

“Visibilità, rappresentanza dei soci e comunicazione, per avvicinare ‘altri mondi’”: il ruolo di Agices secondo il presidente Alessandro Franceschini

il valore aggiunto del commercio equo

“La caratteristica fondamentale del commercio equo è che in tutti questi anni si è confrontato col mercato,

ma con regole diverse da quelle di mercato. Con l'idea che in ognuno dei prodotti che vende dovesse esserci un elemento di riscatto sociale forte. Questa è la nostra natura”.

Alessandro Franceschini ha 39 anni e lavora nel *fair trade* dai tempi del servizio civile. Per anni è stato presidente della cooperativa Pace e sviluppo di Treviso, 12 botteghe sul territorio e la bellezza di 300 volontari a condurle. È stato anche nel cda dell'importatore Ctm altromercato. Da giugno 2010 è al vertice di Agices (Assemblea generale del commercio equo e solidale): l'associazione di categoria che dal 2003 raggruppa le organizzazioni del *fair trade* italiano aderenti alla carta dei criteri elaborata nel 1999. Il 23 ottobre, a Firenze, sarà per Alessandro la prima assemblea da presidente.

“Abbiamo fatto una valutazione dello stato di salute dell'assemblea e delle prospettive di medio e lungo periodo rispetto alla sua *mission*.”

Per tutto il direttivo sarà l'assemblea di inizio mandato, e ai soci sottoporremo un documento di indirizzo, programmatico, per i prossimi 3 anni. Contiene due priorità: i conti dell'associazione e l'allargamento della base sociale. Rispetto alla prima, i

soci dovranno affrontare un problema contingente: la sostenibilità economica dell'associazione, che oggi si basa sulle quote versate dagli appartenenti, in funzione del loro fatturato.

Dovremo studiare un modo per ridurre i costi ed aumentare le entrate,

“La rappresentanza non è mai scontata. Agices è unica perché altrove i rapporti

tra chi importa e chi vende sono contrattuali, o al massimo esistono associazioni di botteghe.

In Italia abbiamo ‘deciso di decidere’ assieme sul futuro del nostro *fair trade*.”

Agices è quindi una struttura di autogoverno, di scrittura delle regole e del controllo del loro rispetto. Non solo quindi rappresentanza verso l'esterno, ma garanzia anche verso i soci. Un commercio equo che punta sull'organizzazione, non sul prodotto”.

Un sistema che ha dei costi. “E per questo, tra le varie ipotesi, stiamo pensando a una forma di finanziamento che passi dallo scontrino e quindi dal prezzo trasparente dei prodotti. Una sorta di ‘costo di sistema’ esplicito, che ribadisca l'importanza del nostro sistema di monitoraggio. Ne va della credibilità di tutti”.

Tuttavia oggi i soci di Agices sono in calo.

“Contiamo 90 soci. Rappresentiamo quindi meno della metà delle organizzazioni italiane, ma oltre il 50% in

termini di fatturato. Il nuovo direttivo vuole invertire questa tendenza. Molti sono usciti da Agices perché i requisiti per l'ingresso sono molto stringenti. Dopo tanti anni forse possono essere rivalutati sulla base dell'evoluzione del nostro movimento.

90

le realtà del comparto equo-solidale socie di Agices; sono meno della metà



Franceschini ritratto durante “Quattro passi”, la fiera promossa da Pace e sviluppo. Dal 2007 è anche vice-presidente di Altra Economia soc. coop.

senza incidere solo sulle quote. Ad esempio, attraverso la ricerca fondi o l'erogazione di servizi”.

Agices è un caso unico al mondo: importatori e botteghe del mondo che si siedono allo stesso tavolo.

registro per botteghe e importatori

Agices è l'associazione depositaria della Carta italiana dei criteri del commercio equo e solidale, il documento fondativo che raccoglie i principi del *fair trade*: la potete scaricare dal sito www.agices.org. Nel corso degli ultimi anni, ha reso pienamente operativo il sistema di valutazione elaborato nel corso degli anni, che nel corso del 2009 è stato riconosciuto da Icea, Istituto per la certificazione etica e ambientale, una delle realtà più autorevoli nel panorama italiano. In base a periodiche missioni di valutazione, Agices certifica che tutti i soci soddisfino i requisiti "fondamentali" e "importanti" enunciati nella Carta, quelli che permettono di iscriversi al Registro italiano delle organizzazioni di commercio equo e solidale.



La domanda che ci poniamo però è: perché un'organizzazione dovrebbe diventare nostra socia? D'altra parte, si tratta di pagare una quota, essere controllati nel proprio lavoro. Qual è dunque il vantaggio pratico? La risposta è proprio fare parte del sistema. La scommessa è sulla credibilità, sull'idea che un sistema di questo tipo garantisca tutti.

D'altra parte, a livello normativo si va in questa direzione. Nove Regioni hanno approvato leggi di sostegno al commercio equo. La maggior parte di queste fa riferimento al rispetto della Carta dei criteri come requisito per ricevere fondi. È una forma di garanzia anche rispetto ai consumatori: se vogliamo uscire dalla cerchia dei 'fedeli' del commercio equo dobbiamo puntare su questa credibilità. Ovvero: quando entro in una bottega del mondo entro in un sistema controllato. Anche per questo chiediamo a tutti i nostri soci di utilizzare il nostro marchio, ma non sui prodotti, bensì sulle vetrine, nella carta intestata, sui siti web".

Quali sono i rapporti con le istituzioni internazionali, come l'Organizzazione mondiale del commercio equo (Wfto)?

"Agices è socia dell'Organizzazione, partecipiamo a quel percorso. Wfto guarda con grande interesse ad Agices, proprio in virtù di questa 'armonia' tra botteghe e

importatori (anche per questo siamo stati incaricati di valutare un potenziale nuovo socio di Wfto in Francia). A livello globale c'è un grande dibattito sul commercio equo: e in Italia siamo stati e saremo in grado di arrivare alle assemblee internazionali (la prossima sarà a Cordoba, a ottobre) con una posizione comune. È un fatto inedito altrove".

Quali sono gli obiettivi strategici di Agices?

"Abbiamo speso molto per costituire il nostro sistema di monitoraggio. Oggi vogliamo tornare a concentrarci su un lavoro di rappresentanza. Agices deve essere da un lato il soggetto che favorisce il dibattito interno sulle regole e i criteri, dall'altro il soggetto politico interlocutore per le istituzioni, ogni volta che si parla di commercio equo. Si tratta quindi di valorizzare l'esperienza interna, a partire dai dati e con comunicati, per poi essere il riferimento con l'esterno. Dopo l'insediamento del nuovo direttivo abbiamo mandato una lettera alle maggiori istituzioni. Non l'avevamo mai fatto prima: ci ha risposto addirittura il Presidente della Repubblica. Nessun altro soggetto del *fair trade* può avere questo ruolo, che mira a favorire il dibattito lontano da condizionamenti commerciali. Per far questo, dovremo necessariamente

rafforzare il rapporto coi soci, renderlo più vivo e dinamico. E fare molta comunicazione: abbiamo la fortuna di avere molti dati, di poterli aggregare, di poter fare realmente una fotografia del movimento del commercio equo italiano".

E il rapporto con le istituzioni?

"Dobbiamo andare oltre il sia pur notevole risultato delle leggi regionali. Non ha senso che percorrendo i pochi chilometri che separano Novi Ligure, in Piemonte, dalla Liguria, il commercio equo cambi di definizione e significato. Dobbiamo puntare a una legge nazionale, riprendendo il cammino anche con i certificatori di FairTrade Italia: una legge che riconosca i marchi e le organizzazioni. Alcune regioni sono molto avanti: tutelano le organizzazioni, le finanziano.

Come affrontare il tema della grande distribuzione?

"Non basta vendere prodotti del commercio equo per essere organizzazioni di commercio equo. Un supermercato non sarà mai considerato alla stregua di una bottega. Tuttavia, il fatto di trovare prodotti del *fair trade* al super può supportare le organizzazioni, in termini di visibilità".

Qual è lo stato di salute del commercio equo italiano?

"Di fronte alla crisi generalizzata dei consumi, oggi emergono le differenze tra

_26

chi ha fatto scelte lungimiranti e chi ne ha fatte di meno sostenibili. Ci sono senz'altro problemi a livello economico, su tutta la filiera. Negli ultimi anni le botteghe hanno cercato di differenziare molto la loro proposta commerciale -penso al *vending*, al catering, alla regalistica aziendale-, ma non tutti i tentativi sono andati a buon fine. Non solo: scontiamo una certa incapacità di rinnovarci sul fronte dei prodotti, la rete

distributiva invecchia ed è un colabrodo dal punto di vista geografico. Infine, faticiamo anche ad avere un rinnovamento della 'classe dirigente', ed è difficile attrarre forze nuove. Dall'altra parte però, permangono aspetti estremamente positivi. Il commercio equo ha potenzialità che nessun altro attore dell'economia solidale può avere, perché ha

86

milioni di euro, il fatturato 2008 delle realtà socie di Agices

una visione d'insieme, ha una sede fisica, è una sintesi tra tanti temi. Oggi più che mai la bottega può essere luogo dove si propongono comportamenti virtuosi, sempre più anche rispetto al Nord del mondo, oltre che al Sud. Oggi il commercio equo si interroga su dove vuole andare: Agices potrebbe essere il soggetto che tira le fila di questa riflessione".

DAL 15 AL 17 OTTOBRE, IN UMBRIA, LA FIERA PIÙ GOLOSA DELL'EQUO

un altro cioccolato

Golosi equi di tutta Italia, riunitevi sul Trasimeno.

Sulle rive del lago va in scena la nona edizione di "Altrocioccolato", l'ormai tradizionale appuntamento di promozione del cacao e derivati equi e solidali, in scena dal 15 al 17 ottobre (www.altrocioccolato.org). Come ogni anno, organizza Umbria equosolidale, l'associazione che raggruppa le sette realtà ombre di commercio equo, presenti con le loro botteghe a Perugia, Città di Castello, Assisi, Orvieto, Marsciano, Gubbio, Umbertide, Terni. Dopo 8 anni, la manifestazione si sposta da Gubbio all'altrettanto splendido borgo di Castiglione del Lago (il Trasimeno, appunto). Una decisione, ci spiega Guido Colla, presidente di Umbria equosolidale e referente per la bottega di Marsciano, dovuta a due ragioni: "Il Trasimeno è una zona dove non ci sono punti vendita del commercio equo. Vorremo, in questi 3 giorni, mettere la pulce nell'orecchio alla gente del posto, per spingere loro ad attivarsi. Ed è una zona molto più facilmente raggiungibile, un ottimo

'bacino' compreso tra Siena e Perugia". Confermate le presenze dello scorso anno: importatori del commercio equo, produttori del Sud del mondo e botteghe. La novità è un mercato di produttori agricoli locali. Il programma culturale metterà al centro il tema della biodiversità, "ma anche quello della 'diversità' e della 'diversabilità' -spiega Guido-. Abbiamo organizzato mostre fotografiche, eventi e la proiezione di film sul disagio mentale, sul quale lavorano molte delle cooperative impegnate nel commercio equo umbro". Lo scorso anno visitarono Altrocioccolato oltre 20mila persone: "Puntiamo a ripetere il successo degli scorsi anni. Anche per questo abbiamo investito maggiormente in comunicazione". Nel corso della manifestazione, il 16 ottobre, verrà celebrata la giornata regionale del commercio equo, prevista dalla legge che l'Umbria ha dedicato al *fair trade*, tra le



prime in Italia. Una legge che ha permesso tra l'altro all'associazione Umbria equosolidale di lavorare molto nelle scuole, con oltre 200 interventi l'anno nelle classi. Come ogni anno Altrocioccolato è il controaltare naturale a Eurochocolate, la *kermesse* delle maggiori multinazionali del cacao, a partire da Nestlé (www.eurochocolate.com). La manifestazione si tiene a Perugia tra il 15 e il 24 ottobre, per la 17° edizione. L'invasiva campagna di comunicazione fa leva su uno slogan dal significato incerto "Zip: viaggio lampo nel mondo del cioccolato". Noi preferiamo la lentezza.

una nuova idea di moda

Altromercato investe nelle filiere tessili equosolidali: catene produttive in cui ogni passaggio, dalla coltivazione del cotone al confezionamento del capo, è realizzato da produttori che operano secondo i criteri del *fair trade*. Al primo esperimento delle t-shirt "made in Argentina", lanciate nel 2006 con la campagna "Tessere il Futuro", ha fatto seguito una fase importante di riprogettazione organizzativa e

commerciale, che oggi vede arrivare in bottega i suoi primi frutti: miniabiti in *jersey* disegnati e confezionati dalla cooperativa Textiles di Pigué, una fabbrica recuperata dagli operai dopo la fuga del padrone ai tempi della crisi, con il cotone organico coltivato dai contadini dell'Unión Campesina nella regione del Chaco, nel Nord del Paese (www.cadenatextil.com). L'arrivo di nuovi capi è previsto per la primavera 2011, ma

già a novembre appariranno felpe e polo (da donna e da uomo) di un'altra filiera in costruzione nel continente asiatico. Provengono da Rajlakshmi Cotton Mills Pvt. Ltd, una società indiana già attiva nel panorama mondiale del commercio equo che segue tutti i passaggi, dalla coltivazione del cotone biologico al confezionamento (rajlakshmi.com). Con questo progetto pilota si gettano le basi di un'iniziativa più ampia, finanziata dalla Commissione europea, che mira a mettere in rete diverse realtà

di coltivazione e produzione tessile sul territorio indiano. Le nuove filiere tessili di Ctm Altromercato prevedono l'impiego di cotone da agricoltura biologica, ma in futuro anche di lana e alpaca, e il coinvolgimento di realtà produttive manifatturiere (semi-industriali) per la realizzazione di capi d'abbigliamento equosolidali ed ecologici su scala più allargata, tali da consentire la creazione di linee ad hoc per la diffusione attraverso canali distributivi alternativi alle botteghe. (sb)

Una raccoglitrice di tè, in una piantagione di foglie equo solidali.
In basso a destra, le borse prodotte a Scampia, dalla cooperativa "La Roccia"; a sinistra, la home page del sito internet della Cadena Textil Solidaria, progetto argentino sviluppato da Ctm Altromercato

27_

DAL 2 AL 17 OTTOBRE, LE BOTTEGHE DI CTM IN PIAZZA CON "EQUO PER TUTTI"

se il caffè è *oriented express*

Il commercio equo contagia le piazze. Appuntamento in tutta Italia, dal 2 al 17 ottobre, con "equo per tutti",

la manifestazione promossa da Ctm Altromercato, il consorzio di botteghe del mondo, primo importatore italiano di prodotti del *fair trade*.

Si comincia col caffè, con degustazioni -guidate da esperti- organizzate nelle 350 botteghe socie del consorzio, in numerose stazioni ferroviarie -il 7 e l'8 ottobre, grazie a una *partnership* con Centostazioni- e in 6 punti vendita della multinazionale Fnac (Torino, Genova, Milano, Verona, Roma e Napoli). Si prosegue poi con gli incontri coi produttori del Sud del mondo: in tour per l'Italia ci sarà modo di incontrare Ruth Salditos, fondatrice di Pfitc, che produce lo zucchero di canna Mascobado nelle Filippine, Edmundo Javier Quezada, della cooperativa nicaraguense produttrice di caffè, e Carlos Alberto Valle Perez, della cooperativa Fedecocagua, anch'essa produttrice di caffè in Guatemala. Infine, cena nei ristoranti aderenti al progetto "Il circolo del cibo" (www.circolodelcibo.it) che promuove l'utilizzo di prodotti del *fair trade* nella ristorazione.

Debutterà invece nella stazione di Padova Fs la mostra itinerante "Made in (dignity)", una "mostra fotografica multisensoriale" realizzata grazie



a un progetto cofinanziato dalla Commissione Europea. Quattro aree tematiche con al possibilità di scoprire odori, sapori e forme dei prodotti del Sud del mondo. La mostra sarà esposta anche a Milano (dal 10 al 14 ottobre in stazione Garibaldi, e dal 15 al 17 durante l'evento Kuminda), Napoli (dal 21 ottobre all'inizio di novembre) e Trento (dall'8 al 25 novembre). Nel corso delle due settimane di eventi (il calendario completo, città per città, è su www.equopertutti.it) verrà lanciato anche il concorso fotografico "Oriented Express": ai partecipanti è chiesto di "rappresentare in fotografia la scelta e la degustazione di un buon caffè come gesti etici, con cui difendere il lavoro e i diritti dei produttori". Le immagini dovranno essere inviate tra il 17 ottobre e il 31 gennaio 2011: saranno poi giudicate da una giuria di qualità per l'assegnazione dei premi finali (tra questi, un viaggio di turismo responsabile), che dovrebbe avvenire nel maggio 2011, in concomitanza con la giornata mondiale del commercio equo e solidale. Le migliori 40 foto diverranno poi una mostra. L'edizione di quest'anno di "Equo per tutti" è realizzata in collaborazione con SlowFood Italia, Legambiente, Libera, Aiab, Bioversity International, Current Tv e noi di *Altreconomia*.

le borse di scampia

Tra il caffè e gli altri prodotti del commercio equo, nel tradizionale tendone natalizio di Garabombo quest'anno i milanesi troveranno anche le borse realizzate a Scampia, nella periferia Nord di Napoli. Protagoniste di questa storia, in uno dei quartieri più a rischio della città campana, sono le ragazze della cooperativa "La Roccia", nata sei anni fa all'interno del Centro Alberto Hurtado, che si occupa di formazione e di offrire un'opportunità di crescita culturale e di lavoro ai giovani del quartiere. Inserita all'interno del Centro, la cooperativa "La Roccia" gestisce

una sartoria, nella quale oggi lavorano 6 ragazze, fra i 20 e i 35 anni, che in modo autonomo si occupano di tutte le fasi della produzione, dalla scelta dei tessuti e dei modelli alla realizzazione delle borse. In attesa di costruire una vera e propria rete di distribuzione, le borse sono vendute in occasione di fiere, mercati e grazie all'iniziativa di alcuni volontari: per la prima volta saranno in vendita tra novembre e dicembre al Banco di Garabombo, organizzato da 13 anni dalla cooperativa Chico Mendes di Milano. Per info su date e orari: chicomendes.it (os)



WWW.ALTRECONOMIA.IT

OTTOBRE 2010

**cadena
textil
solidaria**



Our chain begins with the harvest of cotton and ends with clothes confection. It integrates cooperatives of producers and workers under the principles of fair trade and sustainable development.