

BUENAS PRÁCTICAS DE CIUDADES POR EL COMERCIO JUSTO	
CIUDAD	Saarbrücken, Alemania
SITIO WEB	www.fairtrade-towns.de
FECHA DE LA DECLARACIÓN DE CCJ	Abril, 2009
TEMA	PRIMERA CIUDAD DE COMERCIO JUSTO DE ALEMANIA
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>Dos organizaciones de Comercio Justo (Conocidas como el “<i>Fairy Team</i>”), lideraban desde 2002 dos campañas de Comercio Justo “<i>Saarland handles fair</i>” y “<i>Saarbonne</i>” – Café Bio & de Comercio Justo”, buscando el apoyo de los medios de comunicación y del Ayuntamiento para fomentar y visibilizar entre la ciudadanía el Comercio Justo.</p> <p>En 2008 conocieron la campaña de Ciudades por el Comercio Justo a través de Transfair Germany, así que cuando se puso en marcha la campaña a nivel estatal, ya existía en la ciudad un gran conocimiento del Comercio Justo y enseguida cumplieron los criterios del programa “Ciudades por el Comercio Justo”.</p> <p>El “<i>Fairy Team</i>” está constituido por voluntarios y voluntarias que pertenecen a las organizaciones locales y coordinan unas 100 actividades cada año entre festivales, tiendas, centros escolares, etc.</p> <p>El grupo de trabajo se formó en Enero de 2009 y representa a 16 organizaciones.</p>
LECCIONES PARA APRENDER	<ul style="list-style-type: none"> - Si una propuesta a un <i>partner</i> externo o institución no funciona como se había planificado, nunca se debe abandonar la idea de seguir intentándolo, en alguna etapa siguiente se logrará. - Asegurar dentro del grupo de trabajo el compromiso con el Comercio Justo, a través de la formación y la constante motivación de los miembros. - Involucrar a los medios de comunicación en las campañas ayuda a fomentar el Comercio Justo mucho con mucha más rapidez.