



RAPPORTO ANNUALE 2012

Il Commercio Equo e Solidale in Italia

A cura dell'Assemblea Generale Italiana Commercio Equo e Solidale (AGICES)



Pag. 4	Premessa
Pag. 6	I Soci AGICES
Pag. 9	Il sistema di garanzia
Pag. 11	Partecipazione e impegno sociale
Pag. 12	Lavorare per il Commercio Equo e Solidale
Pag. 14	Il Commercio Equo resiste e rilancia
Pag. 15	Quali prodotti
Pag. 16	In diretta dal Sud del Mondo
Pag. 18	Educazione
Pag. 19	Le normative eque e solidali
Pag. 20	La Carta dei Criteri

Pubblicazione a cura di AGICES (Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale).
Testi e dati a cura di: Alessandro Franceschini, Eleonora Dal Zotto, Gaga Pignatelli, Anna Guglielmi.
Grafica: Silvia Bergamo

Note metodologiche

- I dati associativi di AGICES fanno riferimento alla situazione in data 31 dicembre 2011
- I dati economici e relativi alle attività culturali sono estratti dal Registro AGICES e raccolti nell'ambito del sistema di monitoraggio certificato delle organizzazioni iscritte
- I dati relativi al 2010 fanno riferimento ai bilanci degli esercizi chiusi il 30 giugno 2010 o il 31 dicembre 2010. Essendo i dati economici e sociali 2010 ricavati per tutte le organizzazioni Socie al 31 dicembre 2011, potranno differire da quelli presenti nel precedente rapporto annuale in quanto riferiti alla compagine sociale al 31 dicembre 2010
- Tre organizzazioni Socie di medie dimensioni nel 2010 hanno variato la data di chiusura di esercizio, anticipando a giugno la chiusura del bilancio ed approvando, quindi, risultati riferiti al solo primo semestre 2010. Pertanto, per queste organizzazioni sia i dati economici sia quelli relativi alle attività sociali e info-educative risultano quindi comprendere solo metà di quello effettivamente svolto nel corso dell'anno
- Nelle scomposizioni regionali dei dati, va considerato che questi vengono ottenuti riconducendo le attività a cui si riferiscono (dati economici o attività info-educative o altro) alla regione in cui è collocata la sede legale dell'organizzazione a cui si riferiscono e che non necessariamente coincide con la regione in cui vengono sviluppate

CONTRO LA CORRENTE, TUTTI I GIORNI

Un Movimento sempre in movimento. Ogni mattina quasi 5000 volontari (per lo più volontarie), accompagnati e affiancati da oltre 1000 lavoratori (per lo più lavoratrici) alzano le serrande nelle centinaia di Botteghe delle Organizzazioni socie di AGICES dalla Sicilia all'Alto Adige. Incontrano i consumatori, sistemano scaffali, vendono prodotti di gruppi di produttori del Sud del mondo pagati a prezzo equo, creano con il proprio impegno un'economia nuova, capace di futuro.

Ogni mattina centinaia di classi di scuole italiane accolgono volontari e operatori delle nostre Organizzazioni per interventi di sensibilizzazione ed educazione che continueranno idealmente il pomeriggio e la sera sotto forma di mostre, cineforum, incontri, degustazioni di sapori equi e solidali: oltre 11mila ore all'anno di interventi educativi e culturali con un investimento complessivo da parte delle Organizzazioni nostre Socie che sfiora il milione di Euro.

Ogni giorno entra in movimento un sistema che crea lavoro di qualità, qui in Italia: pur in una congiuntura di difficoltà economica evidente e di precarizzazione progressiva del lavoro, le Organizzazioni italiane di Commercio Equo e Solidale socie AGICES creano nuovo lavoro (con un costo del lavoro di sistema superiore ai 13milioni di Euro) e investono in lavoro stabile (per l'86% si tratta di lavoro dipendente).

Ogni settimana dalle sedi delle Organizzazioni che svolgono attività di importazione partono in ogni direzione ordinativi per i gruppi di produttori di America Latina, Africa e Asia. Si muovono verso Sud viaggiatori che vanno a visitare progetti, valutare, conoscere. Solcano l'etere migliaia di telefonate ed e-mail, che accompagnano i gruppi di produttori a sviluppare prodotti giusti per i nostri mercati e per i nostri gusti. Partono ordini di pagamento, che hanno portato lo scorso anno nel Sud del mondo 13,8 milioni di Euro in cambio dei prodotti che i consumatori vedono oggi sugli scaffali delle botteghe.

Ma soprattutto e prima di tutto ogni giorno migliaia di contadini e artigiani del Sud del mondo possono andare a lavorare sui campi o nel laboratorio artigiano con la sicurezza di avere nella lontana Italia degli interlocutori affidabili, che hanno costruito una rete di imprese sociali per costruire un sistema commerciale ed economico profondamente e radicalmente diverso da quello tradizionale.

Ogni giorno il nostro Movimento si muove, navigando contro corrente. Anche adesso, in un contesto economico in cui tutto sembra rallentare e molte realtà del commercio convenzionale si fermano, il Commercio Equo italiano continua a crescere in termini di fatturato, e i dati che seguono lo dimostrano. Ma anche sulle nostre rotte negli ultimi anni si sono resi più evidenti alcuni limiti strutturali del nostro sistema. La nostra navigazione è resa più difficile da alcuni fattori di rischio, tra i quali segnaliamo la frammentazione organizzativa e territoriale; qualche scelta imprenditoriale che non ha ottenuto gli obiettivi sperati; in alcuni casi l'invecchiamento della proposta e in altri la stanchezza dei gruppi che hanno creato e fatto crescere le Organizzazioni; e infine gli evidenti problemi di sostenibilità legati alla stagnazione economica e al calo dei consumi al dettaglio. Non bisogna abbassare la guardia e sottovalutare gli elementi di debolezza, che devono invitarci soprattutto a trovare strategie unitarie e comuni per affrontare la difficoltà che ci aspettano. Per proseguire nella metafora marinaresca, solo navigando insieme protetti dalla flotta possiamo sperare di passare il difficile momento, da soli è più forte il rischio di rimanere isolati in balia delle onde.

Proprio nel sostenere l'unitarietà, la credibilità, la fedeltà ai principi e la capacità di elaborazione strategica del Movimento sta l'impegno prioritario di AGICES: vorremmo continuare ad essere un collante tra Organizzazioni capaci di rinnovarsi, creare occasioni per i Produttori, creare nuova cultura. Il nostro compito principale a livello politico è sempre più quello di affermare il valore strategico di un Commercio Equo che si fondi sulle Organizzazioni (a partire dalle Botteghe) e sulla filiera integrale dal produttore al consumatore. Sul piano istituzionale come su quello internazionale siamo e saremo impegnati nel far valere la unicità e il valore strategico del modello italiano di Fair Trade fondato sulla centralità delle Organizzazioni e sulle righe della Carta dei Criteri. Navigando tutti insieme verso un porto comune.

Insieme ai Produttori del Sud del mondo il nostro Movimento è riuscito negli anni a creare un'economia nuova e innovativa. Insieme a loro troveremo la giusta rotta per superare in modo nuovo e innovativo la difficile congiuntura economica di questi anni, dimostrando anche in queste acque agitate di avere imparato l'arte di navigare contro corrente.

*Alessandro Franceschini
Presidente di AGICES*



Il Direttivo AGICES (Febbraio 2011)

I soci AGICES



Mappa aggiornata al 01/01/2011

Con i suoi **90 Soci in 15 Regioni italiane** AGICES ha mantenuto la sua presenza e rappresenta un movimento con una eccezionale presenza sul territorio.

Una rete che si avvale di oltre 247 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 e Solidale trovano così spazio nelle vetrine e sugli scaffali delle Botteghe del Mondo, nei racconti dei volontari e lavoratori che con passione animano questi **247 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 e Solidale ha un valore in più: quello della relazione giusta e diretta con chi lo ha realizzato.



Regione	ORGANIZZAZIONE	Forma giuridica	Città	Sito internet	punti vendita
Campania	E pappeci - bottega del mondo	Cooperativa sociale di tipo A	Napoli (NA)	www.epappeci.it	2
Emilia Romagna	Altraqualità	Cooperativa di produzione e lavoro	Voghiera (FE)	www.altraq.it	0
	Altroconsumo	Associazione di volontariato	Faenza (RA)		1
	Bottega del Sole	Cooperativa sociale di tipo A	Carpì (MO)	www.bottegadelsole.org	2
	C'è un mondo	Cooperativa di produzione e lavoro	Bologna (BO)	www.ceunmondo.it	1
	Equamente	Cooperativa sociale di tipo A	Forlì (FC)		2
	ExAequo bottega del mondo	Cooperativa sociale di tipo A	Bologna (BO)	www.exaequo.bo.it	3
	L'Arcoris	Cooperativa sociale di tipo A	Pieve di Cento (BO)	www.arcoriscoop.it	1
	Oltremare	Cooperativa sociale di tipo B	Modena (MO)	www.coopoltremare.it	3
	Pachamama	Cooperativa sociale di tipo B	Rimini (RN)	www.pachamama-rimini.org	4
	Ravinala	Cooperativa sociale di tipo B	Reggio Emilia (RE)	www.ravinala.org	5
	Villaggio Globale	Cooperativa sociale di tipo A	Ravenna (RA)	www.villaggioglobale.ra.it	2
Friuli Venezia Giulia	Mosaico per un comune avvenire	Associazione di volontariato	Trieste (TS)	www.equmosaico.it	1
	Senza Confini - Brez Meja	Associazione di volontariato	Trieste (TS)	www.senzaconfiniintrieste.org	1
Lazio	Associazione Quinoa	Associazione senza scopo di lucro	Roma (RM)	www.associazionequinoa.it	1
	Equo %	Cooperativa sociale di tipo B	Roma (RM)	www.equoper100.it	1
	Equociquà!	Cooperativa sociale di tipo A	Roma (RM)	www.equociqua.it	2
	Il Colibrì	associazione culturale	Umbertide (PG)		1
	Pangea-Niente Troppo	Cooperativa sociale di tipo A	Roma (RM)	www.commercioequo.org	7
	Progetto Solidarietà	cooperativa sociale di tipo A	Albano Laziale (RM)	http://web.tiscali.it/equoaLBano	1
Liguria	Amandla - Per Un Commercio Equo e Solidale	Associazione di volontariato	Varazze (SV)	www.amandlavarezze.it	1
	Associazione Kikoa	Associazione senza scopo di lucro	Albenga (SV)		1
	Bottega della Solidarietà	Cooperativa sociale di tipo A	Savona (SV)		2
	Garabombo l'invisibile	Associazione culturale	Imperia (IM)	www.garabombo.org	2
	La Bottega Solidale	Cooperativa sociale di tipo A	Genova (GE)	www.bottegasolidale.it	6
	Magazzini del Mondo	Cooperativa sociale di tipo A	La Spezia (SP)	www.magazzinidelmondo.it	1
	Nuova Solidarietà	Associazione senza scopo di lucro	Finale Ligure (SV)		2
	RAM	Associazione senza scopo di lucro	Avegno (Ge)	www.associazioneram.it	0
	Zucchero Amaro	Cooperativa sociale di tipo B	Chiavari (GE)	www.zuccheroamaro.it	4
Lombardia	Altrospazio Spaccio Acli A.Grandi	Cooperativa di consumo	Lainate (MI)	www.altrospazio.it	5
	Amandla	Cooperativa sociale di tipo B	Bergamo (BG)	www.amandla.it	7
	Azalai	Associazione	Cernobbio (CO)		1
	Chico Mendes	Cooperativa sociale di tipo A	Milano (MI)	www.chicomendes.it	6
	Cooperativa Solidarietà	Cooperativa sociale di tipo B	Brescia (BS)	www.coopsolidarietà.org	5
	Ctm Treviglio	Cooperativa sociale di tipo A	TREVIGLIO (BG)		1
	Equo Mercato	Cooperativa di produzione e lavoro	Cantù (CO)	www.equomercato.it	0
	Equovendolo	Associazione senza scopo di lucro	Capiago Intimiano (MI)	http://facebook.com/equovendolo	1
	Garabombo	Cooperativa di consumo	Como (CO)	www.garabombo.it	7
	Il Mappamondo	Cooperativa mista	Mantova (MN)	www.mappamondmantova.it	1
	Il Mondo in Casa	Associazione senza scopo di lucro	Lumezzane S.S. (BS)	www.mondoincasa.it	0
	Il Sandalo	Associazione senza scopo di lucro	Saronno (VA)	www.ilsandalo.eu	1
	Il Seme	Cooperativa sociale di tipo B	Bergamo (BG)	www.ilseme.it	2
	Il Villaggio Globale	Cooperativa mista	Monza (MB)	www.ilvillaggioglobale.it	1
	La Bottega della Solidarietà	Cooperativa mista	Sondrio (SO)	www.commercioequosondrio.it	1
	La Siembla	Cooperativa sociale di tipo B	Crema (CR)	www.lasiembra.it	1
	Mariposa	Cooperativa sociale di tipo B	Pisogne (BS)	www.coopmariposa.it	2
	Mondo Equo	Cooperativa di consumo	Lecco (LC)	www.mondoequo.altervista.it	3
	Mondoalegre	Cooperativa di consumo	Gorgonzola (MI)	www.mondoalegre.it	7
	Nazca	Cooperativa di consumo	Milano (MI)	www.nazcacoop.it	8
	Nonsolonoi	Cooperativa sociale di tipo B	Cremona (CR)	www.nonsolonoi.org	3
	Nord Sud	Cooperativa	Lodi (LO)		3
	Nuova Solidarietà	Cooperativa sociale di tipo A	Clusone (BG)	www.coopnuovasolidarietà.it	2
	Pachamama	Associazione senza scopo di lucro	Como (CO)		1
	Shongoti	Cooperativa sociale di tipo A	Erba (CO)	www.shongoti.it	1
	Sotto lo stesso cielo - Bottega del Mondo	Associazione senza scopo di lucro	Usmate Velate (MB)	http://labottequa.ilbello.com	0
Marche	AscoliEquoSolidale	Associazione di volontariato	Ascoli Piceno (AP)	www.ascoliequosolidale.it	1
	Mondo Solidale	Cooperativa sociale di tipo A	Urbisaglia (MC)	www.mondosolidale.it	15
Piemonte	Compartir Giovane	Associazione senza scopo di lucro	Cuneo (CN)	www:checevo.org	3
	Cose dell'Altro Mondo	Associazione senza scopo di lucro	Mondovì (CN)		1
	LiberoMondo	Cooperativa sociale di tipo B	Cuneo (CN)	www.liberonondo.org	1
	Mondo Nuovo	Cooperativa sociale di tipo A	Torino (TO)	www.mondo-nuovo.it	5
	Qui e là	Associazione di volontariato	Boves (CN)	www.emmauscuneo.net	1
	Raggio Verde	Cooperativa sociale di tipo B	Cossato (BI)	www.raggioverde.com	0
	San Paolo	Cooperativa sociale di tipo B	Cuneo (CN)	www.sanpaolo-coop.it	2
Puglia	Unsolomondo	Cooperativa sociale di tipo A	Bari (BA)	www.unsolomondo.org	2
Sardegna	Maia	Cooperativa sociale di tipo A	Alghero (SS)	www.altromercatoalghero.it	1
Sicilia	Enghera	Cooperativa sociale di tipo B	Acireale (CT)	www.enghera.it	2
Toscana	Il Villaggio dei Popoli	Cooperativa di consumo	Firenze (FI)	www.villaggiodeipopoli.org	2
	Maremma Solidale	Cooperativa sociale di tipo A	Grosseto (GR)	www.commercioequogrosseto.org	1
	Mondo Solidale	Associazione di promozione sociale	Massa - Carrara (MS)	www.mondosolidale.info	1
	Wipala	Cooperativa di consumo	Arezzo (AR)	www.wipala.org	5
Trentino-Alto Adige	Consorzio CTM - Altromercato	Cooperativa mista	Bolzano (BZ)	www.altromercato.it	3
	Le Formiche - Die Ameisen	Cooperativa sociale di tipo A	Bolzano (BZ)	www.formibz.it	3
	Mandacarù	Cooperativa sociale di tipo A	Trento (TN)	www.mandacaru.it	13
Umbria	Equazione	Associazione di promozione sociale	Marsciano (PG)		1
	La Boteguita	Associazione	Città di Castello (PG)	www.laboteguita.org	1
	Monimbò bottega del mondo	Cooperativa sociale di tipo A	Perugia (PG)	www.monimbo.it	2
	Piano Terra	Associazione senza scopo di lucro	Orvieto (TR)		1
Veneto	ACLI San Gaetano	Cooperativa di consumo	Mirano (VE)	www.banderajflorida.it	2
	Angoli di Mondo Coop. Sociale	Cooperativa sociale di tipo B	Padova (PD)	www.angolidimondo.it	5
	Canalete	Cooperativa di consumo	Valdagno (VI)	www.canalete.org	5
	El Ceibo	Cooperativa di consumo	San Martino B.A. (VR)	www.elceibo.it	2
	El Fontego, per un commercio equo e solidale	Cooperativa di consumo	Venezia - Mestre	www.elfontego.it	2
	Il Colibrì - tutti i colori del mondo	Associazione di volontariato	Monselice (PA)		1
	Il Mappamondo	Associazione senza scopo di lucro	Chioggia (VE)	www.ilmappamondochioggia.org	1
	La Bilancia	Associazione culturale	Este (PD)		1
	La Rondine 2	Cooperativa di consumo	Verona (VR)	www.rondine.altromercato.net	5
	Pace e Sviluppo	Cooperativa sociale di tipo A	Treviso (TV)	www.pacesviluppo.it	12
	Samarcanda	Cooperativa sociale di tipo A	Belluno (BL)	www.samarcandascs.it	3
	Unicomo	Cooperativa di consumo	Vicenza (VI)	www.unicomo.org	11

Il Sistema di Garanzia

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

Il sistema di monitoraggio di AGICES prevede diversi strumenti.

1. Il Regolamento di Gestione del Registro AGICES: individua azioni e prassi concrete e verificabili a partire dai principi contenuti nella Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale che sono stati classificate in Requisiti Fondamentali (da soddisfare al 100%) e Requisiti Importanti (da soddisfare almeno al 60%).

Il Regolamento di Gestione del Registro AGICES definisce inoltre le procedure di iscrizione, cancellazione e sospensione delle Organizzazioni e le modalità di monitoraggio.

2. Il Comitato di Gestione del Registro: è un organo elettivo, totalmente composto da volontari, che gestisce il sistema di monitoraggio, al fine di monitorare che le Organizzazioni iscritte al Registro rispettino i Requisiti elaborati a partire dalla Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale.
3. Il sistema di monitoraggio AGICES prevede un meccanismo di controllo su tre livelli:

- I. Autovalutazione: l'Organizzazione italiana che vuole iscriversi o mantenere l'iscrizione al Registro AGICES compila annualmente un Modulo di Autovalutazione che misura la rispondenza ai Requisiti presenti del Regolamento di Gestione del Registro, fornendo documentazione a supporto dell'autovalutazione.
- II. Verifica Interna: è un complesso di verifiche gestito dal Comitato di Gestione del Registro AGICES. A partire dalla verifica della congruenza dei dati economico-finanziari forniti con i Moduli di Autovalutazione, passando al cuore del sistema: "la verifica sul campo" (audit) di almeno il 33% delle organizzazioni iscritte al Registro, ogni anno. Nel corso di queste verifiche, condotte da valutatori qualificati da AGICES, oltre all'analisi documentale, vengono condotte interviste con gli stakeholders (volontari, clienti, lavoratori, membri degli organi interni, ecc.).

Nel corso del 2011 sono state svolte 30 verifiche (audit) per un numero complessivo totale di 45 giornate che hanno coinvolto 55 sedi, coinvolgendo 105 operatori nella procedura, intervistando 45 lavoratori e 79 volontari.

Dall'avvio della procedura di audit (2007) **tutte le organizzazioni che risultavano iscritte al Registro AGICES al 31/12/2011 hanno ricevuto almeno una verifica, 15 organizzazioni ne hanno ricevute 2.**



Tra gli strumenti di controllo delle Organizzazioni iscritte al Registro AGICES va segnalato inoltre il **SAW (Social Accountability Watch)**, una piattaforma web nella quale le Organizzazioni accettano di ricevere osservazioni sui propri comportamenti da parte di utenti registrati ("monitori") o non registrati anche in forma anonima.

www.sawnet.info/equosolidale

III. Verifica Esterna: AGICES ha individuato ICEA (Istituto di Certificazione Etica ed Ambientale) come ente terzo preposto a certificare il funzionamento delle procedure di monitoraggio AGICES.

Nell'ottobre del 2009 ICEA ha rilasciato un certificato di conformità che attesta la credibilità e l'efficacia del sistema di monitoraggio di AGICES.



Il Comitato di Gestione del Registro (Gennaio 2012)

Partecipazione e impegno sociale

Numero di soci volontari delle Organizzazioni AGICES

Regione	n° organizzazioni			n° soci			n° volontari		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Campania	1	1	1	245	260	260	40	40	40
Emilia Romagna	10	10	11	2.119	2.216	2.389	311	367	396
Friuli Venezia Giulia	1	1	2	42	59	89	31	34	62
Lazio	6	6	6	1.030	1.110	969	121	122	97
Liguria	10	9	9	1.679	1.659	1.717	393	415	382
Lombardia	27	27	26	8.020	7.706	8.161	1.312	1.131	1.085
Marche	2	2	2	2.571	2.780	3.027	304	316	305
Piemonte	8	7	7	871	847	874	327	303	341
Puglia	1	1	1	13	15	15	24	15	15
Sardegna	0	1	1	0	3	4		1	2
Sicilia	3	2	1	215	154	156	19	12	12
Toscana	5	5	4	3.077	3.121	3.154	160	163	117
Trentino-Alto Adige	3	3	3	2.575	2.641	2.708	482	485	517
Umbria	4	5	4	640	347	385	143	106	139
Veneto	11	12	12	5.608	5.758	5.825	1.181	1.223	1.326
totali	92	92	90	28.705	28.676	29.733	4.848	4.733	4.836

Considerando i dati a livello nazionale, a fronte di una leggera diminuzione del numero di Organizzazioni iscritte, si registra una ripresa del numero dei soci e volontari delle Organizzazioni iscritte al Registro AGICES. Analizzando le singole Regioni, il primato in termini di numero di soci rimane alla Lombardia, seguita da Veneto, Toscana e Marche.

Da registrare la crescita complessiva che vede 1057 associati in più a livello nazionale.

La regione con il maggiore numero di volontari che prestano servizio all'interno delle Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale si conferma invece il Veneto, seguito dalla Lombardia che da soli esprimono quasi la metà (49.9%) dei totali dei volontari.

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 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 delle stesse Botteghe del Mondo. Questo è confermato dai dati raccolti nel 2010, in linea con quelli del biennio precedente: con 1062 lavoratori totali (si veda tabella nella pagina successiva) a 4.836 volontari, in media ogni lavoratore può contare sul contributo di 4,5 volontari.

Lavorare per il Commercio Equo e Solidale

Lavoratori e costo del lavoro dei Soci AGICES

Regione	n° organizzazioni			n° lavoratori			Lavoratori e costo del lavoro dei Soci AGICES		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Campania	1	1	1	16	16	18	€ 130.890	€ 147.576	€ 142.257
Emilia Romagna	10	10	11	113	97	98	€ 1.863.428	€ 1.069.770	€ 1.161.058
Friuli Venezia Giulia	1	1	2	4	14	14	€ 46.339	€ 49.821	€ 75.881
Lazio	6	6	6	50	47	58	€ 465.153	€ 434.165	€ 401.981
Liguria	10	9	9	103	111	101	€ 637.149	€ 653.953	€ 708.003
Lombardia	27	27	26	197	194	213	€ 2.090.413	€ 2.094.876	€ 2.163.377
Marche	2	2	2	6	6	6	€ 96.375	€ 116.209	€ 164.696
Piemonte	8	7	7	151	147	144	€ 2.172.891	€ 2.303.554	€ 2.250.593
Puglia	1	1	1	5	2	2	€ 66.494	€ 37.223	€ 54.393
Sardegna	0	1	1	na	2	2	na	€ 23.813	€ 19.016
Sicilia	3	2	1	50	32	22	€ 399.267	€ 66.513	€ 48.040
Toscana	5	5	4	29	37	32	€ 286.035	€ 294.211	€ 190.074
Trentino-Alto Adige	3	3	3	226	217	176	€ 4.038.424	€ 4.040.064	€ 4.350.760
Umbria	4	5	4	23	18	24	€ 68.026	€ 65.316	€ 69.525
Veneto	11	12	12	125	142	152	€ 1.344.381	€ 1.474.308	€ 1.495.070
totali	92	92	90	1098	1082	1062	€ 13.705.265	€ 12.871.372	€ 13.294.723

La spesa per il lavoro a livello aggregato nazionale è aumentata di oltre €420.000 rispetto al 2009, con una crescita significativa del numero di addetti in Trentino Alto Adige, Lombardia, Veneto e Lazio.

Nel 2010, le Organizzazioni equosolidali hanno garantito uno spazio di lavoro a oltre 1.000 persone in tutta Italia, registrando rispetto all'anno precedente una diminuzione di 20 unità.

Tale diminuzione è tuttavia solo apparente. A diminuire infatti è il numero di addetti con "contratti atipici" e/o di breve durata (collaborazioni occasionali e collaborazioni a progetto) e **si consolida invece il numero di addetti e la spesa per contratti di lavoro dipendente**, come emerge dalla tabella successiva.

Le tipologie di contratto e il genere

N° lavoratori

n° lavoratori	2008	2009	2010	2010%
m	423	402	394	37%
f	675	680	668	63%
totale	1098	1082	1062	

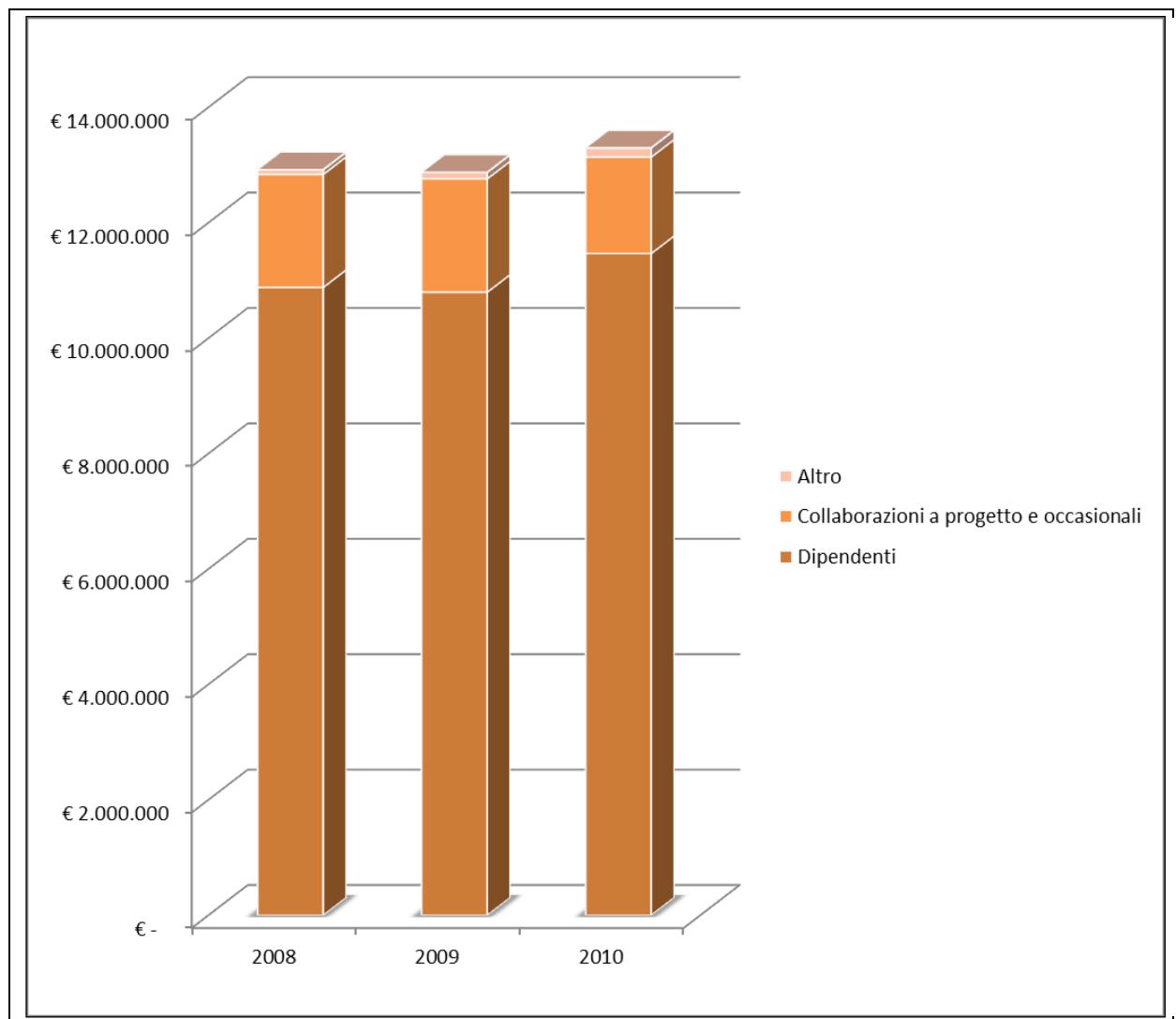
Si conferma la presenza di lavoratrici nel Commercio Equo e Solidale che si mantengono pari al 63% del totale numero lavoratori.

N° lavoratori dipendenti

Dalla tabella successiva emerge che tale percentuale resta invariata anche considerando i soli lavoratori con contratto di lavoro dipendente, a conferma che il ruolo delle donne nelle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale non è relegato a posizioni marginali.

n° lavoratori dipendenti	2008	2009	2010	2010%
m	229	197	211	37%
f	382	356	362	63%
totale	611	553	573	

Le organizzazioni investono in lavoro buono



I dati confermano la volontà delle Organizzazioni di investire in **occupazione stabile**. Considerando la spesa totale del lavoro presso le organizzazioni iscritte al registro AGICES, notiamo che il **lavoro dipendente rappresenta l'86% del costo totale (era l'84% nel 2009)**. Il ricorso a tipologie "contrattuali atipiche" (contratto a progetto, collaborazioni occasionali, ecc.) ammonta invece al 13% del costo totale ed ha subito un calo rispetto all'anno precedente del 15%. Nella categoria "Altro" rientra in modo marginale il lavoro interinale (1% del totale complessivo) e i volontari di servizio civile regionale o nazionale che sono invece aumentati.

Anche come numero di addetti il lavoro dipendente cresce rispetto al 2009 di 20 unità, rappresentando il 54% del totale di 1062 persone coinvolte dal punto di vista lavorativo nel Commercio Equo e Solidale italiano.

Il Commercio Equo resiste e rilancia

Il Commercio Equo e Solidale in Italia, dopo aver superato la crisi economica del 2009 con una sostanziale tenuta delle vendite, ha segnato per il 2010 **una crescita complessiva del 3%**.

Va segnalato che questa crescita è frutto però di variazioni anche significative da regione a regione che ben riflettono un andamento non univoco dello sviluppo economico delle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale.

In altre parole, al variare del contesto economico regionale, della tipologia di prodotti, degli investimenti fatti e di molti altri fattori locali, è variato il tipo di sviluppo e la risposta che le singole organizzazioni sono state in grado di esprimere di fronte alla generalizzata crisi economica.

Confronto dei ricavi totali dei Soci AGICES

Totale Valore dei Ricavi	2008	2009	2010	% 2010-2009
Campania	€ 676.171	€ 679.741	€ 663.163	-2%
Emilia Romagna	€ 4.876.527	€ 4.935.975	€ 5.093.434	3%
Friuli Venezia Giulia	€ 235.667	€ 280.724	€ 381.640	36%
Lazio	€ 2.147.662	€ 2.167.495	€ 1.857.910	-14%
Liguria	€ 3.273.959	€ 2.854.009	€ 2.953.905	4%
Lombardia	€ 11.967.120	€ 11.881.437	€ 12.034.834	1%
Marche	€ 1.354.531	€ 1.777.906	€ 1.502.131	-16%
Piemonte	€ 9.828.477	€ 9.768.864	€ 9.115.462	-7%
Puglia	€ 288.426	€ 289.561	€ 294.666	2%
Sardegna	€ -	€ 132.379	€ 136.573	3%
Sicilia	€ 1.817.659	€ 567.864	€ 422.851	-26%
Toscana	€ 1.305.472	€ 1.325.661	€ 924.216	-30%
Trentino-Alto Adige	€ 36.126.276	€ 35.020.366	€ 38.574.808	10%
Umbria	€ 598.845	€ 454.009	€ 545.565	20%
Veneto	€ 6.530.840	€ 6.992.814	€ 7.234.393	3%
Totali	€ 81.027.633	€ 79.128.806	€ 81.735.549	3%

Note: Le cifre considerano i bilanci di esercizio chiusi il 31 dicembre 2010 o il 30 giugno 2010. Va considerato che 3 Soci hanno chiuso dei bilanci semestrali al fine di cambiare la data di chiusura dell'esercizio (si vedano le note metodologiche). Il totale valore dei ricavi coincide, per le organizzazioni in forma cooperativa con il totale valore della produzione espresso nel conto economico del Bilancio CEE.

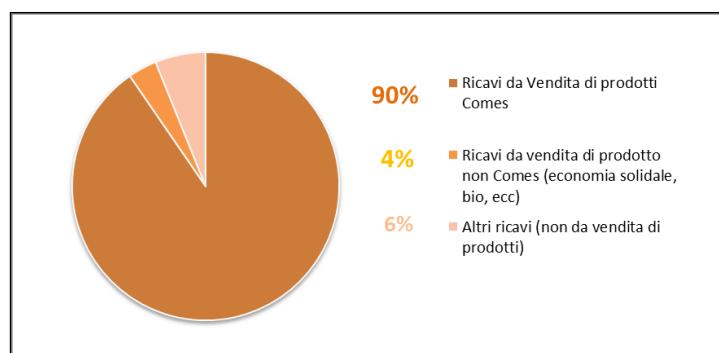
A livello internazionale il Commercio Equo e Solidale mantiene salda una dinamica di espansione: i dati ufficiali di FLO (Fairtrade International) parlano di una crescita del valore al consumo per il soli prodotti certificati del 27% nel 2010 rispetto al 2009, raggiungendo la cifra di 4,36 miliardi di euro.

E la vitalità del Commercio Equo e Solidale mondiale si traduce anche in nuove gamme di prodotti: dall'oro alle scarpe, dal legno alla moda, il catalogo dei prodotti equi cresce e interessa mercati finora mai raggiunti.

Quali prodotti

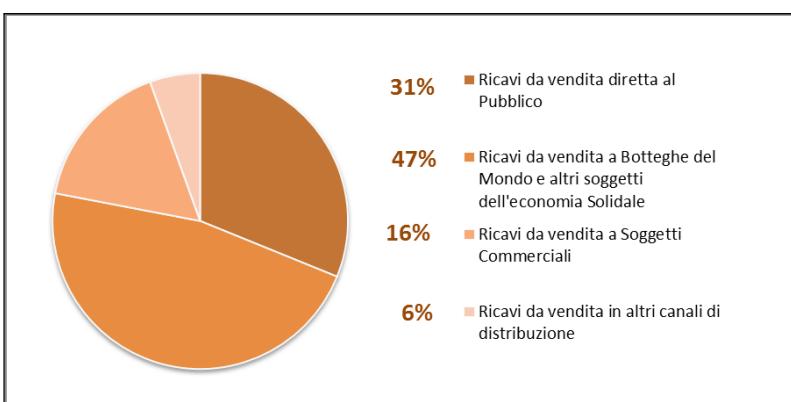
% EQUO Su Totale	2008	2009	2010	% 2010-2009
Campania	86%	84%	85%	1%
Emilia Romagna	88%	89%	90%	1%
Friuli Venezia Giulia	93%	86%	91%	4%
Lazio	84%	88%	86%	-2%
Liguria	74%	78%	78%	0%
Lombardia	87%	89%	90%	1%
Marche	93%	87%	79%	-8%
Piemonte	86%	86%	82%	-4%
Puglia	98%	96%	97%	2%
Sardegna	na	80%	73%	-6%
Sicilia	80%	69%	67%	-2%
Toscana	88%	86%	87%	0%
Trentino-Alto Adige	96%	96%	96%	-1%
Umbria	86%	80%	83%	3%
Veneto	88%	85%	85%	0%
totale	90,6%	90,7%	90,4%	-0,3%

I ricavi da vendita dei soli prodotti di Commercio Equo e Solidale ammontano ad oltre il 90% del totale, mentre il 4% deriva da vendita di prodotti di economia solidale. Solo il 6% dei ricavi è dovuto servizi resi (commerciali o educativi) o a progetti svolti in collaborazione con enti pubblici e privati.



La scomposizione delle vendite per canali distributivi mostra che i prodotti equi commercializzati dalle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale continuano a raggiungere i consumatori in gran parte in modo diretto (31% nel 2010 contro il 35% nel 2009) o attraverso le Botteghe del Mondo o altre organizzazioni dell'economia solidale (47% 2010 contro il 46% del 2009).

Le vendite attraverso i canali commerciali "tradizionali" o altri canali di distribuzione (come ad esempio la regalistica aziendale) sono cresciute passando rispettivamente dal 14% al 16% e dal 5% al 6%.



In diretta dal Sud del mondo

Importazioni dirette dei Soci AGICES dai produttori di Commercio Equo e Solidale.

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.

Tra i Soci AGICES alcune realtà si occupano esclusivamente di importare prodotti dal Sud del Mondo – si tratta delle “Centrali di Importazione” come Ctm Altromercato, Equomercato, Liberomondo, Altra Qualità e RAM. Le altre organizzazioni si occupano principalmente di vendere nelle Botteghe del Mondo i prodotti acquistati da queste organizzazioni, ma in molti casi (come si vede dalla tabella) hanno anche sviluppato alcuni progetti di gestione diretta del rapporto con alcuni produttori del Sud del Mondo.

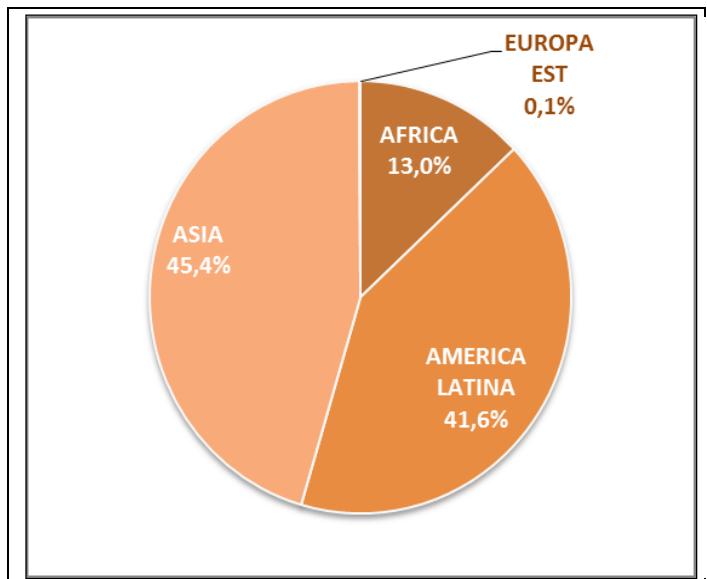
Il dato complessivo delle importazioni che emerge per il 2010 è nettamente positivo e si registra un aumento del 19% rispetto al 2009, sebbene con alcune differenze tra le diverse organizzazioni.

Da rilevare che complessivamente la compagine sociale di AGICES, al venir meno di alcune organizzazioni che tradizionalmente svolgevano importazione, ha ben trovato al proprio interno nuove capacità di sviluppo.

Mentre il 2009 aveva segnato un momento di diminuzione degli acquisti per la maggior parte delle organizzazioni, i dati del 2010 segnano quindi una ripresa importante che riporta quasi tutti gli operatori ai livelli precedenti (Rif. anno 2008).

Organizzazione	2008	2009	2010	2010/2009
ALTRA QUALITA'	€ 732.054	€ 602.027	€ 645.154	7%
CHICO MENDES	€ 11.168	€ 11.319	€ 13.202	17%
COMMERCIO ALTERNATIVO	€ 1.487.497	na	na	na
CONSORZIO CTM ALTROMERCATO	€ 8.892.805	€ 9.065.332	€ 10.627.466	17%
COSE DELL'ALTRO MONDO	€ 8.294	na	na	na
EMPORIO EQUO SOLIDALE	€ 22.645	€ 22.813	na	na
EQUO MERCATO	€ 327.422	€ 364.656	€ 452.098	24%
LA BOTTEGA DELLA SOLIDARIETA'	€ 35.736	€ 25.150	€ 41.627	66%
LA BOTTEGA SOLIDALE	€ 10.371	€ 7.875	€ 3.557	-55%
LIBEROMONDO	€ 1.477.294	€ 1.046.856	€ 1.391.459	33%
MACONDÒ COMMERCIO EQUO E SOLIDALE	€ 72.422	na	na	na
MONDO SOLIDALE	€ -	€ 92.834	€ 88.466	-5%
NAZCA	€ -	€ -	€ 105.774	na
PACE E SVILUPPO	€ 63.157	€ 121.895	€ 107.163	-12%
PANGEA-NIENTE TROPPO	€ 7.948	€ 6.262	€ 6.476	3%
RAGGIO VERDE	€ 174.068	€ 160.853	€ 177.959	11%
RAM	€ 57.771	€ 45.080	€ 20.194	-55%
RAVINALA	€ 194.620	€ 80.335	€ 102.128	27%
VILLAGGIO GLOBALE	€ -	€ 1.250	€ 3.694	196%
WIPALA	€ 14.141	€ 11.588	€ 46.365	300%
	€ 13.589.412	€ 11.666.126	€ 13.832.783	19%

La suddivisione degli importi di acquisti per continente ci mostra una situazione in cui Asia e Americo Latina rappresentano l'87% delle importazioni totali.



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 dell'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

Valore importazioni	2008	2009	2010	2010/2009
AFRICA	13,3%	12,0%	13,0%	1,0%
AMERICA LATINA	41,3%	38,8%	41,6%	2,7%
ASIA	45,3%	49,0%	45,4%	-3,7%
EUROPA EST	0,1%	0,2%	0,1%	-0,1%

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, ecc.) o informali (comunità, famiglie, ecc.) per la produzione e commercializzazione di prodotti di artigianato e alimentari. Spesso questi gruppi si strutturano in organizzazioni più grandi, di secondo livello, per la gestione dei rapporti e delle pratiche legate alle esportazioni e che quindi emettono i documenti di vendita.

In questo Rapporto Annuale riportiamo quindi solo il numero di queste tipologie di Organizzazioni (quelle con cui i nostri Soci si relazionano commercialmente), ben consci che dietro a questi numeri si nascondono decine, a volte centinaia di piccoli gruppi di base.

I dati del triennio evidenziano una crescita complessiva, con una piccola flessione nel numero di organizzazioni di produttori attive nel 2010 rispetto al 2009. Va detto che molti prodotti hanno una periodicità di acquisto superiore ai 12 mesi, motivo per cui è importante esaminare e considerare i dati anche in un'ottica pluriennale.

Produttori	2008	2009	2010
Africa	40	47	41
America Latina	59	62	59
Asia	72	73	78
Europa Est	1	1	1
totali	172	183	179

Ma la relazione si esprime anche con le **106 di visite** che le organizzazioni iscritte al Registro AGICES hanno svolto nel 2010 presso i produttori e che ben rappresentano il legame diretto e l'impegno che si esprime non solo in un rapporto economico ma in una relazione continuativa.

Educazione

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 e 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.

n° ore	2008	2009	2010	2010/2009
Campania	97	45	100	122%
Emilia Romagna	831	640	1.115	74%
Friuli Venezia Giulia	80	54	230	326%
Lazio	715	966	927	-4%
Liguria	1.212	987	1.616	64%
Lombardia	3.167	3.200	2.615	-18%
Marche	382	121	220	82%
Piemonte	826	1.043	408	-61%
Puglia	325	370	348	-6%
Sardegna	na	180	24	-87%
Sicilia	416	42	30	-29%
Toscana	520	458	261	-43%
Trentino-Alto Adige	7.714	1.456	1.051	-28%
Umbria	1.116	658	948	44%
Veneto	1.529	1.522	1.379	-9%
totale	18.930	11.742	11.271	-4%

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 ancora la Lombardia che, nonostante una flessione, ne mantiene alto il numero (2.615), seguita dalla Regione Liguria

(1.616) che scalza il Veneto (1.379) dal secondo posto.

Rilevanti sono anche i monte ore espressi da Emilia Romagna, Lazio e Umbria.

Ogni anno le Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale, grazie al ricavato della vendita dei prodotti, finanziano le attività info-educative, di sensibilizzazione e formazione.

La spesa per lo svolgimento di queste 11.271 ore ammonta per il 2010 a €980.775 **segnando una crescita del 4%.**

Spese	2008	2009	2010	2010/2009
Campania	€ 1.334	€ 5.047	€ 1.836	-64%
Emilia Romagna	€ 136.526	€ 62.788	€ 73.155	17%
Friuli Venezia Giulia	€ 9.000	€ 2.556	€ 4.378	71%
Lazio	€ 105.694	€ 72.523	€ 105.168	45%
Liguria	€ 123.085	€ 95.521	€ 155.006	62%
Lombardia	€ 129.521	€ 123.552	€ 100.543	-19%
Marche	€ 10.727	€ 13.750	€ 15.943	16%
Piemonte	€ 91.756	€ 34.298	€ 91.070	166%
Puglia	€ 2.500	€ 2.000	€ 1.400	-30%
Sardegna	na	€ 1.800	€ 720	-60%
Sicilia	€ 23.561	€ 3.000	€ 800	-73%
Toscana	€ 15.360	€ 13.083	€ 3.450	-74%
Trentino-Alto Adige	€ 243.025	€ 210.238	€ 170.042	-19%
Umbria	€ 56.870	€ 45.521	€ 48.070	6%
Veneto	€ 186.689	€ 255.667	€ 209.195	-18%
totale	€ 1.135.647	€ 941.344	€ 980.775	4%

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'OPPORTUNITÀ

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.

Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale

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, tantomeno 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 aumentandone l'accesso al mercato, rafforzando le organizzazioni di produttori, pagando un prezzo migliore ed assicurando continuità 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 di 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 organizzazioni 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 indeboliscono 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, promuovendo 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, feedback 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 partecipazione 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 no-profit, 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 Commercio 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.

1. 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
2. L'elaborazione dei prodotti trasformati, laddove ne esistano le condizioni, dovrebbe avvenire nei Paesi d'origine.
3. 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.
4. I prodotti trasformati devono riportare in etichetta la dicitura: "Totale ingredienti del Commercio Equo e Solidale: %"
5. 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.



AGICES

ASSEMBLEA GENERALE ITALIANA
DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

AGICES
Assemblea Generale Italiana
Commercio Equo e Solidale

Via Arezzo, 6 00161 Roma
Tel/Fax (+39) 06 44 29 08 15

segreteria@agices.org

www.agices.org
www.facebook.com/agices

Sistema di controllo delle Organizzazioni Italiane del Commercio Equo e Solidale certificato a ICEA.Rif. CES001 del 21/10/2009

“ Contro la corrente,
tutti i giorni ”



www.agices.org



AGICES è socia di WFTO
World Fair Trade Organization
www.wfto.com