 arbetsplatser ska konsumera minst en Rättvisemärkt eller motsvarande produkt

Kommun med befolkning över 80 000 – Minst 40 arbetsplatser ska konsumera minst en Rättvisemärkt eller motsvarande produkt

Kommun med befolkning över 100 000 – Minst 50 arbetsplatser ska konsumera minst en Rättvisemärkt eller motsvarande produkt samt 10 utav dessa ska minst ha två produkter

Kommun med befolkning över 500 000 – Minst 75 arbetsplatser ska konsumera minst en Rättvisemärkt eller motsvarande produkt samt 25 av dessa ska minst ha två Rättvisemärkt eller motsvarande produkter

5. Ett lokalt informationsarbete

- Styrgruppen arbetar aktivt för att sprida information kring etisk konsumtion
- Informationsinsatser av någon form ska anordnas som ökar den lokala kunskapen kring etisk konsumtion
- Styrgruppen ska formulera en målsättning för minst fyra informationsaktiviteter som ska genomföras fram till nästa års rapportering.

Krav om kontinuerlig förbättring

Krav finns om kontinuerlig förbättring/utveckling om status som Fairtrade City skall kvarstå. För att behålla sin status krävs att styrgruppen påvisar att inköp av Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande inom den offentliga sektorn ökar årligen samt att informationsarbetet utvecklats under året.

Obligatoriska krav:

1. Årlig ökning av den offentliga konsumtionen av Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande. (När inköp av Rättvisemärkt eller motsvarande uppnår 50 procent inom en produktkategori är detta ett frivilligt åtagande)
2. Utveckling av informationsarbetet för att öka medvetenheten och kunskaperna kring etisk konsumtion. Varje år ska styrgruppen formulera en målsättning för minst fyra aktiviteter som ska genomföras fram tills nästa utvärdering.

Diplomering

Kontroll av att kriterierna efterlevs sker av styrgruppen själv. Styrgruppen ansvarar för utvärderingen, enligt formuläret som finns sist i denna guide. När kommunen lever upp till samtliga kriterier skall ansökan skrivas under av två av styrgruppens medlemmar. När Föreningen för Rättvisemärkt godkänner ansökan och efter att diplomeringsceremonin ägt rum tituleras kommunen Fairtrade City.

Styrgruppen ansvarar för att kontinuerligt utvärdera hur uppsatta kriterier efterlevs. Varje år ska en ny utvärdering lämnas in, detta ska göras i maj månad. Föreningen för Rättvisemärkt kan revidera kriterier om det finns behov av utveckling i framtiden, detta sker i så fall i dialog med berörda aktörer. Redan etablerade Fairtrade Cities kommer meddelas i god tid för att kunna anpassa sig till nya kriterier.

När kommunen diplomerats till Fairtrade City arrangerar Föreningen för Rättvisemärkt och styrgruppen tillsammans en diplomeringsceremoni. Vid detta tillfälle överräcker Föreningen för Rättvisemärkt officiellt kommunens diplom samt bjuder in press, övriga lämpliga organisationer och företag till en mindre ceremoni för att uppmärksamma att kommunen är ett föredöme genom att ha tagit de första stegen mot en mer etisk konsumtion.

Fairtrade-huvudstad

I förlängningen kommer en årlig Fairtrade-huvudstad att utses. Den stad som koras är den staden med de mest imponerade förbättringarna kring etisk konsumtion/upphandling under året.

Finansiering

Arbetet kring Fairtrade City kan genomföras utan större behov av extern finansiering förutom den arbetstid styrgruppen och frivilliga måste lägga ner. Förhoppningsvis kan detta göras inom tjänst eller på frivillig-basis. Dock är det naturligtvis en fördel med en budget för informationsarbetet. Styrgruppen kan verka för att extra medel tilldelas från kommunen som en satsning på arbetet med informations-spridning kring etisk konsumtion. Medel kan även sökas från olika fonder, studieförbund, lokala/regionala miljöfonder, allmänna arvsfonden och Forum Syd. Möjligt är också att söka sponsring av företag.

Rättvisemärkt

Rättvisemärkt är en oberoende produktmärkning som bidrar till förbättrade arbets- och levnadsvillkor för odlare och anställda i utvecklingsländer. Rättvisemärkt är än så länge det enda märkningsinitiativet på marknaden som i sina kriterier har ett fastställt minimipris för produkten, dvs en bättre betalning, och därmed ställer de mest långtgående etiska kraven.

Märkningen är internationell och finns i ett 20-tal länder i världen, i Europa, Nordamerika, Australien/Nya Zeeland samt Japan. Idag finns det ett brett utbud av Rättvisemärkt i Sverige, t. ex. kaffe, te, kakao, drickchoklad, chokladkakor, bananer och annan färskt frukt, juice, ris, quinoa, glass, socker, müsli, snacks/godis och honung. Dessutom går det att köpa Rättvisemärkt vin, rosor, sportbollar, och produkter som innehåller Rättvisemärkt bomull. Produkterna produceras i ett 50-tal av världens utvecklingsländer i Afrika, Asien och Latinamerika. Rättvisemärkt™

och Fairtrade® är varumärken tillhörande Rättvisemärkt i Sverige AB. Det innebär att all användning av certifieringsmärket och namnet måste ske i samtycke med Rättvisemärkt.

Rättvisemärkt i Sverige AB arbetar med att licensiera Fairtrade®/Rättvisemärkt™ till företags produkter på den svenska marknaden. Viktigt att understryka är att diplomeringen Fairtrade City och certifieringen av en Rättvisemärkt produkt inte utgår från samma kriterier. Kriterierna som gäller för en Rättvisemärkt produkt kan hittas på Fairtrade Labelling Organizations Internationals hemsida, www.fairtrade.net. Föreningen för Rättvisemärkt arbetar med informations spridning för att öka kännedomen om Rättvisemärkt och ansvarar för diplomeringen Fairtrade City.

Skydd av varumärket

Önskas Rättvisemärkts varumärke användas är det av största vikt att certifieringsmärket används i enlighet med fastställda riktlinjer. I varumärket ligger en stark trovärdighet som måste upprätthållas för att Rättvisemärkt i framtiden ska kunna fortsätta fylla sitt syfte. Därför får certifieringsmärket aldrig användas i samband med text i tryck, på webb, i annonsering eller tillsammans med andra varumärken utan att det först kontrollerats med Föreningen för Rättvisemärkt, se vidare under "Regler för användning av Rättvisemärkts certifieringsmärke".

Inte heller får certifieringsmärket användas "fristående", d. v. s. utan medföljande text som förklarar vad Rättvisemärkt är och står för.

För att inte urholka Rättvisemärkt som namn är det också oerhört viktigt att ord som "rättvisemärkning/ar", "rättvisemärkas", "Rättvisemärkta" och andra böjningar av vårt namn undviks. Rättvisemärkt ska alltid skrivas med versalt R och sin grundform. I plural skriver man "Rättvisemärkt-bananer", "bananer certifierade av Rättvisemärkt" eller "Rättvisemärkt-certifierade bananer". Mer om detta finns att läsa på Rättvisemärkts hemsida.

Riktlinjer för användning av Rättvisemärkts certifieringsmärke

1. Certifieringsmärket får användas i redaktionellt material när det rör sig om en artikel som handlar om Fairtrade/Rättvisemärkt.
2. All övrig användning av certifieringsmärket, inkluderande (men ej begränsat till) produktförpackningar, tryckt material, hemsidor, nyhetsbrev, flygblad, affischer, broschyrer, t-shirts, presentartiklar, prislistor, menyer etc. måste godkännas i förväg av Rättvisemärkt.
3. När certifieringsmärket används i skyltnings syfte, prislistor och menyer etc. ska det framgå tydligt vilka produkter som bär märkningen.
4. Fairtrade/Rättvisemärkt äger rätt att återkalla användning av certifieringsmärket om ovanstående regler ej följs eller om användningen strider mot principer och syften som organisationen står för.
5. Certifieringsmärket kan laddas ned från www.rattvisemarkt.se i både JPG- och EPS-format i syfte att underlätta för journalister, företag och andra informationsbärare, t.ex. medlemsorganisation och utbildade frivilliga, s.k. ambassadörer.
6. Certifieringsmärket skall aldrig tryckas i mindre storlek än 13,5 mm (bredd).
7. Rättigheterna till Fairtrade/Rättvisemärkt certifieringsmärket ägs av Rättvisemärkt i Sverige AB tillsammans med Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).
8. Rättvisemärkt™ och Fairtrade® är varumärken tillhörande Rättvisemärkt i Sverige AB och skall alltid skrivas med stor bokstav och i denna form.
9. Om du är osäker på hur dessa regler ska tolkas eller om du får/bör använda certifieringsmärket, kontakta Rättvisemärkt på info@rattvisemarkt.se eller 08-505 756 90

Ansökningsformulär för Fairtrade City

Ansökningsformuläret fylls i när kriterierna för Fairtrade City är uppfyllda. Formuläret skickas till Föreningen för Rättvisemärkt. När diplomeringsceremonin är genomförd kan kommunen tituleras Fairtrade City. Handläggningstiden är ca tre veckor. Denna ansökan gäller för det första året som Fairtrade City. Varje år görs en nyansökan där förbättringar påvisas.

Kontaktperson

Organisation (om det finns någon)

Adress

Postnr och ort

Telefon

E-post

Fairtrade City-diplomering ansöks för följande område

Befolkningsmängd

Datum

1. Kommunens ansvar

Konsumtion

1.1 Redogör för den offentliga sektorns konsumtion av Rättvisemärkt eller motsvarande i dagsläget Redogör varje produktgrupp separat i nedanstående tabell.

Produktgrupp (Ex kaffe, bananer, te, socker, choklad, rosor, bomull etc)	Mängd Antal kg /Antal kr	Andel Andel av totala volymen/kostnaden (%)

1.2 Redogör för att stadshuset (eller motsvarande funktion) konsumerar Rättvisemärkt eller motsvarande

Stadshuset eller motsvarande funktion tillhandahåller Rättvisemärkt eller motsvarande i sitt utbud. Ange produkt(er)

Mål och handlingsplan

1.3 Redogör för kommunens målsättning gällande den offentliga etiska konsumtionen.

Bilaga nr ____ bifogad

(1.4) Redovisa handlingsplanen som beskriver hur kommunen kan ta ytterligare steg för att agera som en etisk konsument i alla sina inköp. (Detta kan göras efter ett år som Fairtrade City, vid nyansökan.)

Bilaga nr ____ bifogad

2. Styrgrupp för Fairtrade City

2.1 Redogör för styrgruppens sammansättning (namn, befattning och kontaktuppgifter) Bifoga i ett excelark. Redogör nedan för hur ofta styrgruppen planerar att träffas.

Bilaga nr ____ bifogad

3. Utbud

3.1-3.3 redogörs i excelark och bifogas med ansökan. Följande kolumner ska finnas:

- Namn på café/hotell/restaurang/arbetsplats/butik
- Kontaktuppgift till respektive plats
- Namn på produkten (Om något annat initiativ än Rättvisemärkt-certifierade produkter anges, nämn vilket)
- Summera antal caféer/hotell/restauranger/arbetsplatser/butiker och produkter

3.1 Arbetsplatsers konsumtion av Rättvisemärkt eller motsvarande

Ange namn och kontaktuppgifter till arbetsplatserna, samt vilka etiska produkter som konsumeras

Bilaga nr ____ bifogad

3.2 Butikers utbud av Rättvisemärkt eller motsvarande

Ange namn och kontaktuppgifter till butikerna, samt deras sortiment av etiskt producerade varor

Bilaga nr ____ bifogad

3.3 Café/Hotell/Restaurangers utbud av Rättvisemärkt eller motsvarande

Redogör för utbudet av Rättvisemärkt eller motsvarande på caféer, hotell och/eller restauranger

Bilaga nr ____ bifogad

4. Lokalt informationsarbete

4.1 Redogör för styrgruppens målsättning för minst fyra aktiviteter

4.2 Motivera det nuvarande engagemanget lokalt. (Ex bifoga exempel på artiklar, pressmeddelanden etc.)

Bilagor nr _____ bifogas

Formuläret skrivs under av två medlemmar från styrgruppen.

Signatur

Namnförtydligande

Befattning/organisation

Datum

Signatur

Namnförtydligande

Befattning/organisation

Datum

Skickas till
Fairtrade City
Föreningen för Rättvisemärkt
Åsögatan 115
116 24 Stockholm

Förnyelse av Fairtrade City-diplomering för år två och framåt

Årligen i maj månad, om diplomering skall kvarstå, krävs det att styrgruppen återigen skickar in uppgifter samt att det påvisas en förbättring.

Kravet om kontinuerlig förbättring innebär att det måste påvisas en ökad konsumtion av Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande inom kommunens konsumtion.

Informationsarbetet ska under året utvecklas eller utökas på något sätt. Idéer och tips finner du i handbok till Fairtrade City-styrgrupper.

Kontaktperson

Organisation (om det finns någon)

Adress

Postnr och ort

Telefon

E-post

Fairtrade City-diplomering ansöks för följande område

Befolkningsmängd

Datum

1. Kommunens ansvar

Framsteg i samarbetet med kommunen:

Offentlig sektors konsumtion av Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande i dagsläget samt ökning från tidigare år (uträknat per produktgrupp):

2. Framsteg i styrgruppen

Beskriv styrgruppens arbete under året, t.ex. styrgruppsmöten, förändringar i sammansättning, m.m.:

3. Butiken

Framsteg gällande utbud i butik (detaljer; namn på butikerna, kontaktuppgifter och sortiment av varor):

4. Framsteg för företags och organisationers konsumtion av Rättvisemärkt-produkter eller motsvarande

Framsteg gällande arbetsplatser (namn på arbetsplatser, kontaktuppgifter):

5. Lokalt informationsarbete

Beskriv hur styrgruppen har arbetat för att förverkliga uppsatta mål:

Beskriv aktiviteter som har genomförts (utveckling från föregående år):

Detaljer (antal pressklipp, antal pressmeddelanden, bifoga exempel på artiklar):

Målsättning för fyra aktiviteter under kommande år:

Formuläret skrivs under av två medlemmar från styrgruppen.

Signatur

Namnförtydligande

Befattning/organisation

Datum

Signatur

Namnförtydligande

Befattning/organisation

Datum

Skickas till
Fairtrade City
Föreningen för Rättvisemärkt
Åsögatan 115
116 24 Stockholm