**Ansøgningsskema til CISUs Oplysningspulje**

**A. Basale informationer om samarbejdspartner**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | Justiça Ambiental (JA!) | | | |
| Adresse | Rua Kamba Simango, nº 184,  Maputo | | | |
| Telefon | +258 82 306 1275 | E-mail | jamoz2010@gmail.com | |
| Hjemmeside | www.ja.org.mz | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | | www.facebook.com/ja4change |

*Hvis der er flere samarbejdspartnere (fx sydpartner, andre foreninger, uddannelsessteder, virksomheder, medier eller forskningsinstitutioner), skal der udfyldes en boks med basale informationer om samtlige samarbejdspartnere. Hvis der ingen partnere er, kan boksen slettes.*

**B. Aktiviteten**

1. **AKTIVITETEN. Giv en kort beskrivelse af, det I søger om støtte til**
   1. *Hvad er formålet med aktiviteten?*
   2. *Hvorfor er det vigtigt? Og hvorfor skal den realiseres nu?*
   3. *Hvad består aktiviteten af?*
   4. *Hvis oplysningsaktiviteten ikke skal foregå på dansk skal det beskrives hvorfor, og hvordan I vil nå målgruppen for aktiviteten.*
   5. *Hvordan hænger aktiviteten sammen med foreningens øvrige arbejde og brug af pro-midler?*
   6. *Hvordan inddrager I erfaringer fra eventuelle tidligere oplysningsaktiviteter?*
   7. *Er der tale om en oplysningsaktivitet, der før har været gennemført af foreningen? Hvis ja, hvad har man lært i foreningen og hvad påtænker man at gøre anderledes i for hold til sidst?*

|  |
| --- |
| I forbindelse med interventionen “Fighting the Gas Rush in Mozambique” med vores partner, Justiça Ambiental (JA!), har vi produceret en video, der belyser hvordan gasudvinding i Mozambique har alvorlige konsekvenser og kompromitterer miljømæssig retfærdighed. Under produktionen af filmen, er vi blevet opmærksomme på andre konsekvenser af gasudvindingsindustrien, der bl.a. har at gøre med menneskerettighedskrænkelser, forbindelser til danske investeringer og de direkte følger af investeringerne i forhold til den lige nu meget skrøbelige situation i Mozambique. Denne aktivitet vil gøre det muligt at lave flere film, der kan skabe mere opmærksomhed omkring de mange forskellige og forbundne konsekvenser, der følger med udvindingen af gas. Vores interviews med vores partnere og andre aktører i Mozambique er lavet på engelsk. Da vores målgruppe er danske pensionsselskaber og deres medlemmer, vil videoerne have danske undertekster. Global Aktion har stor og god erfaring med at bruge videoer som kampagnemateriale, og vi bygger derfor ovenpå tidligere erfaring i udarbejdelsen og planlægningen af denne aktivitet. Eksempelvis er en læring, at de mest succesfulde videoer er nogle med et snævert defineret fokus. Denne aktivitet vil derfor resultere i mindre videoer med hver deres specifikke og klare vinkel på problemstillingerne, som gør det simpelt at formidle komplicerede budskaber på en letforståelig måde. Desuden er det også en hjælp til at nå ud til vores målgruppe, da videoernes forskellige vinkler og fokuspunkter kan målrettes og nå ud til seere med forskellige interesser i problemstillingerne omkring gasudvinding i Mozambique. |

1. **SUCCESKRITERIER. Beskriv konkret hvad I vil opnå med aktiviteten**
   1. *Beskriv de kriterier der skal være opfyldt, for at I har nået jeres mål med aktiviteten.*
   2. *Hvordan vil I måle om succeskriterierne er opfyldt?*

|  |
| --- |
| Overordnet set er formålet med videoerne at skabe opmærksomhed omkring og informere vores målgruppe om problemstillinger relateret til gasudvinding i Cabo Delgado provinsen. Særligt er formålet at skabe opmærksomhed om konsekvenser af danske investeringer, som skal være med til at presse de involverede parter og selskaber til at trække deres investeringer. Videoerne vil blive distribueret via sociale medier og arrangementer, som Global Aktion står for. Målet er, at investorer viser at de genovervejer deres investeringer i gasudvindingsprojekterne, og at medlemmerne og kunderne i de involverede pensionsselskaber og banker vil støtte vores kampagne og ultimativt lægge pres på investorerne. Vi vil også kontakte selskaberne og bankerne direkte og præsentere dem for videoerne.  Vi vil opsamle data fra sociale medier ift. spredning af videoerne, likes, delinger og visninger. Vi vil også samle feedback fra tilhørerne til vores arrangementer, hvor videoerne vil blive vist. Derudover vil vi også have en dialog med de danske investorer og samle deres reaktioner på videoernes budskaber og de problemstillinger, de belyser. Dette kunne eksempelvis indgå som grundlag for en efterfølgende kampagne, der fortsat skal presse selskaberne til at trække deres investeringer. |

1. **LÆRINGSMÅL. Opstil de læringsmål I har for aktiviteten**
   1. *Hvad ønsker I som forening at blive klogere på med aktiviteten? (Hellere få konkrete og realiserbare mål end mange ufokuserede mål, der ikke er realiserbare).*
   2. *Hvordan vil I sikre opsamling og videndeling fra aktiviteten i jeres forening? Og hvem er ansvarlig?*

|  |
| --- |
| De erfaringer, som denne aktivitet vil give de frivillige i Global Aktion, vil være af stor betydning ift. Global Aktions nye intervention med JA!, der starter i februar 2020. Udover at opbygge en mere solid viden på selve problemstillingerne, der kvalificerer de frivillige ift. at indgå i dialog med selskaberne og virksomhederne, vil der også blive opbygget erfaring med at indsamle videomateriale, planlægge, udarbejde og målrettet distribuere videoer samt indsamle data fra interaktioner på sociale medier. Processen vil løbende blive dokumenteret og diskuteret blandt de frivillige, der udfører aktiviteten, for at kunne skabe et solidt grundlag med læringspunkter til fremtidig kampagnearbejde.  Erfaringerne vil blive delt med resten af Global Aktion og særligt andre frivilliggrupper, der står overfor at skulle gennemføre lignende kampagneaktiviteter. Det vil blandt andet blive gjort gennem kampagneworkshops og generel rådgivning og intern kapacitetsopbygning. |

1. **MÅLGRUPPE. Beskriv hvem aktiviteten primært henvender sig til**
   1. *Hvem er det vigtigst, at I får i tale med aktiviteten? (Vær gerne meget specifik i jeres beskrivelse af målgruppen og om der er særlige hensyn til den).*
   2. *Hvordan appellerer særligt I til den målgruppe?*
   3. *Hvad skal målgruppen have lært af aktiviteten?*

|  |
| --- |
| Målgruppen består af to dele: 1) Danske pensionsselskaber og banker, der investerer i firmaer, som er involveret i gasudvindingen i Mozambique og 2) danske bankkunder og medlemmer i disse selskaber. Det er den første, der er den primære målgruppe for denne aktivitet. Vi håber, at de vil tage vores videoer i betragtning og gentænke deres CSR-position og dermed deres faktiske investeringer i industrien. Det er vigtigt at få disse CSR-afdelingerne i tale med vores videoer, da selskaberne har en stærk interesse i at opretholde et positivt ry, hvilket vil blive svækket så længe de opretholder de skadelige investeringer. Global Aktion har flere års erfaring med at køre kampagne over for og være i dialog med danske selskaber, der investerer i selskaber, der overtræder international lovgivning og handler uetisk ift .f.eks. menneskerettighederne. Blandt andet har flere danske pensionsselskaber trukket sig fra investeringer i Vestsahara bl.a. efter pres fra Global Aktion og andre. Vi vil hovedsageligt nå vores primære målgruppe gennem vores sekundære målgruppe: kunderne. Målgruppe nr. 2 vil engagere sig i kampagnen ved at dele videoerne på de sociale medier og deltage til vores events. Ved at gøre dem klogere på konsekvenserne af gasudvinding i Mozambique, vil de være med til at lægge pres på deres egne banker og pensionselskaber. Videoernes vinkler er hhv. klima, menneskerettigheder og det lokale miljø. Forskellige vinkler og budskaber gør det muligt at målrette budskaberne til folk med forskellige interesser og bekymringer. Det er desuden centralt, at videoerne vil skabe et tydeligt bånd mellem seeren i Danmark og situationen i Mozambique. |

1. **TEMAER. Beskriv hvordan I arbejder med de fire punkter nedenfor** (hvis I gør det)
   1. *Hvordan inddrager I jeres partner i Syd planlægning og gennemførelse af aktiviteten?*
   2. *Hvordan fortæller I om de strukturelle årsager til fattigdom og ulighed?*
   3. *Hvordan indgår FN’s Verdensmål i jeres aktivitet?*
   4. *Hvordan arbejder I med løsningsorienterede og konstruktive vinkler på jeres budskaber?*

|  |
| --- |
| JA! er centrale i udviklingen af videoerne, da de optræder som interviewpersoner og bidrager med viden og erfaringer på området. De vil også have mulighed for at kommentere på og udvikle fortællingen i videoerne.  Strukturelle årsager til ulighed står centralt i hele kampagnen, som denne aktivitet indgår i. Særligt mål 7, 10, 12 og 13 slår stærkt igennem. Danske investeringer i virksomheder, der er involveret i gasudvindingen i Mozambique er investeringer i et fejlslagent økonomisk system, som ikke bidrager til udviklingen af landet, men udelukkende forværrer allerede eksisterende problemer. Gasindustriens virksomheder i regionen skal holdes til ansvar for deres ødelæggelser af miljøet og for deres krænkelser af menneskerettigheder. Aktiviteten skal styrke stemmerne fra de, der ikke blev konsulteret ift. gasprojekterne i regionen, men som ikke desto mindre skal leve med konsekvenserne deraf. Gennem dette, skal danske kunder selv lægge pres på deres selskaber for at de tager ansvar for konsekvenserne af deres investeringer.  Videoerne vil være løsningsorienterede og konstruktive, da det er centralt at kaste lys over, hvordan seeren selv kan gøre noget for at ændre status quo. Vi vil opfordre dem til og støtte dem i at lægge pres på deres banker og pensionskasser. . |

1. **PLANLÆGNING. Skriv gerne i punktform (tids)planen for gennemførelse af aktiviteten**
   1. *Tidsplan for aktiviteten*
   2. *Hvilken grad af frivilligt engagement og bidrag forventer I?*
   3. *I hvilket omfang vil det være nødvendigt at aflønne?*
   4. *Beskriv aftaler med Syd-partner og evt. andre organisationer i Danmark om aktiviteten.*

|  |
| --- |
| Tidsplanen vil være som følger:  December 2019: Storyboard vil blive udviklet af GA’s frivilliggruppe på baggrund af det allerede indsamlede materiale.  Januar: Storyboard vil blive diskuteret med videomakeren og JA!. Sammen med JA! vil GA’s frivilliggruppe komme med feedback på videoerne, og i slutningen af januar er de endelige versioner af videoerne klar.  Materialet til videoerne er allerede indsamlet af GA’s frivillige, og vi har allerede en aftale med en professionel videomaker om, at hun kan lave videoerne til os i løbet af januar 2020.  Februar: Vi vil vise videoerne til et offentligt arrangement i begyndelsen af februar, hvor repræsentanter fra JA! vil deltage.  Det eneste, der kræver et honorar er selve redigeringen af videoerne. Videomakeren vil bruge ca. halvanden dag pr. video. |

1. **KOMMUNIKATION. Beskriv hvordan I vil formidle jeres aktivitet**
   1. *Hvordan formidles aktiviteten internt i foreningen?*
   2. *Hvordan kommunikeres udadtil om aktiviteten?*
   3. *Er der elementer af aktiviteten, som kan interessere medierne, og hvordan skal disse kommunikeres?*

|  |
| --- |
| Aktiviteten vil blive delt på GA’s hjemmeside, hvor der sættes en kampagneside op, som specifikt omhandler gasudvinding i Mozambique, samt på GA’s Facebook med ca. 14000 følgere. Derudover vil den også blive delt i både i interne og eksterne nyhedsbreve, som har hhv. ca. 500 og 4000 modtagere. Derudover vil alle medlemmer af GA blive opfordret til at deltage i de offentlige arrangementer om gasudvindingens konsekvenser. Derudover vil vi også opfordre GA’s partnere både i og uden for Danmark til at dele budskaberne via deres informationskanaler for at opnå øget opmærksomhed.  Videoerne vil blive anvendt i vores kommunikation med danske pensionskasser og banker via email og personlige møder, der planlægges i forbindelse med JA!’s besøg i Danmark i februar 2020. Derudover vil videoerne blive vist til offentlige arrangementer og debatter i samme periode, såvel som ved efterfølgende arrangementer.  Det, der kan sikre en interesse fra mediernes side, er involveringen af danske pensionskasser og bankers investeringer i virksomheder, involveret i gasudvindingen i Mozambique. Dette spiller ind i den kritiske debat i det danske civilsamfund, som sætter fokus på karakteren og konsekvenserne af danske selskabers investeringer og deres efterlevelse af CSR-principper og FN’s retningslinjer for ansvarlige investeringer.  Særligt Danwatch er relevante at tage fat i, for at de kan afdække sagerne yderligere og være med til at skærpe debatten. |