



**AGiCE2**

ASSEMBLEA GENERALE ITALIANA  
DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Dalla parte giusta

Rapporto annuale 2011

Pag 3	L'età adulta del Commercio Equo
Pag 4	I Soci AGICES a inizio 2011
Pag 9	AGICES: un sistema di garanzia
Pag 10	Partecipazione e impegno sociale
Pag 11	Lavorare per il Commercio Equo
Pag 14	Il Commercio Equo resiste e rilancia
Pag 16	In diretta dal Sud del mondo
Pag 17	Educazione e cultura
Pag 18	Le normative eque e solidali
Pag 19	La Carta dei Criteri
Pag 23	Il Certificato ICEA

Publicazione a cura di AGICES (Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale). Testi e dati a cura di Ombretta Sparacino, Eleonora Dal Zotto, Gaga Pignatelli, Alessandro Franceschini. Progetto grafico: Stefano Vanin. Finito di stampare nel mese di aprile 2011 da Imprinting srl - Roma. Stampato su carta ecologica GreenPaper.

Nota metodologica: i dati presentati sono tratti dal Registro AGICES e raccolti nell'ambito del sistema certificato di monitoraggio delle Organizzazioni iscritte (vedi pag. 9). I dati relativi al 2009 sono tratti dai Moduli di Autovalutazione che fanno riferimento ai bilanci degli esercizi chiusi il 30 giugno o il 31 dicembre 2009. I dati 2009 sono stati confrontati con quelli del 2008: da un anno all'altro sono uscite dal Registro AGICES due Organizzazioni, portando il numero di Soci a 90. Tra il 2009 e il 2010 sono poi entrate due nuove Organizzazioni: il numero di Soci AGICES a inizio 2011 è di nuovo 92 (vedi pag. 4).

# L'età adulta del Commercio Equo

A settembre 2010 abbiamo festeggiato **il trentesimo compleanno** della prima realtà di Commercio Equo e Solidale italiana: nel 1980 apriva a Bressanone, in provincia di Bolzano, una Bottega del Mondo, un punto vendita di prodotti importati da progetti del Sud del mondo secondo criteri di equità e giustizia sociale. Ma anche **un luogo di incontro e riflessione**, un laboratorio per un'economia più sostenibile.

In questi anni il nostro movimento si è sviluppato con la nascita di una fitta rete di Organizzazioni, volontari, botteghe, lavoratori, cittadini, iniziative e progetti ad alto valore sociale. E crescendo ha avvertito **l'esigenza di darsi delle regole** (la "Carta dei Criteri" riportata alla fine di questo rapporto), un sistema di controllo e di garanzia e un organo di autogoverno e di rappresentanza: è nata così AGICES (Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale), che nelle pagine che seguono presenta una fotografia del Commercio Equo e Solidale italiano nell'ultimo periodo. Un'immagine di **un grande movimento** che dopo anni di convulsa crescita ha subito un rallentamento dovuto da un lato alla congiuntura economica generale, dall'altro alla difficoltà di mantenere la sostenibilità di alcune Organizzazioni. Uno dei nostri punti di forza è forse anche la nostra debolezza: l'iniziativa spontanea di gruppi e cittadini ha creato una grande e vivace rete con una pluralità di iniziative e modi di interpretare la propria azione sul territorio, ma ha anche lasciato alcune Organizzazioni in difficoltà, più sole di fronte alla contrazione dei consumi degli ultimi anni e senza adeguate progettualità per adattare la proposta a nuove domande che provengono dai consumatori. In questo momento è ancora più essenziale **la nostra capacità di metterci in rete** e discutere insieme gli obiettivi comuni, le regole e le strategie dell'intero movimento. E' un invito che AGICES rivolge a tutte le Organizzazioni italiane, per affrontare insieme l'età adulta del Commercio Equo in Italia. Noi ci siamo!

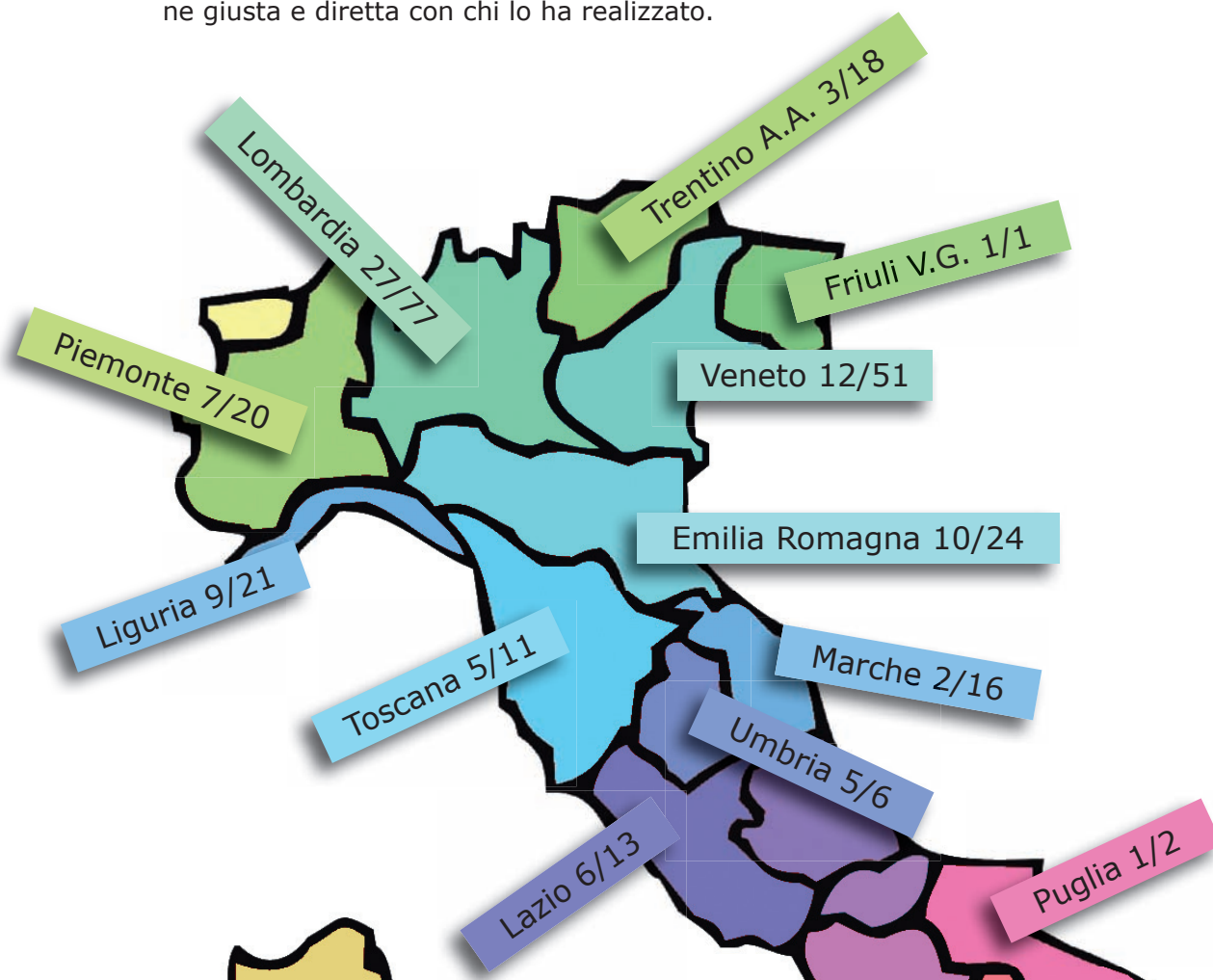
*Alessandro Franceschini, presidente AGICES*

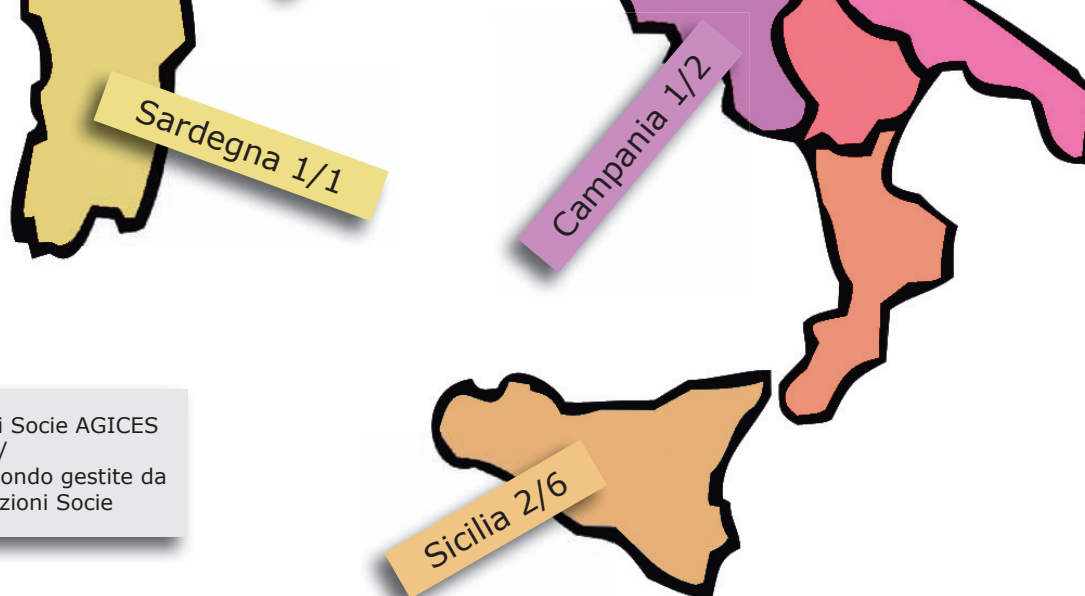




# I Soci AGICES a inizio 2011

Con i suoi **92 Soci** distribuiti in 16 Regioni italiane, AGICES rappresenta un movimento con una eccezionale presenza sul territorio. Una rete che si avvale dell'esistenza di 269 Botteghe del Mondo: punti vendita di prodotti del Commercio Equo e Solidale, ma anche **luoghi di informazione e sensibilizzazione** che presidiano la relazione con i cittadini, le Istituzioni e la società civile, dando concretezza ai principi e ai volti del *Fair Trade*. I prodotti e i produttori del Commercio Equo trovano così spazio nelle vetrine e sugli scaffali delle Botteghe del Mondo, nei racconti di volontari e lavoratori che con passione animano questi **269 punti vendita** e negli eventi che ogni anno i Soci AGICES realizzano sul territorio, per far conoscere le storie di contadini e artigiani di Africa, Asia e America Latina: perché un prodotto del Commercio Equo ha un valore in più, quello della relazione giusta e diretta con chi lo ha realizzato.




**Legenda**

Organizzazioni Socie AGICES  
/  
Botteghe del Mondo gestite da  
Organizzazioni Socie

Nome Organizzazione	Città	Punti vendita - recapiti	
PIEMONTE			
COMPARTIR GIOVANE Ass	Cuneo	3	www.checevo.org
COSE DELL'ALTRO MONDO Ass	Mondovì (CN)	1	0174.45333
LIBEROMONDO Coop Soc	Brà (CN)	1	www.liberomondo.org
MONDO NUOVO Coop Soc	Torino	6	www.mondo-nuovo.it
QUI E LA' Ass	Boves (CN)	1	0171.387834
RAGGIO VERDE Coop Soc	Cossato (BI)	6	www.raggioverde.com
SAN PAOLO Coop Soc	Cuneo	2	www.sanpaolo-coop.it
LIGURIA			
AMANDLA Ass	Varazze (SV)	1	www.amandlavarazze.it
LA BOTTEGA DELLA SOLIDARIETA' Coop Soc	Savona	2	019802178
GARABOMBO L'INVISIBILE Ass	Imperia	2	www.garabombo.org
LA BOTTEGA SOLIDALE Coop Soc	Genova	6	www.bottegasolidale.it
MAGAZZINI DEL MONDO Coop Soc	La Spezia	2	www.magazzinidelmondo.it
NUOVA SOLIDARIETA' Ass	Finale Ligure (SV)	1	019.680730
KIKOA Ass	Albenga (SV)	1	0182545016
RAM Ass	Avegno (GE)	0	www.associazioneram.it
ZUCCHERO AMARO Coop Soc	Chiavari (GE)	6	www.zuccheroamaro.it

Nome Organizzazione	Città	Punti vendita - recapiti	
LOMBARDIA			
ALTROSPAZIO Coop	Lainate (MI)	5	www.altrospazio.it
AMANDLA Coop Soc	Bergamo	7	www.amandla.it
AZALAI Ass	Cernobbio (CO)	1	031.513597
CHICO MENDES Coop Soc	Milano	10	www.chicomendes.it
COSE DELL'ALTRO MONDO Ass	Milano	1	www.orloodelmondo.net
CTM TREVIGLIO Coop Soc	Treviglio (BG)	1	0363.46970
EQUOMERCATO Coop	Cantù (CO)	0	www.equomercato.it
EQUOVENDOLO Ass	Capiago (CO)	1	
GARABOMBO Coop	Como	7	www.garabombo.it
IL MAPPAMONDO Coop	Mantova	1	www.mappamondomantova.it
IL MONDO IN CASA Ass	Lumezzane (BS)	1	www.mondoincasa.it
IL SANDALO Ass	Saronno (VA)	1	www.ilsandalo.eu
IL SEME Coop Soc	Bergamo	2	www.ilseme.it
IL VILLAGGIO GLOBALE Coop	Monza	1	www.ilvillaggioglobalemonza.it
LA BOTTEGA DELLA SOLIDARIETA' Coop	Sondrio	1	www.commercioequosondrio.it
LA SIEMBRA Coop Soc	Crema (CR)	1	www.lasiembra.it
MARIPOSA Coop Soc	Pisogne (BS)	2	0364.880420
MONDO ALEGRE Coop	Gorgonzola (MI)	7	www.mondoalegre.it
MONDO EQUO Coop	Lecco	3	0341.364282
NAZCA Coop	Milano	8	www.nazcacoop.it
NONSOLONOI Coop Soc	Cremona	3	www.nonsolonomi.org
NORD-SUD Coop Soc	Lodi	3	0371.422419
NUOVA SOLIDARIETA' Coop Soc	Clusone (BG)	2	www.coopnuovasolidarieta.it
PACHA MAMA Ass	Albate (CO)	1	
SHONGOTI Coop Soc	Erba (CO)	1	www.shongoti.it
SOLIDARIETA' Coop Soc	Brescia	5	www.coopsolidarieta.org
SOTTO LO STESSO CIELO Ass	Usmate Velate (MI)	1	http://labottequa.ilbello.com
VENETO			
ACLI SAN GAETANO Coop	Mirano (VE)	2	www.banderaflorida.it
ANGOLI DI MONDO Coop Soc	Padova	5	www.angolidimondo.it
CANALETE Coop	Valdagno (VI)	5	www.canalete.org
ALTRI SAPORI Ass	Padova	1	049.8736131
EL CEIBO Coop	Verona	2	www.elceibo.it
EL FONTEGO Coop	Venezia	2	www.elfontego.it

LA BILANCIA Ass	Este (PD)	1	0429.600811
LA RONDINE 2 Coop	Bussolengo (VR)	5	<a href="http://rondine.altromercato.net/">http://rondine.altromercato.net/</a>
IL MAPPAMONDO Ass	Chioggia (VE)	1	<a href="http://www.ilmappamondochioggia.org">www.ilmappamondochioggia.org</a>
PACE E SVILUPPO Coop Soc	Treviso	12	<a href="http://www.pacesviluppo.it">www.pacesviluppo.it</a>
SAMARCANDA Coop Soc	Belluno	3	<a href="http://www.samarcandascs.it">www.samarcandascs.it</a>
UNICOMONDO Coop	Vicenza	12	<a href="http://www.unicomondo.org">www.unicomondo.org</a>
<b>TRENTINO ALTO ADIGE</b>			
CONSORZIO CTM ALTROMERCATO Coop	Bolzano	2	<a href="http://www.altromercato.it">www.altromercato.it</a>
LE FORMICHE-DIE AMEISEN Coop Soc	Bolzano	3	<a href="http://www.formibz.it">www.formibz.it</a>
MANDACARU' Coop Soc	Trento	13	<a href="http://www.mandacaru.it">www.mandacaru.it</a>
<b>FRIULI VENEZIA GIULIA</b>			
SENZA CONFINI-BREZ MEJA Ass Vol	Trieste	1	<a href="http://web.tiscali.it/senzaconfini">web.tiscali.it/senzaconfini</a>
<b>EMILIA ROMAGNA</b>			
ALTRA QUALITA' Coop	Ferrara	1	<a href="http://www.altraq.it">www.altraq.it</a>
ALTROCONSUMO Ass Vol	Faenza (RA)	1	0546.661128
BOTTEGA DEL SOLE Coop Soc	Carpi (MO)	2	<a href="http://www.bottegadelsole.org">www.bottegadelsole.org</a>
C'E' UN MONDO Coop	Bologna	1	<a href="http://www.ceunmondo.it">www.ceunmondo.it</a>



Nome Organizzazione	Città	Punti vendita - recapiti	
EQUAMENTE Coop Soc	Forlì	2	0543.36666
EX AEQUO Coop Soc	Bologna	3	www.exaequo.bo.it
IL VILLAGGIO GLOBALE Coop Soc	Ravenna	3	www.villaggioglobale.ra.it
OLTREMARE Coop Soc	Modena	2	www.coopoltremare.it
PACHA MAMA Coop Soc	Rimini	4	www.pachamama-rimini.org
RAVINALA Coop Soc	Reggio Emilia	5	www.ravinala.org
<b>TOSCANA</b>			
EMPORIO EQUO SOLIDALE Coop Soc	Marina di Pisa	1	www.emporioequosolidale.it
MAREMMA SOLIDALE Coop Soc	Grosseto	1	0564.453591
MONDO SOLIDALE Ass	Massa	1	www.mondosolidale.info
VILLAGGIO DEI POPOLI Coop	Firenze	3	www.villaggiodeipopoli.org
WIPALA Coop	Arezzo	5	www.wipala.org
<b>MARCHE</b>			
ASCOLI EQUOSOLIDALE Ass Vol	Ascoli Piceno	1	www.ascoliequosolidale.it
MONDO SOLIDALE Coop Soc	Urbisaglia (MC)	15	www.mondosolidale.it
<b>UMBRIA</b>			
EQUAZIONE Ass	Marsciano (PG)	1	329.3518937
IL COLIBRI' Ass	Umbertide (PG)	1	075.9410318
LA BOTEGUITA Ass	Città di Castello (PG)	1	075.8523111
MONIMBO' Coop Soc	Perugia	2	www.monimbo.it
PIANO TERRA Ass	Orvieto (TR)	1	0763.343595
<b>LAZIO</b>			
COM.E.S. Coop Soc	Roma	2	www.equocomes.org
EQUO % Coop Soc	Roma	1	www.equoper100.it
EQUOCIQUA' Coop Soc	Roma	2	www.equociqua.it
PANGEA-NIENTE TROPPO Coop Soc	Roma	6	www.commercioequo.org
PROGETTO SOLIDARIETA' Coop Soc	Albano Laziale (RM)	1	web.tiscali.it/equoalbano
QUINOA Ass	Roma	1	www.associazionequinoa.it
<b>CAMPANIA</b>			
E' PAPPECI Coop Soc	Napoli	2	www.epappeci.it
<b>PUGLIA</b>			
UNSOLOMONDO Coop Soc	Bari	2	www.unsolomondo.org
<b>SICILIA</b>			
ENGHERA Coop Soc	Acireale (CT)	4	www.enghera.it
MACONDO COMMERCIO SOLIDALE Coop	Palermo	2	www.progettosoledad.it
<b>SARDEGNA</b>			
MAIA Coop Soc	Alghero (SS)	1	www.altromercatoalghero.it





# AGICES: un sistema di garanzia

AGICES offre alle proprie Organizzazioni socie **un sistema di garanzia certificato** che non ha eguali al mondo. Infatti Organizzazioni di diversa natura (Botteghe del Mondo e importatori) si sono date un sistema di tutela per garantire il rispetto dei valori del Commercio Equo, descritti nella Carta Italiana dei Criteri di cui AGICES è depositaria.

Il sistema di monitoraggio di AGICES prevede diversi strumenti.

1. **"Registro Italiano delle Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale"**: il Registro AGICES contiene standard di azione concreti e verificabili individuati a partire dai principi contenuti nella Carta italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale che sono stati "tradotti" operativamente e "classificati" in Requisiti Fondamentali (da soddisfare al 100%) e Requisiti Importanti (da soddisfare almeno al 60%).
2. **Regolamento di Gestione del Registro AGICES**: contiene le procedure di iscrizione, cancellazione e sospensione delle Organizzazioni e le modalità per il monitoraggio.
3. **Comitato di Gestione del Registro AGICES**: gestisce il Registro AGICES, ovvero monitora le Organizzazioni italiane di Commercio Equo verificando che rispettino i Requisiti elaborati a partire dalla Carta Italiana dei Criteri.

Il sistema AGICES prevede un meccanismo di controllo a tre livelli:

- I. **Autovalutazione**: l'organizzazione italiana che vuole iscriversi al Registro AGICES compila annualmente un Modulo di Autovalutazione che misura la rispondenza ai Requisiti presenti nel Registro AGICES, fornendo documenti e informazioni richieste a supporto.
- II. **Verifica interna**: la verifica interna è gestita dal Comitato di Gestione del Registro AGICES, che ogni anno verifica a campione almeno il 40% dei propri associati e in più svolge altre verifiche su segnalazione o quando si rendesse necessario. Nel corso della verifica condotta dai valutatori AGICES, oltre all'analisi documentale, vengono condotte interviste ai diversi stakeholders (lavoratori delle Botteghe del Mondo, volontari, membri dei Consigli di Amministrazione...). Tra gli strumenti di controllo delle Organizzazioni iscritte al Registro va segnalato inoltre il SAW (Social Accountability Watch), una piattaforma web nella quale le Organizzazioni accettano di ricevere osservazioni sui propri comportamenti, da parte dei "monitori" e da parte del pubblico ([www.sawnet.info/equosolidale](http://www.sawnet.info/equosolidale)).
- III. **Verifica esterna**: AGICES ha individuato l'ICEA - Istituto di Certificazione Etica e Ambientale - come ente terzo preposto a certificare il funzionamento delle procedure di monitoraggio AGICES. Nel 2009 ICEA ha rilasciato un certificato di conformità (vedi pag. 23) che certifica il sistema AGICES e ne attesta la validità e l'efficacia.

Nel corso del 2010 sono state svolte (in 69 giornate/persona dei valutatori) **35 verifiche (audit) presso le Organizzazioni**, visitando 82 sedi (uffici, magazzini, Botteghe, negozi clienti esterni), coinvolgendo 128 operatori nella procedura e intervistando 81 lavoratori e 127 volontari. A fine del 2011 tutte le Organizzazioni socie avranno ricevuto almeno una volta negli ultimi 3 anni una visita di verifica.



# Partecipazione e impegno sociale

## Numero di soci e volontari delle Organizzazioni AGICES

	N° Organizzazioni		N° soci		N° volontari	
Regione	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Piemonte	8	7	871	847	327	303
Liguria	10	9	1.679	1.659	393	415
Lombardia	27	27	8.020	7.706	1.312	1.131
Veneto	11	11	5.608	5.726	1.181	1.210
Trentino Alto Adige	3	3	2.575	2.641	482	485
Friuli Venezia Giulia	1	1	42	59	31	34
Emilia Romagna	10	9	2.119	2.111	311	367
Toscana	5	5	3.077	3.121	160	163
Marche	2	2	2.571	2.780	304	316
Umbria	4	5	640	347	143	106
Lazio	6	6	1.030	1.110	121	122
Campania	1	1	245	260	40	40
Puglia	1	1	13	15	24	15
Sicilia	3	2	215	154	19	12
Sardegna	0	1	-	3	-	1
<b>TOT</b>	<b>92</b>	<b>90</b>	<b>28.596</b>	<b>28.639</b>	<b>4.848</b>	<b>4.720</b>

Considerando i dati a livello nazionale, si registra una leggera diminuzione del numero di soci e di volontari delle Organizzazioni iscritte al Registro AGICES. Analizzando le singole Regioni, **il primato in termini di numero di soci rimane alla Lombardia**, seguita dal Veneto e dalla Toscana (nonostante quest'ultima abbia un numero inferiore di Organizzazioni rispetto ad altre Regioni). **Il Veneto si sposta in prima posizione per numero di volontari**, seguito dalla Lombardia e dal Trentino Alto Adige.

Il Commercio Equo e Solidale si conferma quindi come **un grande movimento di cambiamento** che nasce dall'impegno di molti cittadini che mettono a disposizione le proprie idee e il proprio tempo per contribuire a migliorare le condizioni di vita dei produttori del Sud del mondo. I volontari continuano quindi a essere **una risorsa fondamentale per le attività economiche e di sensibilizzazione** delle Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale: senza il loro contributo in molti casi non sarebbe possibile far fronte ai numerosi impegni che la rete AGICES deve affrontare, dalle iniziative culturali ed educative alla gestione stessa delle Botteghe del Mondo. Questo è confermato dai dati raccolti nel 2009, in linea con quelli del 2008: con 1.080 lavoratori totali (vedi tabella pag 11) e 4.720 volontari totali, in media ogni lavoratore può contare sul contributo di 4 volontari.

# Lavorare per il Commercio Equo

## Lavoratori e costo del lavoro dei Soci AGICES

	N° Organizzazioni		N° lavoratori		Costo del lavoro	
Regione	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Piemonte	8	7	151	147	€ 2.172.891	€ 2.303.554
Liguria	10	9	103	111	€ 637.149	€ 653.953
Lombardia	27	27	197	194	€ 2.090.413	€ 2.094.876
Veneto	11	11	125	142	€ 1.344.381	€ 1.474.308
Trentino Alto Adige	3	3	226	217	€ 4.038.424	€ 4.040.064
Friuli Venezia Giulia	1	1	4	14	€ 46.339	€ 49.821
Emilia Romagna	10	9	113	95	€ 1.863.428	€ 1.045.487
Toscana	5	5	29	37	€ 286.035	€ 294.211
Marche	2	2	6	6	€ 96.375	€ 116.209
Umbria	4	5	23	18	€ 68.026	€ 65.316
Lazio	6	6	50	47	€ 465.153	€ 434.165
Campania	1	1	16	16	€ 130.890	€ 147.576
Puglia	1	1	5	2	€ 66.494	€ 37.223
Sicilia	3	2	50	32	€ 399.267	€ 66.513
Sardegna	0	1	0	2	€ 0	€ 23.813
<b>TOT</b>	<b>92</b>	<b>90</b>	<b>1098</b>	<b>1080</b>	<b>€ 13.705.265</b>	<b>€ 12.847.089</b>
DIFFERENZA		- 2%		- 1,6%		- 6%

Nel 2009 le Organizzazioni equosolidali hanno garantito **uno spazio di lavoro a oltre 1.000 persone** in tutta Italia, registrando rispetto al 2008 una diminuzione di 18 unità, dovuta all'uscita di due Organizzazioni da AGICES: la media di lavoratori per ogni realtà (12) è rimasta invariata. Gli investimenti a livello aggregato nazionale hanno superato **12 milioni e 800mila euro**. La contrazione della spesa totale del 6% (- 850mila euro) ha riportato il dato ai valori del 2007 ed è in linea con la diminuzione del numero di lavoratori (-1,6%) e l'uscita di due Soci: in media le Organizzazioni hanno infatti continuato a investire, per ogni lavoratore, circa 12mila euro (600 in meno rispetto all'anno scorso).

La Regione in cui il Commercio Equo ha offerto più occasioni di lavoro è il **Trentino Alto Adige**, con 217 persone impiegate e un investimento che supera i 4 milioni di euro: questo dipende dalla presenza della sede legale del consorzio Ctm altromercato – la più grande Organizzazione di Commercio Equo in Italia. Seguono Lombardia, Piemonte e Veneto. Nonostante i dati nazionali leggermente negativi, 4 Regioni, a parità di Organizzazioni, hanno aumentato il numero di lavoratori (Veneto, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Liguria) e in 3 Regioni la diminuzione del numero di lavoratori è collegata all'uscita da AGICES di una Organizzazione (Piemonte, Emilia Romagna, Sicilia).

# Lavorare per il Commercio Equo

## Lavoratori e costo del lavoro in base alla tipologia di Socio AGICES

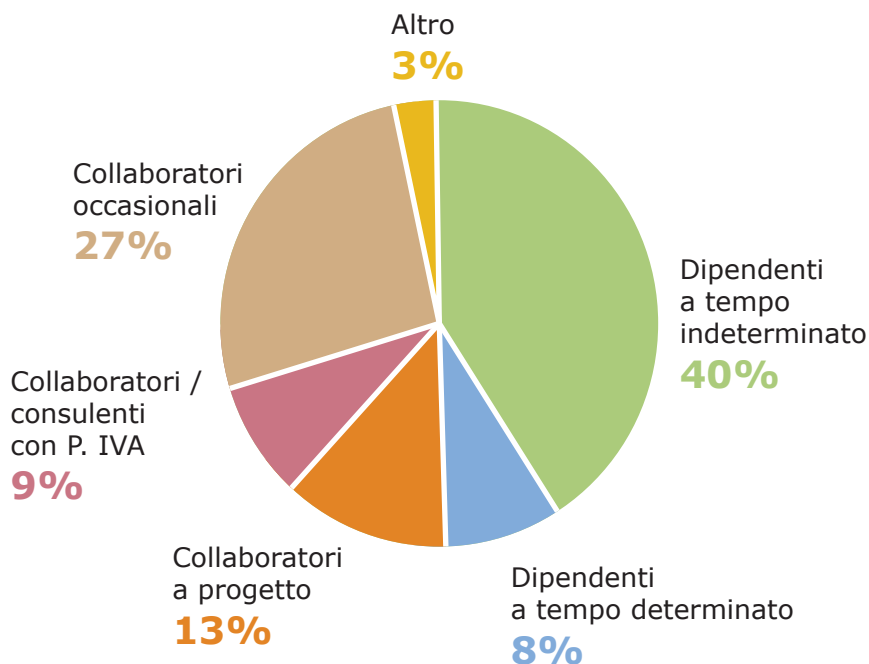
Tipologia Socio	N° organizzazioni		N° lavoratori		Totale costo lavoro	
Regione	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Associazione	26	26	47	40	€ 210.980	€ 177.196
Cooperativa	65	63	881	870	€ 10.054.635	€ 9.202.416
Altre forme	1	1	170	170	€ 3.439.651	€ 3.470.727
<b>TOT</b>	<b>92</b>	<b>90</b>	<b>1098</b>	<b>1080</b>	<b>€ 13.705.265</b>	<b>€ 12.847.089</b>

## Tipologie contrattuali e genere dei lavoratori dei Soci AGICES

		2008	2009	Differenza 2008/2009	% donne/uomini sui dati del 2009
Dipendenti tempo indeterminato	Donne	319	294	-25	64 %
	Uomini	193	167	-26	36 %
	<b>TOT</b>	<b>512</b>	<b>461</b>	<b>-51</b>	
Dipendenti tempo determinato	Donne	63	60	-3	67 %
	Uomini	36	30	-6	33 %
	<b>TOT</b>	<b>99</b>	<b>90</b>	<b>-9</b>	
Collaboratori a progetto	Donne	90	84	-6	63 %
	Uomini	57	50	-7	37 %
	<b>TOT</b>	<b>147</b>	<b>134</b>	<b>-13</b>	
Collaboratori / Consulenti con P.IVA	Donne	29	36	7	41 %
	Uomini	44	52	8	59 %
	<b>TOT</b>	<b>73</b>	<b>88</b>	<b>15</b>	
Collaboratori occasionali	Donne	160	186	26	67 %
	Uomini	85	91	6	33 %
	<b>TOT</b>	<b>245</b>	<b>277</b>	<b>32</b>	
Lavoratori interinali	Donne	0	0	0	
	Uomini	0	0	0	
	<b>TOT</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Altro	Donne	14	18	4	60 %
	Uomini	8	12	4	40 %
	<b>TOT</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	
<b>TOT Lavoratori</b>	Donne	675	678	3	63 %
	Uomini	423	402	-21	37 %
	<b>TOT</b>	<b>1098</b>	<b>1080</b>	<b>-18</b>	

Si conferma **la prevalenza di lavoratrici nel Commercio Equo**: rispetto al 2008, la percentuale di donne è infatti aumentata (+2%) arrivando a essere quasi il doppio rispetto a quella dei lavoratori. Osservando l'ultima colonna della tabella a pagina 12, AGICES si conferma uno spazio di buona occupazione per le donne, che costituiscono **il 64% dei dipendenti a tempo indeterminato**, il 67% di quelli a tempo determinato, il 63% dei collaboratori a progetto; l'unica tipologia contrattuale in cui figurano più uomini è quella dei consulenti.

### Tipologie contrattuali dei lavoratori dei Soci AGICES 2009 (n° addetti)



I dati confermano la volontà delle Organizzazioni di **investire in occupazione stabile**. La percentuale di contratti a tempo indeterminato rimane infatti la più alta (benché abbia perso un 6% rispetto all'anno precedente) e quella di contratti a tempo determinato si mantiene più o meno allo stesso livello (con una diminuzione dell'1%). Collaboratori a progetto e consulenti presentano valori quasi del tutto invariati. Alla diminuzione del numero di dipendenti a tempo indeterminato, corrisponde infine un aumento (+5%) dei collaboratori occasionali (tra i quali va contato anche chi svolge mansioni temporanee per eventi e iniziative in bottega o in occasioni promozionali esterne). E se invece del numero addetti si valuta il costo totale del lavoro delle organizzazioni, emerge un dato importante: il costo del lavoro dipendente pesa per l'84% del totale, e i contratti a tempo indeterminato per ben il 77%. **Un altro segnale** dell'investimento sulla stabilizzazione del lavoro.



# Il Commercio Equo resiste e rilancia

## Confronto dei ricavi totali dei Soci AGICES

	Ricavi totali			Ricavi solo Equo		% *
Regione	2008	2009	%	2008	2009	%
Piemonte	€ 9.828.477	€ 9.768.864	-0,61%	€ 8.441.321	€ 8.393.999	86%
Liguria	€ 2.789.108	€ 2.854.009	2,33%	€ 2.261.015	€ 2.215.121	78%
Lombardia	€ 11.967.120	€ 11.996.844	0,25%	€ 10.415.655	€ 10.687.561	89%
Veneto	€ 6.530.840	€ 6.954.933	6,49%	€ 5.731.984	€ 5.905.124	85%
Trentino Alto Adige	€ 36.126.276	€ 35.020.366	-3,06%	€ 34.857.428	€ 33.689.103	96%
Friuli Venezia Giulia	€ 235.667	€ 280.724	19,12%	€ 218.694	€ 241.943	86%
Emilia Romagna	€ 4.876.527	€ 4.836.800	-0,81%	€ 4.343.008	€ 4.321.623	89%
Toscana	€ 1.305.472	€ 1.325.661	1,55%	€ 1.143.442	€ 1.144.285	86%
Marche	€ 1.354.531	€ 1.777.906	31,26%	€ 1.265.944	€ 1.543.883	87%
Umbria	€ 598.845	€ 546.032	-8,82%	€ 513.590	€ 447.831	82%
Lazio	€ 2.147.662	€ 2.167.495	0,92%	€ 1.803.787	€ 1.900.755	88%
Campania	€ 676.171	€ 679.741	0,53%	€ 584.339	€ 574.072	84%
Puglia	€ 288.426	€ 289.561	0,39%	€ 282.207	€ 276.817	96%
Sicilia	€ 1.347.446	€ 1.058.217	-21,46%	€ 988.224	€ 805.624	76%
TOT	€ 80.072.568	€ 79.557.153	-0,64%	€ 72.850.637	€ 72.147.741	91%

Questa tabella è stata elaborata considerando solo i Soci presenti nel 2008 e nel 2009, escludendo quindi i ricavi di quelli che sono usciti o entrati nell'ultimo anno.

\* Percentuale prodotti equi sul totale valore della produzione dai dati 2009

Il Commercio Equo e Solidale in Italia ha superato il 2009 - l'anno in cui la crisi economica recente ha fatto sentire maggiormente i suoi effetti sulla contrazione dei consumi- con una **sostanziale tenuta delle vendite**. Il dato aggregato dei soci AGICES vede una leggera diminuzione del fatturato (-0,64%) con situazioni diverse dovute a differenze territoriali o alla capacità delle varie Organizzazioni di fare fronte alle difficoltà. I primi dati relativi al 2010 presentano segnali di ripresa interessanti anche se non omogenei. E' poi importante notare come le organizzazioni iscritte al Registro AGICES abbiano come attività primaria proprio la vendita dei prodotti Fair Trade, che a livello aggregato rappresenta il 91% dei ricavi totali.

A **livello internazionale** il Commercio Equo conosce una fase di generale espansione: i dati ufficiali di FLO (l'organizzazione internazionale che raggruppa i marchi di garanzia) dicono che nel 2009, nell'anno della crisi economica, le vendite Fair Trade nel mondo sono aumentate di ben il 15% sul 2008, oltrepassando i 3,4 miliardi di Euro. Comprendendo anche i prodotti non certificati e l'artigianato si può stimare che il fatturato mondiale complessivo del Commercio Equo sia intorno ai 4 miliardi di Euro. E la vitalità del Commercio Equo a livello mondiale si traduce anche in nuove gamme di prodotti: dall'oro alle scarpe, dal legno alla moda, il catalogo dei prodotti Fair Trade interessa mercati finora non toccati.

## Il Commercio Equo resiste e rilancia

### Ricavi totali dei Soci AGICES suddivisi per tipologia

Tipologia di ricavi	2008	2009	Differenza 2008/2009	
Ricavi da vendita di prodotti comes	€ 72.850.637	€ 72.147.741	-€ 702.896	-1,0%
Ricavi da vendita di prodotti non comes	€ 2.838.809	€ 2.859.865	€ 21.056	0,7%
Altri ricavi (non da vendita dei prodotti)	€ 4.383.122	€ 4.549.547	€ 166.425	3,8%
<b>Totale ricavi</b>	<b>€ 80.072.568</b>	<b>€ 79.557.153</b>	<b>-€ 515.415</b>	<b>0,0%</b>

Altri ricavi (non da  
vendita dei prodotti)

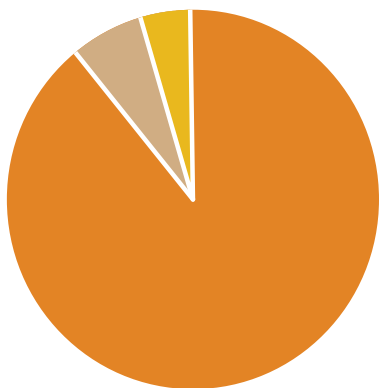
**4%**

Ricavi da vendita dei  
prodotti non comes

**6%**

Ricavi da vendita dei  
prodotti comes

**90%**



Analizzando i **ricavi totali dei Soci AGICES**, si nota che quelli da vendita di prodotti di Commercio Equo (91% del totale) sono diminuiti dello 0,1%, mentre quelli da vendita di prodotti non del Commercio Equo - biologico, filiera corta, economia sociale italiana - e non da vendita di prodotti - contributi, donazioni, servizi e consulenze - sono aumentati rispettivamente dello 0,7% e del 3,8%. Le Organizzazioni si stanno dunque aprendo sempre di più all'economia solidale a 360° e il peso dei ricavi non da vendita di prodotti è significativa.

### Ricavi totali dei Soci AGICES da vendita di prodotti del Commercio Equo

Canale di vendita	2008	2009	Differenza 2008/09	
Ricavi da vendita diretta al pubblico	€ 24.633.352	€ 25.053.754	€ 420.402	1,7%
Ricavi da vendita a soggetti economia solidale	€ 34.428.301	€ 33.299.934	-€ 1.128.367	-3,3%
Ricavi da vendita a soggetti commerciali	€ 8.907.756	€ 10.260.487	€ 1.352.731	15,2%
Ricavi da vendita in altri canali di distribuzione	€ 4.881.228	€ 3.533.565	-€ 1.347.663	-27,6%
<b>TOTALE</b>	<b>€ 72.850.637</b>	<b>€ 72.147.741</b>	<b>-€ 702.896</b>	<b>-1,0%</b>

Ricavi da vendita di prodotti comes  
in altri canali di distribuzione

**5%**

Ricavi da vendita di prodotti comes  
a soggetti commerciali

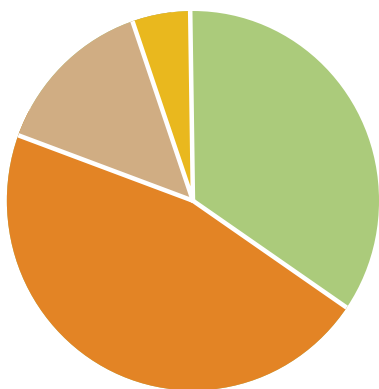
**14%**

Ricavi da vendita diretta di prodotti  
comes al pubblico

**35%**

Ricavi da vendita di prodotti comes a  
soggetti economia solidale

**46%**



I ricavi da **vendita di prodotti di Commercio Equo** mostrano che la vendita al pubblico tramite le Botteghe del Mondo gestite dai Soci AGICES (35% del totale) aumenta dell'1,7% mentre quella a soggetti commerciali - negozi, supermercati, bar, ristoranti - cresce del 15% (46% del totale). In calo la vendita a **soggetti dell'economia solidale** - Cooperative, Associazioni, Gruppi di Acquisto Solidale, Enti pubblici - e quella attraverso altri canali di distribuzione - come ad esempio la regalistica aziendale.

# In diretta dal Sud del mondo

## Importazioni dirette dei Soci AGICES dai produttori del Commercio Equo

Il Commercio Equo e Solidale è una partnership con i produttori del Sud del mondo di Africa, Asia e America Latina, basata su relazioni commerciali ispirate ai principi di solidarietà, giustizia e trasparenza. Per questo il Commercio Equo ha permesso a milioni di persone del Sud del mondo di cominciare a vivere e lavorare in condizioni dignitose.

Organizzazione	importazioni 2009
Altra Qualita'	€ 602.027
Chico Mendes	€ 11.319
Consorzio Ctm Altromercato	€ 9.065.332
Emporio Equo Solidale	€ 22.813
Equo Mercato	€ 364.656
La Bottega Della Solidarieta'	€ 25.150
La Bottega Solidale	€ 7.875
Liberomondo	€ 1.046.856
Mondo Solidale	€ 92.834
Pace e Sviluppo	€ 121.895
Pangea-Niente Troppo	€ 6.262
Raggio Verde	€ 160.853
Ram	€ 45.080
Ravinale	€ 80.335
Villaggio Globale	€ 1.250
Wipala	€ 11.588
<b>Totale complessivo</b>	<b>€ 11.666.126</b>

Tra i Soci AGICES alcune realtà si occupano esclusivamente di importare prodotti dal Sud del mondo – si tratta delle grandi Centrali di importazione come Ctm altromercato, Liberomondo, Altra Qualità, Equo Mercato e Ram.

Le altre Organizzazioni si occupano principalmente di vendere nelle Botteghe del Mondo i prodotti acquistati da queste Centrali, ma in molti casi (come si vede dalla tabella) hanno anche sviluppato alcuni progetti che gestiscono direttamente con produttori del Sud del mondo. Paragonando i dati delle Organizzazioni iscritte al Registro AGICES nel 2008 e nel 2009 si osserva una flessione delle importazioni pari al 3,5%.

I produttori coinvolti nel circuito del Commercio Equo e Solidale sono agricoltori o artigiani di Asia, Africa e America Latina organizzati in gruppi formali (associazioni, cooperative, società...) o informali (comunità di villaggio, famiglie...) per la produzione e la commercializzazione di prodotti di artigianato e alimentari. L'Asia è il continente più rappresentato in termini di importazioni equosolidali, seguita da America Latina e Africa.

Nei Paesi del Sud del mondo, milioni di contadini e artigiani si scontrano con un problema cruciale: l'accesso al mercato. Il Commercio Equo e Solidale, nato per dare uno sbocco a realtà marginalizzate dall'economia internazionale, sostiene gruppi di produttori organizzati in forme diverse, ma accomunati dalla tensione al rispetto dei criteri di questa forma alternativa e più giusta di commercio.

# Educazione e cultura

## L'attività di sensibilizzazione e formazione dei Soci AGICES

Regione	N° Soci	N° di ore	Spese
Piemonte	7	1.043	€ 34.298
Liguria	9	987	€ 95.521
Lombardia	27	3.200	€ 123.552
Veneto	11	1.512	€ 255.665
Trentino Alto Adige	3	1.456	€ 210.238
Friuli Venezia Giulia	1	54	€ 2.556
Emilia Romagna	9	584	€ 62.348
Toscana	5	458	€ 13.083
Marche	2	121	€ 13.750
Umbria	5	658	€ 45.521
Lazio	6	966	€ 72.523
Campania	1	45	€ 5.047
Puglia	1	370	€ 2.000
Sicilia	2	42	€ 3.000
Sardegna	1	180	€ 1.800
<b>TOT</b>	<b>90</b>	<b>11.676</b>	<b>€ 940.902</b>



Fin dalle sue origini, il Commercio Equo e Solidale ha mostrato con forza e convinzione la sua doppia anima: oltre a costruire relazioni commerciali eque e paritarie con i produttori del Sud del mondo e promuovere uno stile di consumo più responsabile, ha investito gran parte delle proprie risorse in **attività di informazione e sensibilizzazione rivolte a cittadini**, scuole e istituzioni.

Raccontare ai consumatori le storie di prodotti e produttori, informare i cittadini sugli squilibri del commercio tradizionale, spiegare ai più giovani le ripercussioni di uno sviluppo economico che non tiene conto dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente e motivare il maggior numero di persone possibile ad attivare comportamenti responsabili per costruire un'economia più giusta per tutti, sono le principali attività che da sempre i Soci AGICES mettono in campo parallelamente alla vendita nelle Botteghe del Mondo. Percorsi didattici, incontri di formazione, eventi pubblici, cene equosolidali, spettacoli teatrali, mostre... trasformano l'attività di vendita di prodotti "buoni e giusti" in quello che è **un grande movimento di educazione civica e sociale** che pone al centro del nostro modo di consumare le persone e l'ambiente.

La Regione che si colloca al primo posto per ore di sensibilizzazione realizzate è la Lombardia (3.200 ore), seguita da Veneto, Trentino Alto Adige e Piemonte. Al contrario, se si considerano gli investimenti effettuati per queste attività, la classifica si modifica, con il Veneto in testa (che nel 2009 ha investito 256mila euro), il Trentino Alto Adige al secondo posto (con 210mila euro) seguiti dalla Lombardia, dalla Liguria e dal Lazio.

# Le normative eque e solidali

AGICES si impegna affinché i suoi Soci vengano riconosciuti dalle Istituzioni come realtà che attraverso il commercio, l'educazione, l'informazione e l'azione politica, si impegnano per la giustizia sociale ed economica e per lo sviluppo sostenibile. Per facilitare la nascita di leggi a favore del Commercio Equo – e per garantirne l'omogeneità – AGICES ha elaborato una proposta-guida che è alla base dei provvedimenti finora adottati.

## LE NORMATIVE SUL TERRITORIO

Grazie anche all'iniziativa di AGICES 10 Regioni hanno approvato leggi equosolidali: Toscana (L.R. 17/02/2005, n.24), Friuli Venezia Giulia (L.R. 5/12/2005, n.29), Abruzzo (L.R. 28/03/2006, n.7), Umbria (L.R. 30/01/2007, n.116), Liguria (L.R. 13/08/2007, n.32), Marche (L.R. 29/04/2008, n.8), , Piemonte (L.R. 28/10/2009, n.26), Lazio - con una legge generale sull'Altra Economia (L.R. 4/08/2009, n.20), Emilia Romagna (L.R. 22/12/2009, n.110), Veneto (L.R. 22/01/2010, n.6). A queste si aggiunge la Legge provinciale del Trentino (17/06/2010, n° 13) e una serie di mozioni e progetti presentati ma non ancora approvati.

## UN'OPPORTUNITA'

Queste leggi hanno dato una grande opportunità alle Organizzazioni che operano nelle Regioni dotate di una normativa equosolidale: le risorse economiche messe a disposizione sono fondamentali non solo per la sostenibilità dei soggetti coinvolti ma anche per il consolidamento del sistema in generale. Inoltre hanno determinato una significativa crescita delle attività di educazione, sensibilizzazione e informazione volte ad accrescere la consapevolezza dei cittadini e dei consumatori sui prodotti e i produttori del Commercio Equo e Solidale.

## LA NORMATIVA NAZIONALE

AGICES ha collaborato alla stesura della Proposta di Legge nazionale sul Commercio Equo e Solidale ("Disposizioni per la promozione del Commercio Equo e Solidale"), depositata per la prima volta nel corso della XV Legislatura alla Camera (Proposta di Legge n. 1828) e al Senato (Disegno di Legge n. 1667) e successivamente ripresentata nella nuova Legislatura. Il processo di confronto per l'elaborazione di una normativa di settore è stato recentemente riattivato e nonostante le difficoltà crediamo importante ragionare su una normativa di riferimento che riconosca, tuteli e agevoli la diffusione delle attività economiche e di sensibilizzazione finalizzate alla costruzione di un'economia solidale e sociale più sostenibile. Siamo convinti della necessità di una legge (nazionale o regionale) che definisca con chiarezza cosa sia il Commercio Equo a partire dall'esperienza concreta di 30 anni di attività sul campo, riconosca il ruolo specifico delle organizzazioni e precisi le caratteristiche dei prodotti: una legislazione di questo tipo infatti può contribuire a diffondere i principi, creare consapevolezza fra i consumatori, dare visibilità a tematiche più ampie (sviluppo sostenibile e squilibrio Nord-Sud) e innescare meccanismi virtuosi di "responsabilità sociale" anche da parte di aziende tradizionali o di Pubbliche Amministrazioni.



# La Carta dei Criteri

Ecco la "Costituzione" del nostro movimento, quella Carta che, dopo un lungo cammino di confronto e di condivisione tra le Organizzazioni, ha portato alla fine degli anni Novanta alla definizione di criteri e regole comuni.

La Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale da una lato definisce e descrive nel dettaglio cosa sia il Commercio Equo dall'altro disciplina natura e comportamenti dei vari attori della filiera, dal produttore fino al consumatore. La Carta è la base su cui si fonda tutto il sistema di monitoraggio e di garanzia di AGICES.

## PREAMBOLO

La Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale è il documento che definisce i valori e i principi condivisi da tutte le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale italiane. La Carta viene approvata nel 1999, ed è l'inizio di un percorso di confronto a livello nazionale tra le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale che negli anni si è andato sviluppando e approfondendo, fino a cogliere limiti e contraddizioni, frutti di un percorso molto partecipato, ma anche articolato, a volte contraddittorio. Da questo lungo confronto è emersa forte l'esigenza di una rivisitazione della Carta per adeguarla alla realtà di un Commercio Equo e Solidale che guarda al futuro, che costruisce nuove esperienze, per rispondere sia alle esigenze dei produttori ma anche a quelle dei consumatori consapevoli. La nuova stesura della Carta, approvata nell'Assemblea dei Soci AGICES di Chioggia (aprile 2005), si colloca in stretta continuità con la precedente, riconosce il valore di un documento frutto di un lavoro ampio e partecipato. Essa ne preserva i principi, introducendo modifiche che non ne mutano lo spirito e i valori fondanti. Il concetto di "filiera equa" è uno dei cardini che la Carta preserva e sui quali poggia. La prima Carta Italiana dei Criteri lo declinava riconoscendo due tipologie di organizzazioni di Commercio Equo e Solidale: le Botteghe del Mondo e gli Importatori. La volontà di fotografare la naturale dinamicità del movimento, evitando definizioni ambigue senza escludere a priori la possibilità che il Commercio Equo e Solidale possa trovare in futuro altre forme di espressione, ha portato alla decisione di fare un passo avanti. Protagoniste del movimento, secondo la nuova Carta Italiana dei Criteri, sono oggi le "organizzazioni di Commercio Equo e Solidale". Un'organizzazione di Commercio Equo e Solidale viene riconosciuta come tale in base al tipo di attività concreta che svolge, e non più per l'appartenenza nominale ad una tipologia di struttura. Nessun criterio fondante per la tutela del valore della "filiera equa" è stato dunque rivisto e nessun principio condiviso dal movimento è stato privato del suo senso originario, tanto meno la centralità delle Botteghe del Mondo. Il Commercio Equo e Solidale si è infatti sviluppato in modo orizzontale e capillare grazie alla

rete delle Botteghe del Mondo. Il radicamento delle Botteghe del Mondo sul territorio, e le loro potenzialità di incidenza politica e culturale sono un patrimonio che il movimento, fin dal principio, valorizza come proprio e peculiare e si impegna ad accrescere. La Bottega del Mondo, come spazio in cui esercitare il proprio diritto ad essere cittadini, come strumento di aggregazione, di incontro, scambio e coscientizzazione immerso nel tessuto urbano, come luogo fisico di contatto tra Nord e Sud del mondo, ha l'importanza e la responsabilità di essere uno spazio pubblico nel senso più ampio del termine. Nelle Botteghe del Mondo è possibile orientare azioni concrete e coraggiose per fini comuni, sviluppare linguaggi e pensieri nuovi, per comunicare e per dimostrare che i valori dominanti non sempre sono universalmente condivisi. Nella Bottega del Mondo, laboratorio di pace e di autosviluppo, di sobrietà dei consumi e di condivisione, si impara ad essere cittadini del mondo, democratici e solidali, e a contribuire al cambiamento concreto delle relazioni favorendo il lavoro "in rete". La presenza della Bottega del Mondo a livello locale assicura questa possibilità di partecipazione globale, svolgendo un ruolo insostituibile di trasmissione e di evoluzione dello spirito, dei principi e delle regole del Commercio Equo e Solidale che la Carta Italiana dei Criteri, negli articoli seguenti, definisce e custodisce.

## 1. DEFINIZIONE DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Il Commercio Equo e Solidale è un approccio alternativo al commercio convenzionale; esso promuove giustizia sociale ed economica, sviluppo sostenibile, rispetto per le persone e per l'ambiente, attraverso il commercio, la crescita della consapevolezza dei consumatori, l'educazione, l'informazione e l'azione politica. Il Commercio Equo e Solidale è una relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione: dai produttori ai consumatori.

## 2. OBIETTIVI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

1. Migliorare le condizioni di vita dei produttori aumentando l'accesso al mercato, rafforzando le organizzazioni di produttori, pagando un prezzo migliore ed assicurando con



## La Carta dei Criteri

tinuità nelle relazioni commerciali.

2. Promuovere opportunità di sviluppo per produttori svantaggiati, specialmente gruppi di donne e popolazioni indigene e proteggere i bambini dallo sfruttamento nel processo produttivo.

3. Divulgare informazioni sui meccanismi economici di sfruttamento, tramite la vendita di prodotti, favorendo e stimolando nei consumatori la crescita di un atteggiamento alternativo al modello economico dominante e la ricerca di nuovi modelli di sviluppo.

4. Organizzare rapporti commerciali e di lavoro senza fini di lucro e nel rispetto della dignità umana, aumentando la consapevolezza dei consumatori sugli effetti negativi che il commercio internazionale ha sui produttori, in maniera tale che possano esercitare il proprio potere di acquisto in maniera positiva.

5. Proteggere i diritti umani promuovendo giustizia sociale, sostenibilità ambientale, sicurezza economica.

6. Favorire la creazione di opportunità di lavoro a condizioni giuste tanto nei Paesi economicamente svantaggiati come in quelli economicamente sviluppati.

7. Favorire l'incontro fra consumatori critici e produttori dei Paesi economicamente meno sviluppati.

8. Sostenere l'autosviluppo economico e sociale.

9. Stimolare le istituzioni nazionali ed internazionali a compiere scelte economiche e commerciali a difesa dei piccoli produttori, della stabilità economica e della tutela ambientale, effettuando campagne di informazione e pressione affinché cambino le regole e la pratica del commercio internazionale convenzionale.

10. Promuovere un uso equo e sostenibile delle risorse ambientali.

### 3. CRITERI GENERALI ADOTTATI DALLE ORGANIZZAZIONI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale si impegnano a condividere ed attuare, nel proprio statuto o nella mission, nel materiale informativo prodotto e nelle azioni, la definizione e gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale. In particolare si impegnano a:

1. Garantire condizioni di lavoro che rispettino i diritti dei lavoratori sanciti dalle convenzioni OIL.

2. Non ricorrere al lavoro infantile e a non sfruttare il lavoro minorile, agendo nel rispetto della Convenzione Internazionale sui diritti dell'Infanzia.

3. Pagare un prezzo equo che garantisca a tutte le orga-

nizzazioni coinvolte nella catena di commercializzazione un giusto guadagno; il prezzo equo per il produttore è il prezzo concordato con il produttore stesso sulla base del costo delle materie prime, del costo del lavoro locale, della retribuzione dignitosa e regolare per ogni singolo produttore.

4. Garantire ai lavoratori una giusta retribuzione per il lavoro svolto assicurando pari opportunità lavorative e salariali senza distinzioni di sesso, età, condizione sociale, religione, convinzioni politiche.

5. Rispettare l'ambiente e promuovere uno sviluppo sostenibile in tutte le fasi di produzione e commercializzazione, privilegiando e promuovendo produzioni biologiche, l'uso di materiali riciclabili, e processi produttivi e distributivi a basso impatto ambientale.

6. Adottare strutture organizzative democratiche e trasparenti in tutti gli aspetti dell'attività ed in cui sia garantita una partecipazione collettiva al processo decisionale.

7. Coinvolgere produttori di base, volontari e lavoratori nelle decisioni che li riguardano.

8. Reinvestire gli utili nell'attività produttiva e/o a beneficio sociale dei lavoratori (p.e. fondi sociali).

9. Garantire un flusso di informazioni multidirezionale che consenta di conoscere le modalità di lavoro, le strategie politiche e commerciali ed il contesto socio-economico di ogni organizzazione.

10. Promuovere azioni informative, educative e politiche sul Commercio Equo e Solidale, sui rapporti fra i Paesi svantaggiati da un punto di vista economico e i Paesi economicamente sviluppati e sulle tematiche collegate.

11. Garantire rapporti commerciali diretti e continuativi, evitando forme di intermediazione speculativa, escludendo costrizioni e/o imposizioni reciproche e consentendo una migliore conoscenza reciproca.

12. Privilegiare progetti che promuovono il miglioramento della condizione delle categorie più deboli.

13. Valorizzare e privilegiare i prodotti artigianali espressioni delle basi culturali, sociali e religiose locali perché portatori di informazioni e base per uno scambio culturale.

14. Cooperare, riconoscendosi reciprocamente, ad azioni comuni e a favorire momenti di scambio e di condivisione, privilegiando le finalità comuni rispetto agli interessi particolari. Per evitare azioni che indeboliscano il Commercio Equo e Solidale si impegnano, inoltre, in caso di controversie, a fare un percorso di confronto e di dialogo, eventualmente con l'aiuto di un facilitatore.

15. Garantire relazioni commerciali libere e trasparenti, pro-



muovendo processi di sviluppo e coordinandosi nello spirito dell'art. 3.14.

16. Garantire trasparenza nella gestione economica con particolare attenzione alle retribuzioni.

#### 4. PRODUTTORI ED ESPORTATORI

##### 4.1 Produttori

I Produttori sono organizzazioni di produzione e commercializzazione di artigianato ed alimentari che condividono gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale e rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta. I Produttori devono:

1. Perseguire logiche di autosviluppo e di autonomia delle popolazioni locali.
2. Evitare una dipendenza economica verso l'esportazione, a scapito della produzione per il mercato locale.
3. Evitare di esportare prodotti alimentari e materie prime scarseggianti o di manufatti con queste ottenuti.
4. Favorire l'uso di materie prime locali.
5. Garantire la qualità del prodotto.

Qualora i produttori non siano in grado di esportare direttamente possono servirsi di organizzazioni di esportazione.

##### 4.2 Esportatori

Gli Esportatori sono organizzazioni che acquistano principalmente dai produttori come specificati all'art.4.1, e vendono prevalentemente a organizzazioni di Commercio Equo e Solidale; essi condividono gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale e rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta. Gli esportatori devono:

1. Assicurarsi che i principi del Commercio Equo e Solidale siano conosciuti dai produttori e lavorare con questi per applicarli.

2. Fornire supporto alle organizzazioni di produzione: formazione, consulenza, ricerche di mercato, sviluppo dei prodotti, feed back sui prodotti e sul mercato.

3. Dare ai produttori, se da questi richiesto, il pre-finanziamento della merce o altre forme di credito equo o microcredito.

4. Fornire informazioni sui prodotti e sui produttori e sui prezzi pagati ai produttori.

5. Garantire rapporti di continuità con i produttori.

#### 5. ORGANIZZAZIONI ITALIANE DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Le Organizzazioni italiane di Commercio Equo e Solidale commercializzano prevalentemente prodotti del Commercio Equo e Solidale di organizzazioni di produzione e/o di esportazione e/o di altre organizzazioni di Commercio Equo e Solidale. Il ricorso a fornitori esterni al circuito del Commercio Equo e Solidale deve essere funzionale agli scopi sociali, e agli obiettivi del Commercio Equo e Solidale stesso. Le organizzazioni italiane condividono gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale, rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta. Le Organizzazioni italiane devono:

1. Promuovere iniziative di economia solidale al meglio delle proprie possibilità.
2. Sostenere le campagne di sensibilizzazione e pressione, condotte a livello nazionale ed internazionale, volte a realizzare gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale.
3. Essere senza fini di lucro.
4. Inserire, appena possibile, personale stipendiato all'interno della struttura, garantendo un'adeguata formazione.
5. Valorizzare e formare i volontari e garantire loro la parte

## La Carta dei Criteri

cipazione ai processi decisionali.

6. Rendere disponibile alle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale, impegnandosi alla trasparenza, l'accesso alle informazioni riguardanti le proprie attività (commerciali e culturali).

7. Avviare e mantenere contatti diretti con esperienze marginali di autosviluppo, sia in loco che nei Paesi economicamente svantaggiati al fine di stabilire una sorta di gemellaggio equosolidale, con ogni mezzo idoneo a permettere la conoscenza di luoghi, persone, modalità di vita e di produzione che possano associarsi ai concetti con cui si definisce il Commercio Equo e Solidale.

Nell'attività di acquisto e di importazione le Organizzazioni italiane di Commercio Equo e Solidale devono:

8. Offrire ai produttori, se da essi richiesto, il pre-finanziamento della merce, e favorire altre forme di credito equo o microcredito, qualora non esistano in loco possibilità di accesso a crediti.

9. Promuovere, anche attraverso la collaborazione reciproca, rapporti di continuità, per mantenere un clima di autentico scambio, per favorire una maggiore stabilità per gli sbocchi di mercato dei produttori, e per permettere un effettivo miglioramento delle condizioni di vita sul breve/medio/lungo periodo.

10. Fornire supporto alle organizzazioni di produzione ed esportazione: formazione, consulenze, ricerche di mercato, sviluppo di prodotti, feedback sui prodotti e sul mercato.

11. Assicurarsi che i principi del Commercio Equo e Solidale siano conosciuti e condivisi dai produttori e lavorare con questi per applicarli.

12. Favorire, laddove sussistano le condizioni, la lavorazione dei prodotti presso le organizzazioni di produttori e/o privilegiare l'acquisto o l'importazione di prodotti la cui lavorazione avviene anche parzialmente nei paesi di origine dei produttori.

13. Dare possibilità alle altre organizzazioni di Commercio Equo e Solidale di fare viaggi di conoscenza presso i produttori (e viceversa), rispettando i criteri del Turismo responsabile espressi nel documento "Turismo responsabile: Carta d'identità per viaggi sostenibili".

14. Privilegiare i fornitori esterni al circuito del Commercio Equo e Solidale fra quelli organizzati in strutture nonprofit, con finalità sociali e con gestione trasparente e democratica e che abbiano prodotti eco-compatibili e culturali. Non intraprendere relazioni commerciali con aziende che, con certezza, violino i diritti umani e dei lavoratori.

Nell'attività di vendita le Organizzazioni italiane di Commer-

cio Equo e Solidale devono:

15. Fornire ai consumatori tutto il materiale informativo disponibile, comprese le schede del prezzo trasparente.

16. Mantenersi costantemente informate sui prodotti che vengono venduti, verificando che vengano rispettati i criteri del Commercio Equo e Solidale.

17. Garantire ai consumatori sia in caso di distribuzione diretta che di distribuzione attraverso soggetti esterni, informazioni relative al Commercio Equo e Solidale, ai gruppi produttori che hanno realizzato il prodotto o fornito le materie prime, alla rete delle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale ed uno schema di prezzo trasparente, che fornisca almeno le seguenti informazioni: prezzo FOB pagato al fornitore, costo di gestione, importazione e trasporto, margine per la vendita. Tali informazioni possono essere indicate in percentuale od in valore assoluto, per singolo prodotto o per categoria di prodotti, o per paese di provenienza, o per gruppo di produttori.

In caso di vendita all'ingrosso:

18. Vendere prevalentemente alle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale, ai canali di economia solidale, e/o di solidarietà sociale, gruppi di autoconsumo e/o gruppi informali di solidarietà.

19. Fornire alle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale informazioni sui prodotti e sui produttori attraverso schede informative che contengano il prezzo trasparente dei prodotti ed essere disponibili a fornire la documentazione di supporto.

### 6. PRODOTTI TRASFORMATI

I prodotti trasformati sono tutti quei prodotti non riconducibili ad un'unica materia prima: biscotti, cioccolata, dolciumi, ecc. I prodotti trasformati possono essere definiti in etichetta "prodotti di Commercio Equo e Solidale" solo se almeno il 50% del costo franco trasformatore delle materie prime o il 50% del peso delle materie prime è di Commercio Equo e Solidale. L'elaborazione dei prodotti trasformati, laddove ne esistano le condizioni, dovrebbe avvenire nei Paesi d'origine. La trasformazione deve essere effettuata da soggetti dell'economia solidale o comunque da cooperative o imprese che non siano in contrasto con i principi del Commercio Equo e Solidale. I prodotti trasformati devono riportare in etichetta la dicitura: "Totale ingredienti del Commercio Equo e Solidale: %". Nei prodotti trasformati, la scelta degli altri ingredienti rispetto a quelli del Commercio Equo e Solidale deve ispirarsi ai criteri esposti all'art.3.5 di questa Carta.









“Peace cannot prevail  
without economic solutions”

Hadas Lahav, coordinatrice di Sindyanina of Galilee,  
progetto di Commercio Equo in Palestina e Israele



**AGICES**  
ASSEMBLEA GENERALE ITALIANA  
DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Via Arezzo, 6 - 00161 Roma  
Tel/fax (+39) 06 44 08 15  
www.agices.org  
www.facebook.com/agices  
segreteria@agices.org

AGICES  
è socia di  
WFTO

