**Ansøgningsskema til CISUs Oplysningspulje**

**A. Basale informationer om samarbejdspartner**

|  |  |
| --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | La Via Campesina SEAf |
| Adresse |  |
| Telefon |  | E-mail |  |
| Hjemmeside | https://viacampesina.org/en/ | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | https://www.facebook.com/LVCAfrica1/ |

**B. Aktiviteten**

1. **AKTIVITETEN. Giv en kort beskrivelse af, det I søger om støtte til**

|  |
| --- |
| * 1. *Hvad er formålet med aktiviteten?*

Formålet med aktiviteten er, at styrke en oplyst og kritisk debat i Danmark omkring klimakrisen, dens årsager og klimaretfærdighed. Mere specifikt er formålet at oplyse danskerne om, hvordan globale handelsinteresser og -aftaler er afgørende for, hvilken form for klimahandling, vi og vores politikere kan tage lige nu. Formålet er derudover at skabe kritisk refleksion i den brede, danske klimabevægelse over hvordan strukturelle handelspolitiske forhold og frihandelsaftaler er med til at undergrave den nødvendige klimahandling. Det er essentielt, at danskerne - og særligt klimabevægelsen - bliver skarpere på, hvordan handelspolitik og udlicitering af beslutningsmagt og rettigheder til store multinationale selskaber gennem frihandelsaftaler sætter grænserne for klimahandling, og umuliggør en grøn og retfærdig omstilling.  *1.2 Hvorfor er det vigtigt? Og hvorfor skal den realiseres nu?*Vi står over for en galopperende klimakrise, hvor IPCC igen og igen kalder på øjeblikkelige og radikale forandringer på alle niveauer af samfundet for vi kan have en chance for at afbøde de værste konsekvenser af klimaforandringerne. De færreste danskere er klar over, hvad frihandelsaftaler egentlig går ud på og hvilke forhindringer, de udgør for denne rettidige grønne omstilling. Heller ikke den danske brede klimabevægelse arbejder særligt synligt eller målrettet med det handelspolitiske aspekt i klimapolitikken. *1.3. Hvad består aktiviteten af?*Aktiviteten, som CISU’s Oplysningspulje støtter ved denne ansøgning, er en del af en større kampagne, der sætter fokus på hvordan hensynet til frihandel og virksomheders profit i dag vægtes højere end hensynet til klima og miljø. Det gøres gennem engagerende og oplysende aktiviteter i løbet af 2020, såsom debatter, oplæg, podcasts, artikler, gadeaktiviteter, 3-dages klimaskole for klimaaktivister, mv.CISU’s Oplysningspulje vil specifikt støtte et debatarrangement, udbredelse af informationskampagnen i det offentlige rum og på sociale medier samt muligheden for, at Global Aktion kan få to oplægsholdere fra udlandet med på klimaskolen for at bidrage med globale perspektiver på klimakrisen og dens intersektionalitet med handelspolitik og frihandelsaftaler. * 1. *Hvis oplysningsaktiviteten ikke skal foregå på dansk skal det beskrives hvorfor, og hvordan I vil nå målgruppen for aktiviteten.*

Oplysningsaktiviteten foregår både på dansk og engelsk, da vores oplægsholdere sandsynligvis ikke kan tale eller forstå dansk. Vi sørger for at tilpasse sproget, så målgruppen er med.  *1.5Hvordan hænger aktiviteten sammen med foreningens øvrige arbejde?*Aktiviteten ligger direkte i forlængelse af Global Aktions øvrige arbejde. Vi har i flere år arbejdet for klimaretfærdighed og for strukturelle løsninger på klimakrisen. Det gør vi både i dansk regi samt gennem vores partnerskaber med partnere i det globale syd. Handel og klima er to af de fire bærende tematiske arbejdsområder i foreningen, og bl.a. i Netværk for Solidarisk Handel har vi formået at skabe en større og mere kritisk debat om handelsdagsordenen i det danske CSO-miljø. * 1. *Hvordan inddrager I erfaringer fra eventuelle tidligere oplysningsaktiviteter?*

Global Aktion har god erfaring med at afholde debatarrangementer og flere andre oplysnings- og kampagneaktiviteter. Vi vil sørge for, at planlægge aktiviteterne i god tid, så arrangementerne og budskaberne kommer ud til flest muligt interesserede fra målgruppen. * 1. *Er der tale om en oplysningsaktivitet, der før har været gennemført af foreningen?*

Nej |

1. **SUCCESKRITERIER.**

|  |
| --- |
| *2.1. Beskriv de kriterier der skal være opfyldt, for at I har nået jeres mål med aktiviteten.**+ 2.2. Hvordan vil I måle om succeskriterierne er opfyldt?*50 mennesker fra den danske klimabevægelse har deltaget i et debatarrangement, som sætter fokus på klima i et handelspolitisk perspektiv + 30 unge har deltaget i en tre-dages klimaskole, hvor vi har haft to internationale aktivister som oplægsholdere. Derudover har mindst ét medie bragt en artikel af en eller flere deltagere til hhv. debatten eller på skolen. Det vil vi måle på antallet af deltagere til debatten, kort evalueringsskema på skolen + antal artikler umiddelbart i forlængelse af disse to arrangementer der kæder frihandel og klima sammen. |

1. **LÆRINGSMÅL.**

|  |
| --- |
| *3.4. Hvad ønsker I at blive klogere på med aktiviteten?*Vi ønsker at blive klogere på, hvordan vi får engageret og politiseret flere klimabekymrede og -interesserede danskere i den strukturelle klimakamp.*3.5. Hvordan vil I sikre opsamling og videndeling fra aktiviteten i jeres forening? Og hvem er ansvarlig?*Global Aktions frivillige klimagruppe er ansvarlig for opsamling og vidensdeling internt i foreningen. Vi vil sikre vidensdeling ved at skrive til foreningens interne nyhedsbrev for alle aktive og invitere alle medlemmer til aktivitetens arrangementer. |

1. **MÅLGRUPPE. Beskriv hvem aktiviteten primært henvender sig til**

|  |
| --- |
| *4.1. Hvem er det vigtigst, at I får i tale med aktiviteten? (Vær gerne meget specifik i jeres beskrivelse af målgruppen)*Vi har to overordnede målgrupper:1. Den bredere målgruppe: Klimabekymrede og -interesserede dansker, som vi ønsker at oplyse om sammenhængen mellem frihandel og klimakrisens årsager og implikationerne for mulige løsninger
2. Den danske, aktive klimabevægelse, hvis metoder og budskaber, vi ønsker at påvirke i en mere kritisk retning, så debatten i Danmark får en mere strukturel, global og demokratisk retning.

*4.2. Hvordan appellerer I til den målgruppe?*Vi appellerer til målgruppen gennem forskellige former for medier - både sociale medier og avis-formater. Derudover er vi opmærksomme på, at frihandel og handelspolitik ikke nødvendigvis er noget, begge målgrupper har den store kendskab til. Ift. målgruppe 1: Derfor vil vi gøre os umage for at kommunikere på en letforståelig måde og gøre aktiviteten relevant for målgruppens udgangspunkt for at være interesseret og/eller engageret i klimakampen. Vi vil præsentere konkrete cases, som skal gøre det lettere at forstå. Ang. målgruppe 2 vil vi appellere til dem ved også at invitere dem til at være medarrangører på debatmøder og andre arrangementer. *4.3. Hvad skal målgruppen have lært af aktiviteten?*Den skal være blevet klogere på, hvordan hensynet til frihandel og multinationale selskabers interesser vægter højere end hensynet til klima og miljø, og hvilke dynamikker, der er på spil. Den skal også have lært, hvilke alternativer, der findes til det nuværende frihandelsregime, og hvad der kan gøres, for at vende ligningen om, så hensynet til klima og miljø og mennesker fremover vægter over hensynet til kortsigtet profit for de få. |

**5. TEMAER. Beskriv hvordan I arbejder med de fire punkter nedenfor**

|  |
| --- |
| *5.1. Hvordan inddrager I jeres partner i Syd planlægning og gennemførelse af aktiviteten?*Vores partner vil deltage på den tre-dages klimaskole og præsentere det lokale og globale perspektiv på klimakrise og handelspolitik. Derudover vil de optræde i det video- og podcastmateriale, som GA vil udvikle i løbet af 2020 som del af kampagnen. *5.2. Hvordan fortæller I om de strukturelle årsager til fattigdom og ulighed?*Det strukturelle perspektiv danner grundlaget for hele kampagnen, der netop sætter fokus på hvordan politiske og økonomiske strukturer er afgørende for hvordan vi kan reducere og tilpasse os klimaforandringernes konsekvenser. *5.3. Hvordan indgår FN’s Verdensmål i jeres aktivitet?*Aktiviteten italesætter direkte mål 13. Derudover indgår særligt også mål 1,2, 10, 12, 14 og 15. Det gør de, fordi aktiviteten netop har et eksplicit strukturelt fokus, hvorfor også chancerne for at opnå målene om ulighed, bæredygtighed, fattigdom, sult, mv. afhænger af, at vi imødekommer klimaforandringerne på den bedste, hurtigste og mest bæredygtige måde. *5.4. Hvordan arbejder I med løsningsorienterede og konstruktive vinkler på jeres budskaber?*I samtlige aktiviteter vil vi præsentere løsninger og konstruktive “calls to action”. |

**6. PLANLÆGNING.**

|  |
| --- |
| *6.1. Tidsplan for aktiviteten*Marts: tryk af materialeApril: debatarrangementMaj: tre-dages klimaskole med internationale oplægsholdere *6.2. Hvilken grad af frivilligt engagement og bidrag forventer I?*Hele aktiviteten planlægges, gennemføres og evalueres af frivillige.*6.3. Beskriv aftaler med Syd-partner og evt. andre organisationer i Danmark om aktiviteten.*n/a |

1. **KOMMUNIKATION. Beskriv hvordan I vil formidle jeres aktivitet**

|  |
| --- |
| *7.1. Hvordan formidles aktiviteten internt i foreningen?*Gennem internt og eksternt nyhedsbrev, i intern Facebookgruppe*7.2. Hvordan kommunikeres udadtil om aktiviteten?*Målrettet opreklamering i det offentlige rum og på SoMe. Vi vil kontakte strategiske samarbejdspartnere og allierede direkte og få dem til også at opreklamere og kommunikere om debatarrangementet og klimaskolen i deres eget netværk.*7.3. Er der elementer af aktiviteten, som kan interessere medierne, og hvordan skal disse kommunikeres?*Besøg fra vores partner kan interessere medierne. Vi er vant til at tage kontakt til relevante medier og pitche en aktuel vinkel på vores budskaber. |