



EAS

Make Fruit Fair!



Campagna di sensibilizzazione mediatica e advocacy politica sul commercio della frutta tropicale

 PAESE Italia	 BENEFICIARI 20.000.000	 METODO Networking / Advocacy
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

PARTNERS LOCALI	Fair Trade Italia
PARTNERS INTERNAZIONALI	Oxfam Deutschland (Germania), Asociatia Mai Bine (Romania), Banafair (Germania), Banana Link (UK), Ekumenicka akademie Praha (Repubblica Ceca), Fako Agricultural Workers Union (Camerun), Forum for International Development + Planning (Germania), Instituto Marquês de Valle Flôr (Portogallo), Koperattiva Kummer ust (Malta), Peoples Solidaires (Francia), Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria Agropecuaria (Colombia), Stichting Fair Trade Advocacy Office -FTAO (Olanda), Südwind (Austria), Tudatos Vásárlók Közhasznú Egyesülete -TVE (Ungheria), Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral (Ecuador), The Windward Islands Farmers' Association (Saint Vincent e Grenadine), Za brvba (Lituania), Zwizek Stowarzysze Polska Zielona Sie (Polonia)
ENTI FINANZIATORI	Commissione Europea
DATA INIZIO PROGETTO	Marzo 2015
DURATA	36 mesi
DESCRIZIONE	Make Fruit Fair è una campagna di sensibilizzazione, sia mediatica che politica, per informare e pretendere pratiche di consumo, commercializzazione e condizioni di lavoro più sostenibili nell'ambito della produzione della frutta tropicale (in particolare, banana e ananas). Già realizzata in Germania a partire dal 2010 con grande successo, viene replicata e ampliata in 20 paesi europei ed extraeuropei.
OBIETTIVI	Il progetto è rivolto alla costruzione di un'opinione pubblica favorevole allo sviluppo di politiche europee commerciali sostenibili, per contribuire positivamente al raggiungimento degli obiettivi dell'Unione Europea relativi alle tematiche di sviluppo, obiettivi del millennio inclusi. Nello specifico, l'obiettivo è rendere pubblico e condiviso il legame fra il commercio internazionale e lo sviluppo, incoraggiando la cittadinanza europea ad esigere dai propri rappresentanti politici l'implementazione di cambiamenti rilevanti per il miglioramento della vita dei paesi più poveri.
ATTIVITÀ	<p>Attività di advocacy e lobbying verso il parlamento europeo, le grandi multinazionali coinvolte nella catena di produzione e distribuzione della frutta tropicale e i mass media. Campagna on line e petizione.</p> <p>Realizzazione di studi approfonditi nei diversi paesi delle politiche di acquisto e prezzi dei supermercati. Giornate di formazione e preparazione di materiale informativo. Incontri multi-stakeholder in cui sindacalisti ed attivisti di paesi produttori possano interrogare la politica europea e le corporation. Produzione di materiali video (documentari e videoclip) e altri materiali pubblicitari (poster, volantini, foto, magliette, borse ecc.). Campagna massmediatica (performance, comunicati stampa, social media ed altre piattaforme virtuali) Organizzazione di conferenze ed altri eventi in contesti pubblici.</p>



www.gvc-italia.org