
AGiCES

ASSEMBLEA GENERALE ITALIANA
DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

RAPPORTO
ANNUALE
2014

Il Commercio
Equo e Solidale
in Italia

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



Indice

Rilanciamo il movimento	pag. 3
L'Equo e Solidale in movimento	pag. 4
Commenti	pag. 7
Tutti i numeri del fair trade italiano	pag. 9
I dati sulle Organizzazioni	pag. 10
La rivoluzione sulle porte	pag. 13
Verso la World Fair Trade Week	pag. 14
Filippine: il dramma e la speranza	pag. 16
Attività di lobbying e advocacy svolte nel corso del 2013	pag. 18
I soci di AGICES	pag. 19
Gli importatori soci di AGICES	pag. 20
La mappa dei soci AGICES	pag. 21

*Pubblicazione a cura di AGICES
(Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo
e Solidale).*

*Testi e dati a cura di:
Eleonora Dal Zotto, Gaga Pignatelli, Pietro Raitano,
Ombretta Sparacino*

*Grafica: Altreconomia
www.altreconomia.it*

Note metodologiche

• I dati sono stati estratti dai moduli di autovalutazione annuali compilati dai soci AGICES, verificati dalla Segreteria del Registro e/o valutati in sede di Audit.

• I dati economici sono riferiti agli esercizi 01/01/2012 – 31/12/2012 tranne che per le 15 organizzazioni per le quali l'esercizio termina il 30 giugno. Per queste sono stati valutati i dati relativi al periodo 01/07/2012 – 31/06/2013.

• I dati 2012 fanno riferimenti alle organizzazioni socie al 31 dicembre 2013 e che quindi hanno compilato il modulo di autovalutazione con i dati relativi all'ultimo esercizio.

I dati delle organizzazioni inadempienti (in seguito sospese e/o cancellate dalla base sociale) non sono quindi compresi.

Nel confrontare i dati dei diversi anni, va tenuto in considerazione che fanno riferimento a basi sociali diverse a causa della variazione della base sociale.



Rilanciamo il movimento

Alessandro Franceschini,
presidente di AGICES

Sono anni non facili per il Movimento italiano del Commercio Equo e Solidale: dopo due decenni di espansione nelle vendite di prodotti sugli scaffali delle nostre botteghe, oggi le Cooperative e le Associazioni che operano sul territorio registrano una preoccupante stasi se non una riduzione del volume delle attività. E se gli ultimi mesi hanno visto un repentino acutizzarsi di problematiche già presenti da tempo, in molti casi il dato economico è stato accompagnato dall'erosione delle riserve accumulate negli anni, con una complessiva perdita di ricchezza del movimento intero. Tra le cause di questa temporanea difficoltà vanno elencati il calo dei consumi nel commercio al dettaglio, scelte strategiche non sempre fortunate, inefficienze interne al sistema di distribuzione, il riproporre schemi già collaudati ma probabilmente inefficaci a fronte di uno scenario sociale ed economico radicalmente mutato e infine la scarsa propensione a uscire dalla difficoltà cercando soluzioni comuni. Conseguenza diretta di tale condizione è la difficoltà a mantenere i livelli occupazionali precedenti e il ricorrere da parte di molte Organizzazioni ad ammortizzatori sociali e ad altre forme di riduzione della spesa a fronte di un calo dei ricavi. E altrettanto dolorose conseguenze si sono sentite nelle comunità di produttori nostri partner in America, Africa e Asia, che hanno visto una riduzione degli ordini da parte delle nostre Organizzazioni, soprattutto nel settore dell'artigianato.

Se il quadro complessivo offre diversi elementi di preoccupazione, è altret-

tanto vero che più numerosi sono gli aspetti che inducono all'ottimismo per i prossimi anni. Perché il movimento del Commercio Equo italiano, con le migliaia di volontari, lavoratori, soci e simpatizzanti, è vitale e capace di trovare strade innovative e formule inedite per ridisegnare il proprio futuro. Gran parte delle idee e riflessioni che troverete nelle prossime pagine - a partire dal documento "L'Equo e Solidale in movimento" e dal dibattito collegato - vogliono contribuire a dare la giusta spinta alle organizzazioni per riportare la nostra attività al centro del dibattito nazionale sui temi dello sviluppo sostenibile e solidale. E di conseguenza per far ripartire i consumi dei prodotti *fair trade* proposti dalle nostre Organizzazioni. Tra gli spunti su cui vorremmo insistere di più vi sono: l'apertura a realtà di economia sociale italiane da affiancare alle proposte dei produttori del Sud del mondo; il rinnovamento del messaggio delle nostre botteghe che chiarisca al consumatore con più nitidezza chi siamo e quali istanze di cambiamento sociale ed economico vogliamo portare avanti; una forte attività da parte di AGICES per rappresentare la categoria a livello istituzionale, anche per raggiungere l'obiettivo di una legge nazionale che tuteli e promuova le Organizzazioni; la necessità di tornare

a fare rete con tutti quei soggetti che a livello locale e nazionale si impegnano per creare nuovi modelli di economia capaci di futuro. Ci sono poi due sfide che vorremmo dessero un preciso segnale della nostra volontà di rilancio comune del movimento: la prima è l'inizio del percorso di integrazione del modello di garanzia certificato di AGICES nel più ampio sistema mondiale della World Fair Trade Organization (WFTO). Un percorso che darà al consumatore garanzie sul controllo della filiera equa dal produttore fino alla cassa della bottega: segnaliamo con orgoglio come l'Italia sia la prima piattaforma nazionale riconosciuta da WFTO per l'integrazione con il sistema mondiale, tanto che a breve le botteghe gestite da soci AGICES potranno esporre sulle proprie vetrine la dicitura "equogaranito" con il logo di WFTO. La seconda sfida è la grande occasione rappresentata dalla World Fair Trade Week che nel maggio 2015 vedrà Milano trasformarsi in capitale mondiale del Commercio Equo con l'assemblea di WFTO (oltre 300 delegati da tutto il mondo, la maggior parte produttori), una fiera internazionale, eventi ed iniziative. Ci aspettano mesi durante i quali dovremo ritrovare l'energia propulsiva per riportare il Commercio Equo in Italia a crescere e svilupparsi.

Il fair trade italiano è vitale e capace di trovare strade innovative e formule inedite per ridisegnare il proprio futuro

4 L'Equo e Solidale in Movimento

Percorsi, evoluzioni, scelte. Idee per ridisegnare insieme la proposta del Commercio Equo italiano fondato sulle Organizzazioni, per renderla il più possibile coerente, uniforme, riconoscibile.

Domanda e risposta

Il movimento del Commercio Equo e Solidale in Italia si fonda soprattutto su una rete di Organizzazioni capaci sia di dare risposte concrete (in termini di prodotti e servizi) a istanze di tipo politico e ideale da parte dei cittadini, sia di proporre sul piano culturale idee e proposte basate su una forma sostenibile di produzione e commercializzazione: vendiamo prodotti proponendo valori, consolidiamo imprese al Sud e al Nord del mondo investendo su attività educative, costruiamo ogni giorno una nuova forma di economia basata su criteri sociali e sulle relazioni umane. Possiamo essere anche visti come un baluardo di democrazia partecipativa, sia perché applichiamo il metodo di partecipazione e condivisione delle scelte all'interno delle nostre Organizzazioni, sia e soprattutto perché, secondo la teoria del "voto con il portafoglio" dimostriamo che la gente scegliendo giorno per giorno un prodotto anziché un altro orienta concretamente l'agire economico ed esercita un gesto concreto di partecipazione in un'ottica di bene comune. La nostra forza è sempre stata quella di offrire risposte concrete alla domanda di giustizia e di sostenibilità di tanti cittadini. Oggi è importante ricalibrare la nostra azione e le nostre risposte rispetto ad uno scenario in rapida evoluzione, per non correre il rischio di affrontare le nuove sfide con proposte inadeguate o linguaggi superati. Da qui l'idea di un Equo e Solidale del futuro che prenda le mosse da quello che già siamo e già facciamo per segnare un'evoluzione

in linea con i cambiamenti dell'oggi. Con l'obiettivo di offrire un'identità complessiva della nostra proposta sia sul fronte commerciale sia sulla proposta politica e culturale.

Il Sud al centro

Come primo obiettivo dobbiamo valorizzare tutti gli elementi innovativi e tutta la nostra esperienza per riportare la voce dei produttori del Sud del mondo al centro del dibattito sulla cooperazione e sull'economia solidale, e più in generale sui modelli di sviluppo.

L'obiettivo è ricreare il legame tra il consumatore italiano e i lavoratori di altri continenti: in questa fase il nostro ruolo specifico può essere quello di far capire come la crisi non sia solo italiana ed europea, ma dipenda da un'iniqua gestione globale delle risorse, del lavoro, delle politiche commerciali: una situazione che accomuna nell'ingiustizia molti cittadini del Nord e del Sud. Il fatto di trovarci anche in Italia in una contingenza difficile può favorire legami con chi vive da decenni situazioni di disagio sistemico e strutturale.

Nelle nostre botteghe dovremmo con maggior forza sottolineare il valore aggiunto dei prodotti e dare voce ai nostri produttori, spazio ai loro racconti, attenzione alle loro richieste.

L'alleanza strategica con l'economia sociale

Partendo proprio dall'esigenza di sostenere e favorire i produttori del Sud del mondo -dal momento che il successo delle nostre Organizzazioni è vitale per molti di loro- vorremmo ampliare ed aggiornare la proposta sulla base di uno scenario economico e sociale in rapida evoluzione a livello nazionale e internazionale. Vorremmo che il nostro Movimento di Organizzazioni si presentasse in futuro come l'avamposto dell'economia sostenibile sul territorio, in rete con i soggetti che propongono comportamenti corretti e giusti sia dal punto di vista sociale che da quello ambientale. Le botteghe dovranno quindi diventare sempre di più dei laboratori di proposte concrete a cui ogni cittadino potrà accedere se sente l'esigenza di costruire un modello di sviluppo più equo e pulito. Questo comporta che l'Organizzazione dovrebbe completare la sua proposta di prodotti e servizi seguendo una precisa direttrice: l'economia sostenibile che crea sviluppo a beneficio dei produttori anche italiani ed europei più marginalizzati e svantaggiati, a salvaguardia del territorio, dell'ambiente. Su questa proposta precisa che vede il Commercio Equo e Solidale "allearsi" con l'economia sociale e civile, già in atto in molte Organizzazioni

Dobbiamo riportare al centro del dibattito sulla cooperazione e sull'economia solidale la nostra voce

ma non in modo uniforme, vediamo una prima fondamentale prospettiva di evoluzione del nostro movimento.

Il fattore novità

Il consumatore che entra in una delle nostre botteghe deve quindi poter contare sul fatto che tutto ciò che compra contribuisce alla costruzione di un'economia nuova fondata sul rispetto del lavoro e sulla sostenibilità sociale ed ambientale del processo produttivo. Economia nuova significa anche riuscire a individuare i comportamenti e le proposte più innovativi che si stanno sviluppando in questi ultimi anni e cominciare un dialogo costruttivo con tutti coloro che si stanno impegnando nel costruire percorsi di economia responsabile e solidale. In fin dei conti in molti ritengono che per uscire da questa crisi occorra cambiare il modello: modello economico, modello delle relazioni, modello istituzionale. Noi possiamo dare un contributo su questo, perché noi siamo già un altro modello, anche se minoritario. È questa la grande valenza politica del movimento del Commercio Equo: la nostra novità sta nella nostra storia. In fin dei conti siamo una prassi di economia giusta e sostenibile già attiva da tre decenni, e siamo una modalità praticabile e replicabile di attuazione delle leggi economiche con criteri diversi: possiamo mettere a disposizione del futuro una storia ed una prassi consolidata ed efficiente, possibilità di riscontro, supporti scientifici e studi sulla nostra attività.

Sostenibili oltre l'Equo

Quindi vorremmo che la nostra proposta fosse chiara e ben definita: noi siamo quelli che proponiamo al consumatore attraverso la vendita di prodotti e servizi una serie di tessere per comporre il mosaico di un'economia nuova, solidale, sostenibile.

Chi entra nelle nostre botteghe deve poter contare su una forte garanzia

Oltre ai prodotti del Commercio Equo garantiti dal nostro sistema di monitoraggio, il cittadino potrà trovare una serie di proposte di economia solidale locale, regionale, nazionale che siano coerenti con i principi del Commercio Equo e che contribuiscano a creare nuovi presupposti nelle relazioni economiche e commerciali. Molte Organizzazioni hanno già avviato esperienze interessanti e innovative in questo senso, altre hanno aperto a prodotti non *fair trade* prevalentemente per questioni di sostenibilità e completamento della gamma di offerta.

Vorremmo invece che a favorire questo percorso comune fosse non un'esigenza di tipo pratico o contingente, ma un'idea politica di evoluzione del nostro movimento che si deve saper confrontare con tutti coloro che cercano di rinnovare l'economia. Per non rischiare di rimanere un'isola più o meno felice che parla ad una ristretta cerchia di consumatori e non cambia i comportamenti complessivi della maggioranza delle persone: abbiamo bisogno di ampliare e consolidare alleanze con altre reti, con altre buone "prassi" di economia ugualmente sostenibili ed efficaci, per creare una piattaforma più ampia in cui il cittadino possa trovare un'alternativa facile da incontrare, visibile, strutturata.

Per fare questo dobbiamo ripartire dalle associazioni e reti già esistenti, da quel poco di lavoro già fatto (reti gas, reti di economia solidale, reti di finanza etica, ecc.) per stabilire modalità e protocolli di collaborazione reciproca.

Botteghe sempre aperte

Questa apertura non è quindi solo di assortimenti e prodotti a scaffale: per diventare "avamposti dell'economia sostenibile" è essenziale che le Organizzazioni e le botteghe eque e solidali si mettano in rete "politicamente" con le altre organizzazioni, i gruppi, i comitati, le aziende e le istituzioni che sul territorio operano nell'ambito dell'economia solidale e dello sviluppo sostenibile. Noi abbiamo delle sedi, dei negozi aperti al pubblico, l'esperienza di persone impegnate ogni giorno come lavoratori e volontari. Abbiamo molti anni di esperienza alle nostre spalle. Tutto questo dobbiamo metterlo a disposizione di altre realtà per costruire tutti insieme percorsi concreti di economia sostenibile e per creare distretti che diventino centri propulsori del cambiamento. E la nostra rete dovrà coniugare questa apertura con il fondamentale obiettivo di una sostenibilità economica complessiva dell'intera filiera, che coinvolga produttori, importatori, botteghe e che ci renda competitivi e capaci di cogliere le esigenze dei nostri consumatori e clienti. Dobbiamo puntare a diventare imprese sociali capaci di creare opportunità di sviluppo per i produttori e di garantire solidità a loro e a tutti i lavoratori, i volontari, soci e clienti delle varie Organizzazioni che hanno creduto e credono nella nostra modalità di costruzione di una economia più equa e giusta.

La prospettiva politica

Dobbiamo poi avere il coraggio di rinsaldare tutta l'attività di vendita

con una prospettiva politica di cambiamento. Negli ultimi anni abbiamo forse perso la capacità come rete di fare una incisiva comunicazione sociale legata alle nostre idee e alla nostra proposta. La nostra forza sta proprio nel coniugare valori con prodotti, idee di cambiamento sociale con proposte di scelte quotidiane. Dobbiamo quindi fare lo sforzo di metterci nei panni dei consumatori che dovrebbero scegliere noi in quanto soggetti che propongono un diverso modello di economia attraverso una specifica fisionomia di acquisto che non ha pari nel mercato italiano. Ma per questo il nostro messaggio deve essere chiaro, originale, univoco. E veicolato in modalità che da un lato ci facciano conoscere come movimento unitario, dall'altro promuovano le nostre proposte commerciali a pubblici sempre più vasti. Un messaggio che quindi muova da istanze di tipo culturale e politico da tradurre poi nell'atto di acquisto nelle nostre botteghe. È in quest'ottica quindi che il Commercio Equo e Solidale del futuro dovrà rinsaldare il legame tra l'attività di impresa commerciale e le istanze politiche e culturali che ci hanno fatto diventare tutto ciò che oggi siamo. Se negli ultimi anni le difficoltà economiche hanno portato numerose Organizzazioni a investire più sulla soluzione di problematiche organizzative e commerciali, il nostro futuro passa per un rilancio dell'azione culturale, politica, sociale del nostro movimento. Ripartire quindi dai valori fondanti, riportarli al centro del dibattito interno alle nostre Organizzazioni (nei consigli direttivi e di amministrazione, nelle basi sociali, tra lavoratori e volontari) per essere ancora portatori di idee innovative nel dibattito sul futuro dei modelli economici.

Una rinnovata azione ed identità

politico sociale del Commercio Equo italiano si potrà ottenere solo tornando come movimento ad occuparci dell'attualità sociale ed economica italiana ed internazionale, e cioè rivolgendo campagne ed azioni ai temi critici del presente. Partendo dai nostri temi tradizionali dovremmo entrare quindi con mani e piedi e testa nei dibattiti sullo sviluppo sostenibile e sulla critica all'attuale sistema economico. I nostri principi e valori, che non sono affatto tramontati, saranno così rinnovati e rafforzati nel confronto con l'attualità e con le istanze dei nostri concittadini/consumatori. E siamo ottimisti sul fatto che –la nostra storia ce lo insegna– questo rilancio dell'idea poi si tradurrà anche in maggiore sostenibilità economica.

Torniamo nelle piazze

Forte di un'identità più riconoscibile e innovativa, il movimento del Commercio Equo deve quindi tornare al centro del dibattito sulle prospettive e sui modelli economici.

Questo vuol dire per tutte le Organizzazioni essere presenti a livello locale nei dibattiti sui distretti di economia solidale, nell'attività dei vari comitati, gruppi e organizzazioni che si battono per la difesa dell'ambiente e della dignità del lavoro. I mezzi per farci conoscere e per far valere le nostre idee non ci mancano: obiettivo importante potrebbe essere quello di utilizzarli per ricominciare a parlare con i ragazzi, per tornare ad alimentare idee e opinioni nelle scuole, sui blog, sugli smartphone. È molto probabile che i giovani di

oggi, spesso tagliati fuori dal mercato del lavoro da un modello economico insostenibile, trovino interessante il dibattito su come creare nuove proposte di economia sostenibile. Fondamentale è anche in questo senso il mantenimento di un dialogo continuo con le Istituzioni dalle amministrazioni locali fino al Parlamento che in molti casi rivelano un interesse verso le nostre istanze maggiore della nostra capacità di proporre campagne, progetti e nuove idee. Tutta la proposta quindi verte su una maggiore apertura e maggior dialogo con la società civile, con le realtà locali e nazionali dell'economia sociale e solidale. La creazione di una rete di relazioni istituzionali costa sicuramente impegno, tempo, risorse: ma l'esperienza della nostra storia ci indica con chiarezza che le realtà che non si sono isolate e hanno investito sulle reti di relazioni hanno saputo attirare persone, creare occasioni di sviluppo anche della propria attività economica. Torniamo quindi nelle piazze reali, in quelle virtuali, in quelle istituzionali. Torniamo a far sentire la nostra voce e i nostri argomenti.

(Il documento completo su <http://equogarantito.org/2014/04/03/lequo-in-movimento-2/>)



Siamo ottimisti sul fatto che questo rilancio dell'idea si tradurrà poi in maggiore sostenibilità economica

Commenti

Ecco gli estratti di alcuni contributi arrivati a commento del nostro documento programmatico

Leonardo Becchetti *Università degli Studi di Roma – “Tor Vergata”*

Ho sempre ritenuto il commercio equosolidale come un'intuizione geniale che opera da tempo nella direzione giusta (riequilibrio delle condizioni sperequate di benessere tra Nord e Sud del mondo che oggi è diventato un problema non solo per gli ultimi del pianeta ma persino per noi) e che rappresenta un esempio illuminato del può generale principio di azione dal basso che, attraverso i meccanismi del voto col portafogliosi propone di riequilibrare i rapporti di forza tra società civile, istituzioni e imprese. (...) Le botteghe devono essere consapevoli di essere protagoniste, al di là delle loro singole sorti, di questa sfida molto più generale e ad essa si devono ricollegare. Finché esisterà un “esercito di riserva” di ultimi (1,2 miliardi sotto soglia povertà di 1,25 dollari al giorno e 2,7 miliardi sotto i due dollari al giorno) il sistema economico sarà un problema per loro ma anche per noi, costretti a competere con costi del lavoro per noi insostenibili e soggetti ad una lunga serie di delocalizzazioni che renderanno sempre più difficile produrre sul nostro territorio. E finché, sul fronte dei riduzionismi, si identificherà l'uomo come un individuo che diventa più felice consumando e guadagnando di più, l'impresa come organizzazione volta alla massimizzazione del profitto e il valore come flusso di ricchezza monetaria non potremo uscire da questo. (...) Le botteghe devono dunque agire su due fronti che ampliano e sono allo stesso tempo coerenti con la mission

originaria. Innovare ideando beni e servizi che identifichino contenuti socio-ambientali nei prodotti (...) e partecipando alle campagne cruciali su cui l'economia civile e solidale sta lavorando in questi anni e sui cui si gioca il nostro destino. (...)

Riccardo Bonacina *Vita – Non profit*

È possibile ri-iniziare, anzi, iniziare, ogni anno, ogni giorno. Hannah Arendt, a questo proposito, cita Sant'Agostino “affinché ci fosse un inizio, l'uomo fu creato”. Questo inizio è sempre e ovunque bell'e pronto, accade sempre. La sua continuità non può essere interrotta, poiché è garantita dal venire al mondo di ogni nuovo essere umano che si ripete nella sua unicità di creazione singolare, nel tempo. E anche dai nostri tentativi di iniziare ogni giorno, quando ci si alza per mettere mano alla giornata e provare a non subirla. Siamo principianti assoluti, canta David Bowie. Ecco, dovremmo prendere sul serio questo suggerimento del “principiare” ogni giorno perché il tempo che viviamo ci impone un cambiamento urgente, necessario. Ci impone di scrivere pagine nuove con il nostro impegno e con il nostro desiderio di giustizia per cambiare un Paese stremato, diseguale, prima che i cambiamenti dell'economia e della politica dello spreco, che comunque avvengono dentro le città e i territori, cambino noi e spengano i nostri desideri e la nostra voglia di fare. Una voglia e un desiderio ancora imponenti. Per questo il vostro documento “L'Equo solidale in Movimento” mi ha molto consolato, perché condivido questa

urgente necessità di metterci tutti in movimento, di rimetterci in cammino, anche rischiando di lasciare porticcioli sicuri, ciò che resta di posizioni di rendita. Sappiamo ormai che al nostro desiderio di cambiamento e di giustizia non ci penserà lo Stato o le istituzioni globali, o ci penseremo noi, mettendoci in gioco senza paura, scrivendo pagine nuove ed uscendo dai recinti, oppure dovremo rassegnarci anche di fronte ai bisogni più urgenti che viviamo e che la realtà ci propone. (...)

Pietro Raitano *Direttore del mensile Altreconomia*

La riflessione proposta da AGICES indica, innanzitutto, un impegno: il commercio equo si interroga sulla sua natura, il suo presente, il suo futuro. Senza tacere errori o, meglio ancora, ammettendo una “caduta di attenzione”. Ovvero: i consumatori sono cambiati, mentre è cambiato poco il movimento del fair trade italiano, pur rimanendo una delle esperienze più significative e innovative del mondo. Guardare con occhi critici verso se stessi è già indicatore di grande maturità, frutto di ormai tre decenni di storia. (...) Semplificando, possiamo affermare che oggi il commercio equo affronta in Italia una perdita di appeal. Per questo è, innanzitutto, onesto riconoscere che alcuni temi legati al rapporto col Sud del mondo sono “passati di moda”. E che alcuni delle tematiche per i quali il *fair trade* era la soluzione ora riguardano anche il Nord del mondo. Da protagonisti della soluzione, i consumatori del Nord di sono

ritrovati a essere parte a far parte del problema. (...) Se il *fair trade* è un grande movimento che fa commercio e politica, allora si tratta di attualizzare strumenti e strategie. Significa ad esempio guardare ai prodotti dell'economia sociale: non solo però per fare margine, ma ascrivendo un ragionamento che diventa fisionomia. Chi entra in bottega è sicuro che tutti prodotti che vi si trovano danno garanzie dal punto di vista sociale e ambientale. (...) In aggiunta a questo, è altrettanto significativo che il commercio equo persegua un rinnovato impegno al dialogo con tutte le altre realtà di economia solidale e del terzo settore, che oggi forse sono disorganizzate, frastagliate e frastornate dalla crisi, ma che ci sono e rappresentano ancora una inestimabile ricchezza. (...)

Elena Viganò Dipartimento di Economia, Società, Politica,

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo
 (...) I rapidi cambiamenti che stanno avvenendo nel nostro Paese sul piano socio-economico e direi anche su quello valoriale richiedono, infatti, la definizione urgente di nuove strategie da parte del movimento del Commercio Equo e Solidale, per la quale la proposta di una chiara linea politica costituisce il primo e indispensabile passo. Strategie che, come sottolinea il Documento, non siano solo di "resistenza", quanto di crescita/uscita dalla nicchia, nella convinzione che è proprio in contesti come quello attuale che trovano spazio e senso costruzioni di valide alternative a meccanismi economici che hanno dimostrato (e stanno dimostrando) tutta la loro insostenibilità. (...) Sul fronte interno, bisognerebbe individuare, in primo luogo, i modelli organizzativi di centrale/Bottega del Mondo che hanno consentito di affrontare meglio le recenti dinamiche

economiche (e relative motivazioni) e, parallelamente, le difficoltà incontrate e i bisogni percepiti a cui si dovrebbe rispondere, sul piano economico e su quello politico-culturale. (...) Un altro aspetto che mi pare importante è quello relativo all'assortimento dei prodotti. Cosa è successo in questi ultimi anni? Evidentemente ogni prodotto ha una sua storia e nasce da un progetto voluto e curato dalle singole organizzazioni, che risponde, peraltro, a obiettivi non esclusivamente economici, per cui non è possibile generalizzare. (...) In questo contesto, si può ancora parlare di crescita/uscita dalla nicchia? Io ribadirei che si deve lavorare per crescere e uscire dalla nicchia, dimostrando che è possibile essere competitivi ed economicamente sostenibili, nel rispetto di certe regole e di certi valori, come sottolinea il documento di AGICES. (...)

Roberto Mancini,

Università di Macerata

Il futuro del commercio equo e solidale. È un aspetto essenziale nel cammino verso un'economia liberante. I protagonisti di questa tradizione di impegno pensano a un rilancio che implichi l'alleanza con chi lavora per un'economia sociale e civile, alla creazione di opportunità di progresso per i produttori e di tutela per i lavoratori, a un più forte contributo a favore della democrazia partecipativa. Ma gli ostacoli sono molti. Anzitutto oggi c'è la necessità di sopravvivere in un contesto economico egemonizzato dalla finanza, nel quale produzione e commercio

di beni diventano secondari. A tale difficoltà si lega la mancanza di una risposta politica alla prepotenza delle oligarchie finanziarie. Lo sfaldamento dei partiti in quanto istituzioni al servizio della democrazia - e di conseguenza l'inadeguatezza dei governi e delle pubbliche amministrazioni - determina la mancanza di interlocutori pubblici. Bisogna inoltre tenere conto del fatto che si è imposta - anche da noi - una povertà di massa, a cui non sono preparate né le istituzioni né il volontariato. Il Sud è ovunque, non è più un riferimento geografico come quando il commercio equo e solidale nacque. A fronte di questi ostacoli, la forza del commercio equo e solidale sta in primo luogo nel tenere viva e diffusa l'esperienza del vero significato della parola "commercio". (...) C'è un salto tra il consumatore e il cittadino, soprattutto se inteso come cittadino del mondo. Il commercio equo e solidale lavora per colmare questo salto. Perciò è essenziale che le botteghe siano centri di iniziativa culturale e civile, soggetti di coordinamento tra le realtà alternative al liberismo. (...)

(I commenti completi su <http://lequogarantito.org/2014/04/03/lequo-in-movimento-2/>)



Le botteghe devono essere una presenza visibile di emersione della coscienza personale e corale

Tutti i numeri del fair trade italiano



9

Eleonora Dal Zotto, coordinatrice di AGICES

Nel corso del 2013 sono state 8 le Organizzazioni che hanno deciso di recedere da socio dell'Associazione soprattutto per motivi economici. Due nuove Organizzazioni sono state ammesse nella compagine soci AGICES, portando quindi il numero delle realtà iscritte al Registro AGICES a 84 (dato al 31 dicembre 2013).

I produttori

Il lavoro di decine di migliaia di produttori è stato retribuito in modo equo. Il numero di organizzazioni di produttori -spesso molto strutturate poiché racchiudono a loro volta numerose organizzazioni di base- è cresciuto da 186 a 199 nel 2012. Complessivamente sono stati importati prodotti per un totale di 13.859.462 euro, con un calo pari al 12% rispetto all'anno precedente, segnato da una considerevole crescita (+18%).

L'America Latina è fortemente caratterizzata dalla produzione legata all'ambito agroindustriale (caffè, banane, cacao, etc). Da sola rappresenta il 50% del totale delle importazioni il cui ammontare è calato del 9%. L'Asia, da cui proviene grossa parte dei prodotti di artigianato e no-food, in genere ha visto le importazioni calare del 16%. Anche le importazioni dal continente africano hanno risentito della crisi accusando un -13%: dato meno rilevante in valore assoluto (rappresentando complessivamente l'11% delle importazioni) ma ugualmente significativo in termini di impatto economico sulle comunità di produttori.

Lavoro, volontari, attività di formazione

Cala anche il numero dei lavoratori e quindi del costo del lavoro sostenuto dalle Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale passando rispettivamente da 1.202 a 1.039 e da 14.357.176 euro a 13.261.035 euro.

Nonostante il calo drastico di entrate da progetti e contributi che vanno tipicamente a sostegno delle attività info-educative sul territorio (si vedano i dati economici), l'impiego di risorse dedicate a questo settore è aumentato nel 2012 in modo significativo passando da 1.569.345 euro a 1.810.697 euro. Diminuisce però il numero di ore che si realizzano (da 9.840 a 8.074,5) in relazione al calo di volontari (da 4.971 a 4.863) e ad una tendenza a utilizzare le risorse disponibili per sviluppare strumenti che consentano di raggiungere un pubblico diverso o più vasto (mostre, video, concorsi, etc) piuttosto che impiegandole in attività di formazione frontale nelle classi.

Fatturati, prodotti, canali di vendita

Dopo 3 anni di crescita in controtendenza, i ricavi delle organizzazioni iscritte al registro AGICES hanno visto nel 2012 un calo del 6%

pari a -4.864.076 euro. Su questo calo contano in modo significativo (il 25%) le mancate entrate da progetti finanziati e contributi (non da vendita di prodotti) che sono diminuite del 23% rispetto all'anno precedente.

La vendita dei prodotti diminuisce quindi del 4%, pari a 3.602.348 euro.

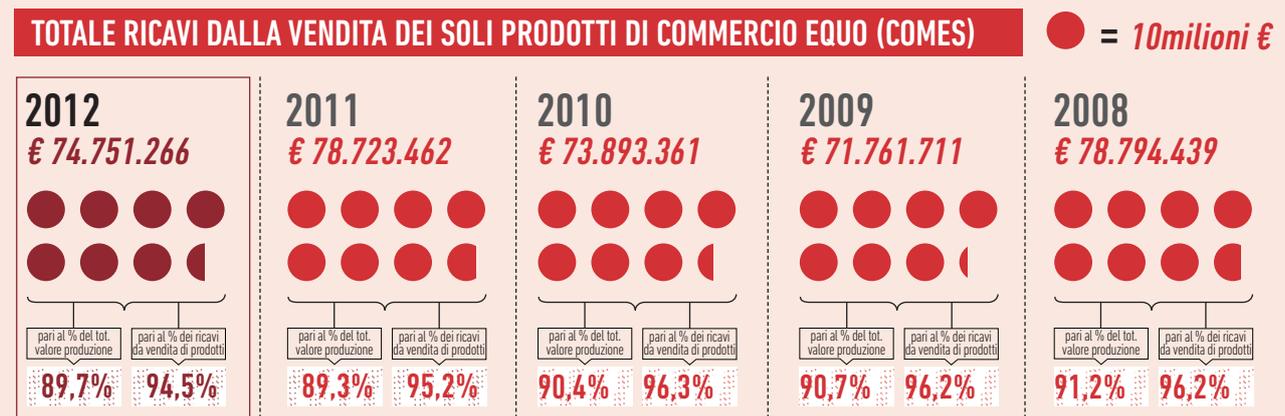
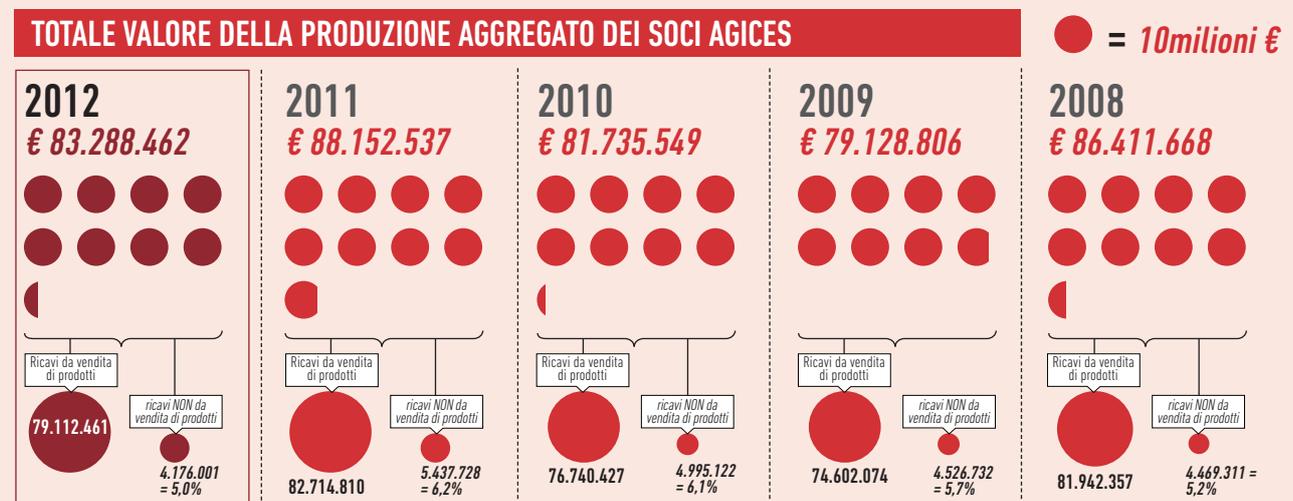
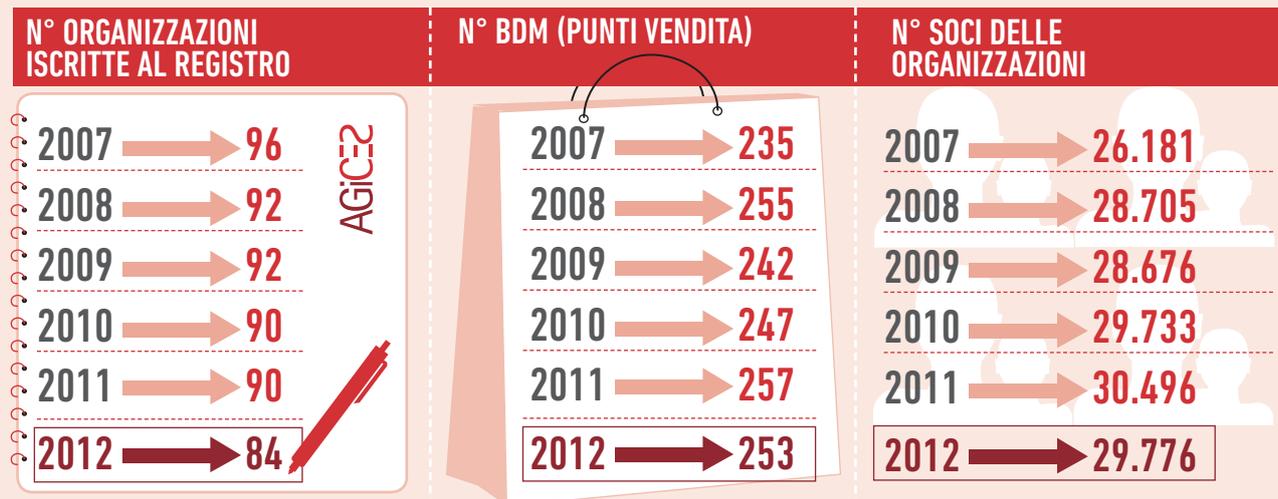
Si conferma anche per il 2012 pressoché costante la tipologia di prodotti venduti passando dal 95,2% al 94,5% di prodotti equosolidali sul totale dei prodotti venduti (il resto delle vendite è riferito a prodotti di economia solidale, "km 0", bio, editoriali, etc).

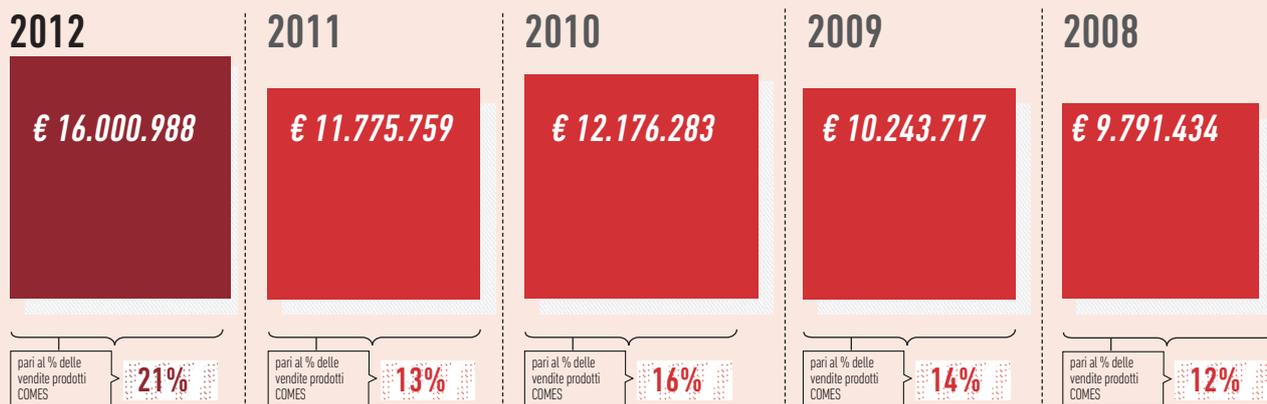
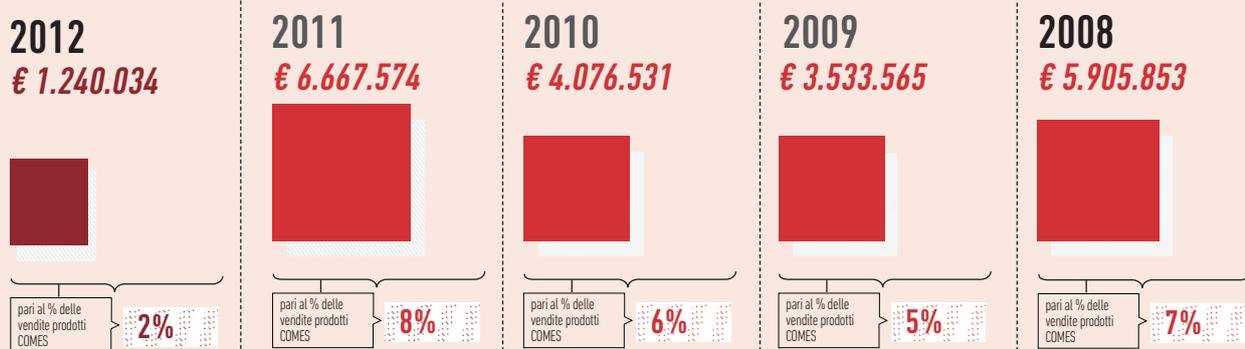
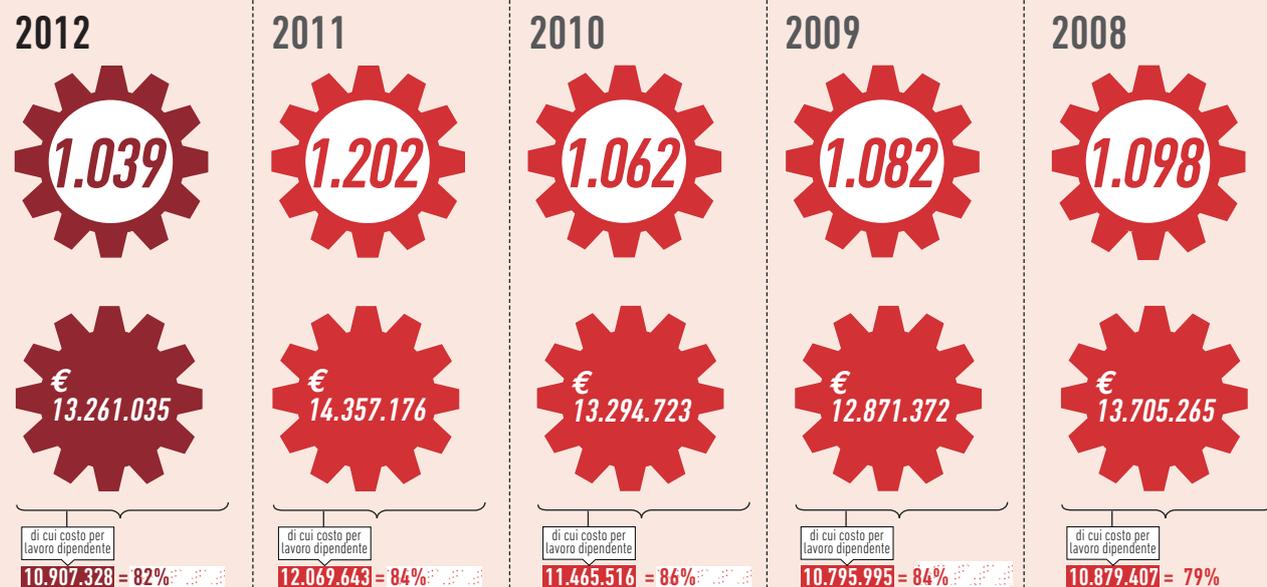
Per quanto riguarda i canali di vendita dei prodotti di Commercio Equo e Solidale, si assiste per il 2012 a una crescita in controtendenza rispetto agli anni precedenti delle vendite presso i canali commerciali tradizionali (supermercati, negozi bio, GDO). Questi da soli rappresentano il 21% delle vendite e risultano essere l'unico canale con un segno positivo (+8%).

Gli altri canali di vendita perdono il 5% (Botteghe del Mondo e altri soggetti di economia solidale) mentre perdono ben l'81% la regalistica aziendale e il *vending*.

Migliaia di produttori nel Sud del mondo retribuiti in modo equo, grazie all'impegno di decine di organizzazioni

10 I dati sulle Organizzazioni, i ricavi e le importazioni



RICAVI DA VENDITA PRODOTTI COMES A CANALI COMMERCIALI "TRADIZIONALI" (NON ECONOMIA SOLIDALE)

VENDITE PRODOTTI COMES AD ALTRI CANALI NON COMMERCIALI (ES: REGALISTICA AZIENDALE)

N° LAVORATORI E COSTO GENERALE DEL LAVORO

N° VOLONTARI DELLE ORGANIZZAZIONI

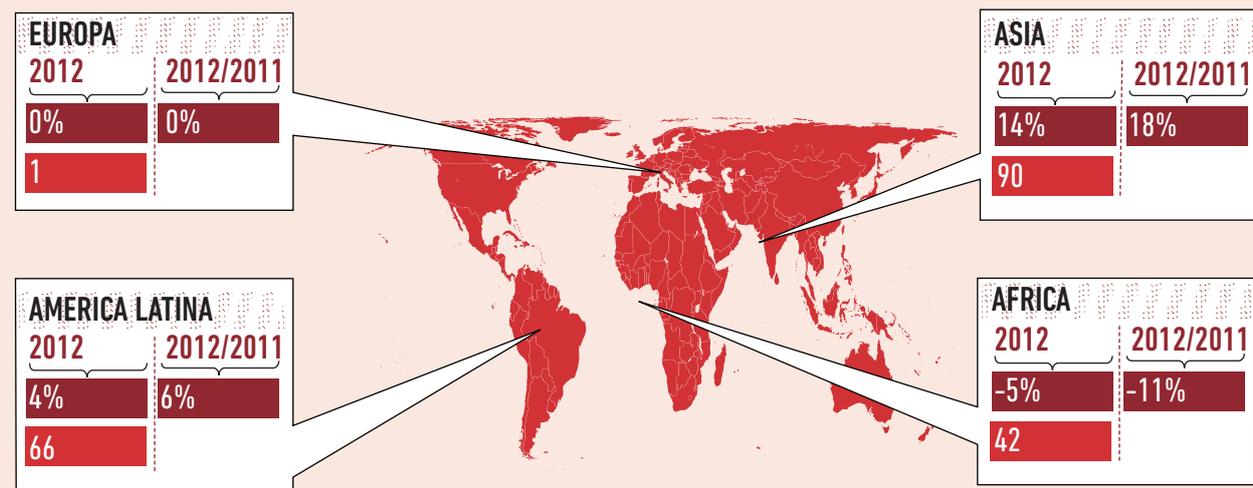

N° ORE DI ATTIVITÀ INFO-EDUCATIVE E SPESA SOSTENUTA



VALORE IMPORTAZIONI



VALORE IMPORTAZIONI % / PRODUTTORI (N°ORG)*



Legenda

■ Valore importazioni % ■ Produttori (n°org)*

* Per organizzazione di produttori si intende l'organizzazione che emette la fattura di vendita.

Si completa con la vetrofania "equogarantito" la filiera di controllo di AGICES, presa a esempio mondiale

La rivoluzione è alle porte. O meglio, sulle porte delle botteghe del Commercio Equo e Solidale d'Italia, che dalla prossima estate inizieranno a ospitare la vetrofania di "equogarantito". Alessandro Franceschini, presidente di AGICES: "Un anno fa, nel maggio 2013 a Rio de Janeiro, in Brasile, l'Organizzazione mondiale del Commercio Equo e Solidale -WFTO- ha stabilito i criteri mondiali secondo i quali un punto vendita può essere definito di *fair trade*. Nacque quindi l'esigenza di trovare un meccanismo di controllo di questi criteri. Da allora quindi WFTO ha cercato interlocutori per sperimentare questi strumenti. Noi italiani siamo stati i primi a raggiungere l'obiettivo di mettere in campo un metodo efficace. Per questo motivo, sarà AGICES a rilasciare alle botteghe dei soci aderenti la vetrofania, che conterrà il logo WFTO e, appunto, la dicitura 'equogarantito', in sostituzione della precedente espressione 'Iscritto al registro AGICES'. I punti vendita interessati sono oltre 230, e si tratta del primo esperimento al mondo, il che riconosce a livello internazionale il valore del 'sistema' AGICES: i nostri criteri di controllo sono stati confrontati con quelli dell'organizzazione internazionale, e in alcuni casi si sono rivelati addirittura più stringenti, ad esempio quando pretendiamo che le organizzazioni siano non profit. Il risultato più importante, però, è che con questo ultimo tassello si completa la filiera di garanzia del commercio equo: dal produttore al punto vendita".

La vetrofania (info sul sito www.equogarantito.org) è stata presentata all'assemblea annuale di AGICES, a Trento, sabato 17 e domenica 18 maggio.

"Questo rapporto fa emergere un generalizzato calo dei fatturati, situazioni di perdita, e per la prima volta una diffusa erosione delle riserve. Un motivo in più per adottare il nostro 'piano di rilancio'. Si vedranno subito dei cambiamenti: tra le iniziative, alleanze col mondo dell'economia solidale, la fusione con Assobotteghe, la spinta per una legge nazionale sul *fair trade*, una grande campagna di comunicazione". Con "equogarantito" AGICES apre un periodo di evoluzione che si completerà con la World Fair Trade Week, che si terrà a Milano dal 23 al 31 maggio 2015. L'occasione è l'assemblea di WFTO, indetta ogni due anni.

La World Fair Trade Organization rappresenta oltre 450 soci, che operano in circa 70 Paesi in tutto il mondo. Ha una sede centrale in Olanda e 5 sedi regionali in Africa, Europa, America Latina, Nord America e Asia. Nata nel 1989, WFTO è l'unica rete mondiale i cui membri rappresentano l'intera filiera degli scambi commerciali, dalla produzione. A Milano saranno attesi oltre 300 delegati da ogni continente,

500 operatori del commercio equo, mille tra soci, volontari e operatori. Contestualmente all'assemblea WFTO si terranno quella 2015 di AGICES e una serie di iniziative: una grande mostra mercato internazionale del *fair trade*, un "symposium" accademico in collaborazione con le università milanesi coordinate dal Politecnico, una sfilata di moda con abiti "equi", cene con prodotti del *fair trade*, convegni e workshop. "La World Fair Trade Week -conclude Franceschini- sarà un'opportunità fondamentale per dare visibilità al movimento equo e solidale italiano, alle sigle con cui le varie organizzazioni socie di AGICES si presentano sul mercato, alle migliaia di volontari e lavoratori che ogni giorno si impegnano per uno sviluppo più solidale e sostenibile. Ci piacerebbe ridare centralità al tema della dignità dei lavoratori e del lavoro ad ogni latitudine. E allo stesso tempo puntiamo a proporre nuove risposte alle esigenze dei cittadini: anche in questo momento di contrazione dei consumi al dettaglio crediamo infatti che il *fair trade* possa essere una soluzione concreta ai bisogni di giustizia sociale e di creazione di economie più solidali che si leva da larghe fasce della popolazione italiana ed europea".

I nostri criteri di controllo in alcuni casi sono anche più stringenti di quelli internazionali di WFTO

14 Verso la World Fair Trade Week

A Milano, dal 23 al 31 maggio 2015, l'appuntamento più importante per il movimento del commercio equo e solidale mondiale

La primavera e l'estate del 2015 vedranno arrivare a Milano milioni di persone da tutto il mondo per visitare Expo e per discutere e confrontarsi sul tema della produzione e della distribuzione di cibo a livello globale, dell'energia pulita e di uno sviluppo sostenibile.

L'Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale (AGICES) ha da subito intravisto in questa occasione un'opportunità per portare all'interno del dibattito le istanze che il nostro Movimento sostiene da almeno trent'anni. Lo facciamo convinti del fatto che il messaggio del Fair Trade possa essere alla base di una revisione del modello di sviluppo in una chiave più convintamente sostenibile e più continuativamente solidale.

Una revisione che vada oltre le petizioni di principio e agisca in un'ottica di strutturale cambio di prospettiva rispetto allo sviluppo economico globale. Siamo infatti convinti che il grande movimento d'opinione nato dalle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale nel mondo -siano essi importatori, produttori, o botteghe- possa dare un contributo non scontato nello sviluppare queste tematiche. Se è facilmente prevedibile che in un evento di questa portata parlino i protagonisti del mercato globale del cibo e delle materie prime, è altrettanto auspicabile che venga data voce anche ai produttori e a chi ha tentato di riscrivere le regole del commercio secondo logiche di sostenibilità sociale e ambientale.



Solo così il dibattito sui temi proposti potrà portare a un reale passo in avanti, senza che questa occasione si riduca a una vetrina di buone pratiche o nella promozione di questo o quel marchio. Il nostro sarà un contributo innovativo fondato sulla grande esperienza che ci ha portato negli anni a creare condizioni di vita dignitose in migliaia di comunità di artigiani e contadini in Asia, America Latina e Africa.

Da questa considerazione è emersa l'esigenza di dare voce anche ai produttori del Sud del mondo: per questo abbiamo voluto che Milano diventasse per una settimana la capitale mondiale del Commercio Equo e Solidale, cogliendo l'occasione per invitare l'Organizzazione

Mondiale del Commercio Equo e Solidale (WFTO) a organizzare insieme a noi proprio a Milano l'assemblea biennale che raduna i produttori e le Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale di tutto il mondo. Grazie anche al grande appoggio del Comune di Milano, da subito partner del progetto, faremo in modo che nel maggio del 2015, in contemporanea con l'Expo, oltre 300 delegati da ogni continente siano presenti per portare la loro esperienza sul tema di quale sviluppo sia più percorribile e in quale modo si possa nutrire il pianeta e creare energia per la vita. Sarà sicuramente un punto di vista originale che potrà apportare un contributo al dibattito che si svolgerà in quei giorni. Accanto all'assemblea mondiale del Commercio Equo organizzeremo una serie di incontri, eventi, manifestazioni che sotto il logo della Fair Trade Week daranno grande visibilità al nostro movimento e alle nostre attività.

Per le Organizzazioni socie di AGICES questa sarà anche un'importante occasione per ridisegnare gli obiettivi e le strategie per i prossimi anni: il Commercio Equo si sta infatti interrogando da tempo sul suo futuro in uno scenario macroeconomico mondiale rapidamente cambiato: uno scenario in cui le problematiche di sviluppo che potevamo individuare a livello geografico con grande precisione non più tardi di vent'anni fa (il Sud del mondo) sono dilagate fino a toccare più o meno tutti i paesi del mon-

do, laddove la distribuzione della ricchezza avviene in modo sempre più ineguale, creando fasce di popolazione lasciate ai margini ad ogni latitudine. Per questo anche il Fair Trade italiano sta cercando delle soluzioni che portino ad un dialogo strutturato con gruppi di produttori marginalizzati che operano in Italia. Vogliamo quindi continuare a riportare il tema del Sud del mondo al centro del dibattito sul tema dello sviluppo, ma lo vogliamo fare creando alleanze e aprendo un dialogo strutturato con chi si occupa di economia sociale in Italia e in Europa: l'occasione del 2015 potrà quindi dare un forte impulso a questo processo di revisione della nostra proposta.

Per noi quindi la FTW sarà un'opportunità fondamentale per dare visibilità al movimento Equo e Solidale Italiano, alle sigle con cui le varie Organizzazioni socie di AGICES si presentano sul mercato, alle migliaia di volontari e lavoratori che ogni giorno si impegnano per uno sviluppo più solidale e sostenibile. Ci piacerebbe ridare centralità

Vogliamo ridare centralità al tema della dignità dei lavoratori e del lavoro

al tema della dignità dei lavoratori e del lavoro ad ogni latitudine. E allo stesso tempo puntiamo a proporre nuove risposte alle esigenze dei cittadini: anche in questo momento di contrazione dei consumi al dettaglio crediamo infatti che il Commercio Equo possa essere una risposta concreta ai bisogni di giustizia sociale e di creazione di economie più solidali che si leva da larghe fasce della popolazione italiana ed europea. E in questo panorama l'Italia ha molto da raccontare anche rispetto al Commercio Equo europeo e a quello degli altri continenti perché siamo da sempre caratterizzati come una presenza capillare sul territorio di organizzazioni che ogni giorno aprono al pubblico centinaia di punti vendita e contemporaneamente vanno nelle piazze a proporre le proprie campagne o entrano nelle classi delle scuole con laboratori

didattici sull'educazione consumo e sullo sviluppo sostenibile.

Invitiamo quindi tutto il movimento del Commercio Equo e tutti soggetti dell'economia sociale e solidale a noi vicini ad avviare un dialogo per fare di quest'occasione una vera possibilità di svolta verso un modello di sviluppo che sia realmente condiviso e sostenibile: saremo a Milano per dare voce ai produttori, per ragionare insieme a loro su possibili vie d'uscita da un modello economico che crea strutturalmente concentrazioni di ricchezze e aumenta i divari: lo faremo portando l'esperienza di decenni di scambi commerciali fondati su criteri di rispetto, dialogo ed equità.
fairtradeweek2015.org

Alessandro Franceschini



Foto: archivio altramerccato

16 Filippine: il dramma e la speranza

Paese ricco di progetti del fair trade, vive una fase difficile.
L'assassinio di Romeo Capalla è un lutto per il movimento equo e solidale mondiale

Romeo Capalla:
Vivere e morire per il commercio equo e la giustizia sociale

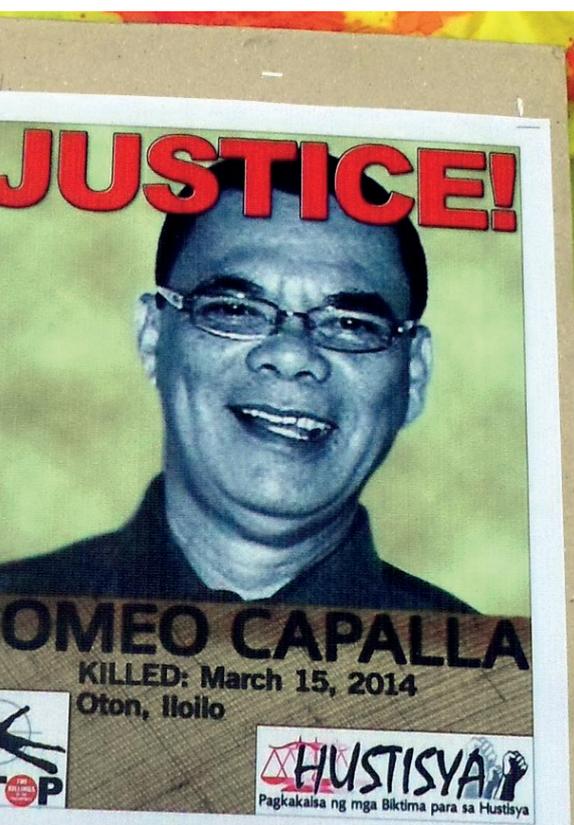
Romeo Robles Capalla, Presidente della organizzazione PFTC (Panay Fair Trade Center), attiva nel Commercio Equo e Solidale (zucchero Mascobado e banane), nell'impegno a fianco di piccoli contadini e braccianti, e nella tutela dei diritti umani, è stato assassinato il 15 marzo 2014 sull'Isola di Panay, nelle Filippine, non lontano dalla sede di PFTC. Poco dopo l'assassinio il mulino di lavorazione dello zucchero di Kama-da (promosso da PFTC e di proprietà di un gruppo di produttori di base di PFTC), ed un camion da trasporto, sono stati incendiati. Romeo aveva 65 anni ("l'età giusta per andare in

pensione", aveva recentemente detto agli amici), e dopo varie esperienze di impegno sociale era approdato nel 1992 a PFTC, del quale era diventato Direttore Generale, e da diversi anni ne era il Presidente. (...)

Che Romeo fosse oggetto di attenzioni minacciose era noto. Già nel 2005 era stato arrestato con l'accusa di appartenenza a gruppi terroristici clandestini, e di violenze perpetrate in tale ruolo. Fu rilasciato dopo 30 giorni di detenzione col riconoscimento che le accuse – formulate da militari e polizia – erano totalmente infondate. Andò peggio a Maria Luisa Posa Dominado – membro del Board di PFTC, già attivista dei diritti umani e lotte sociali, arrestata 5 volte in precedenza durante la dittatura di Marcos - che il 12 Aprile 2007 fu rapita da 3 uomini armati ad Iloilo (capitale dell'isola filippina di Panay) proprio dall'auto di Romeo Capalla, e che non è mai stata ritrovata, andando ad aggiungersi alla lunga lista di desaparecidos, probabilmente causa il loro impegno sociale. Dal luglio 2010 Romeo è la centotantesima vittima che allunga la serie di omicidi di persone impegnate nei diritti umani e nella società civile nelle Filippine. La difficoltà ad individuare i responsabili di tali azioni è da collegarsi alla situazione di un paese in cui la democrazia stenta a consolidarsi. Le Filippine sono il terzo Paese al mondo con il maggior numero di omicidi di giornalisti (Report Killing The Messenger - News Safety Institute). Tante persone della cooperativa PFTC, socia di WFTO, da cui Altromercato importa lo zuc-

chero di canna Mascobado (lavorato nel mulino incendiato) in Europa attraverso il Commercio Equo, sono da anni soggetti a persecuzioni giudiziarie ed accuse che rappresentano una continua intimidazione.

L'assassinio di Romeo Capalla, ucciso a colpi di arma da fuoco davanti alla madre novantenne, è solo l'ultimo di una lunga serie di omicidi extragiudiziali – 169 i casi documentati, già 7 in questi primi mesi del 2014 - avvenuti sotto la presidenza di B. Aquino (eletto nel 2010), che si era aperta con l'impegno di lottare contro la corruzione e la violenza. La maggior parte delle vittime erano contadini, indigeni e lavoratori. Nessuno dei colpevoli è mai stato punito. Nella sua lettera aperta al Presidente delle Filippine Benigno Aquino, scritta in occasione dell'omicidio di Romeo Capalla, l'International Coalition for Human Rights in Philippines ha tra l'altro scritto: "Signor Presidente, siamo in attesa di sentire che voi dichiarate pubblicamente che questi omicidi devono fermarsi ora. Stiamo aspettando la vostra azione decisiva per porre fine all'impunità ora. Stiamo attendendo da voi passi concreti che diano giustizia alle vittime di esecuzioni extragiudiziali e fermino la loro escalation, tra i quali la formazione di un team d'inchiesta indipendente composto da rappresentanti di gruppi per i diritti umani, Chiesa, governo locale e Commissione sui Diritti Umani, che indaghi le ultime esecuzioni extragiudiziali, tra cui quella di Romeo Capalla. Chiediamo ed aspettiamo che voi ordinate, quale comandante in capo dell'esercito



filippino, di fermare la politica militare e la campagna di diffamazione (...) che dà agli agenti statali la licenza per colpire i difensori dei diritti umani e semplici cittadini”.

Domenica 23 marzo ci sono tenuti i funerali di Romeo Capalla, il Presidente di PFTC barbaramente ucciso una settimana prima nella piazza del mercato. Hanno partecipato quasi 6.000 persone che sono arrivate da tutta l'isola di Panay per rendere omaggio a “Romy”, presidente, ex-manager, collega ma soprattutto amico e vicino ai poveri. La pioggia non ha fermato nessuno e molte persone indossavano una maglietta con la scritta “Justice for Romeo Capalla”. La messa è stata celebrata dall'arcivescovo Fernando R. Capalla, il fratello maggiore di Romeo con un'omelia molto toccante; ecco alcuni passi (al link <http://www.al-tromercato.it/notizie-dai-produttori/funerali-per-Romeo-Capalla-PFTC> il testo integrale dell'omelia, in inglese): “Da giovani ci facevamo spesso tre domande fondamentali: chi sono i poveri? Dove sono i poveri? Perché sono poveri? (...) attraverso il suo impegno come direttore di PFTC, che esporta banana chips e zucchero Mascobado in Italia e Germania, Romeo aveva trovato DOVE e COME aiutare le persone povere materialmente, toccando le coscienze dei ricchi e dei potenti che sono poveri moralmente. Fece tutto ciò in modo silenzioso, semplice, umile, riservato e discreto. E questo ha lasciato un segno profondo nelle persone che l'hanno conosciuto. Vorrei chiedere a tutti gli amici e ammiratori di Romeo, qui e all'estero, di continuare con la sua umiltà, senza fanfare pubbliche e senza mostrarsi in modo appariscente. Che questa sia l'eredità più importante e duratura che ci lascia. (...) La morte di persone umili come Romy è una nuova primavera

nell'arido deserto della nostra società socialmente “disidratata”. La forza del loro buon esempio scorre come un'onda di acqua viva che dà speranza e vita nuova, una vita d'amore e compassione, di nonviolenza altruista, di giustizia e libertà, di sviluppo umano totale, di pace”.

Ruth Salditos, tra le fondatrici di Pftc, di cui è stata presidente prima di Romeo, oggi è presidente di “Fair trade foundation - Panay”.

Ruth è stata essa stessa oggetto di minacce, e nel 2013 formalmente accusata dall'esercito di appartenenza ad una organizzazione terrorista; è stata liberata su cauzione ed è ancora in attesa del processo. Ecco che cosa ha scritto per Romeo: “Qualunque cosa sia PFTC ora, lo è anche per il contributo che Romy Capalla ha disinteressatamente offerto da oltre due decenni fino alla sua morte, avvenuta il 15 marzo 2014. Lo scorso 19 febbraio è stato il suo 65 compleanno, ed avevo scherzosamente proposto una festa con tutto lo staff di PFTC, durante la quale avrei preparato la pasta per tutti. Romeo ha riso, dicendosi non convinto in quanto nonostante che avesse raggiunto l'età per la pensione, non si sentiva ancora pronto ad ritirarsi! Non abbiamo fatto nessuna festa, ma ci ha invece tenuto compagnia mangiando una pizza durante il nostro ultimo incontro, pochi giorni prima che fosse ucciso. La perdita di Romeo, dopo averlo conosciuto e lavorato con lui dal 1994 (20 anni!), è davvero molto grande. La sua abilità come organizzatore e le sue competenze nella pianificazione dei lavori sono stati molto utili per PFTC, ed anche grazie a ciò accettò di buon grado di assumere funzioni dirigenziali nell'organizzazione. Ha imparato in fretta a fare il Direttore Generale, ed è rimasto a svolgere con efficacia il suo ruolo anche durante le difficoltà che PFTC



ha incontrato nel passato. Fino a far crescere complessivamente PFTC, e ad espanderne attività e servizi, fino a far nascere a Iloilo la Fair Trade Foundation-Panay (...).

Ciò che è rilevante nella vita di Romeo è la sua piena devozione a lavorare per i poveri, nonostante i problemi e le “imperfezioni” che in essi si trovano; per questo si è pienamente guadagnato l'amore ed il rispetto di quelle persone che lo circondavano. Anche grazie a ciò, ad uno staff pienamente coinvolto, a comunità organizzate di produttori di zucchero Mascobado, e ad agricoltori, associazioni di produttori e partner commerciali del Commercio Equo e Solidale, durante i 22 anni della permanenza di Romeo, PFTC è cresciuta e si è ampliata molto al di là di quello che era previsto, e sempre più agricoltori e lavoratori poveri ne hanno beneficiato. PFTC ha davvero una bella storia da raccontare. La fine della vita di Romeo non costituisce il termine di tale storia, ma solo un altro capitolo. PFTC continuerà - assieme a tutti coloro che a lungo operano per la giustizia, la libertà e lo sviluppo - a chiedere giustizia per la sua morte, e ad andare avanti fino a che il sogno di un mondo migliore sarà una realtà. (...)

*testo a cura di Giorgio Dal Fiume,
tratto da “AltriOrizzonti” ,
newsletter di Altromercato*

18 Attività di lobbying e advocacy svolte nel corso del 2013

È parte della *mission* di AGICES come organizzazione di categoria agire per il perseguimento dei seguenti obiettivi: aumentare il grado di penetrazione del Commercio Equo e Solidale nella società; esercitare un forte ruolo di lobbying e di *advocacy* a favore dei Soci; promuovere i valori del Commercio Equo e sostenere iniziative e campagna affini e collegate. Tale ruolo si esplicita attraverso alcune “macro-aree” di lavoro e relative attività collegate: la tutela, la rappresentanza, la promozione. Nello specifico, dunque, AGICES svolge ed ha svolto anche nel 2013 un’intensa attività legislativa (a livello regionale e nazionale); attività di rappresentanza verso le istituzioni, ma anche verso i soggetti del Terzo Settore e dell’economia solidale; attività di relazioni internazionali, in particolare in ambito WFTO e WFTO Europa; attività di promozione, campaigning e sensibilizzazione.

In ambito legislativo e di rappresentanza istituzionale, il 2013 ci ha visti impegnati nel rilancio di una propo-

sta di legge nazionale sul Commercio Equo e Solidale, attraverso diversi incontri (a Pordenone - giugno 2013, a Milano – novembre 2013) ed azioni mirate di “pressione” e promozione (lettere al Presidente della Camera Laura Boldrini e al Presidente del Senato Pietro Grasso, incontri con rappresentanti di diversi partiti politici, ecc.). In effetti, il percorso normativo per definire e regolamentare il Commercio Equo e Solidale è stato avviato ormai da diverso tempo.

A livello nazionale, risultano depositate ad oggi alla Camera dei Deputati tre proposte di legge, già affidate alla X Commissione Attività Produttive. Anche al Senato, il percorso di legge è in fase di avvio e l’auspicio è che presto possa essere depositata un’analogo proposta di legge anche in questo ramo del Parlamento.

A livello regionale, il lavoro nel 2013 è stato altrettanto vivace: in Puglia, in Lombardia, in Friuli Venezia Giulia e nel Lazio ci si è attivati – in stretta collaborazione con i Soci locali – per avviare percorsi di legge ad hoc o (ri)

attivare leggi già approvate ma non attuate.

Numerose, nel corso dell’anno passato, le campagne promosse da altre realtà e sostenute da AGICES e dalla rete dei Soci. Fra le altre: Abiti Puliti - Clean Clothes Campaign (in particolare, in occasione del tragico crollo del Rana Plaza in Bangladesh) e Sbilanciamoci (in particolare, diffondendo l’appello sugli F-35). Il 2013, inoltre, ha sancito l’avvio della collaborazione fra AGICES e AOI, l’Associazione delle organizzazioni italiane di cooperazione e solidarietà internazionale (una nuova rappresentanza sociale costituitasi nel luglio 2013, per iniziativa di tutti i soci dell’Associazione ONG Italiane), formalizzata a febbraio 2014.

Significativo poi è stato anche l’impegno di AGICES in ambito internazionale. Si è coordinata, in particolare, la campagna Fair Trade Beyond 2015, una campagna internazionale promossa da FTAO - l’Ufficio Advocacy del Fair Trade (cogestito da WFTO Europe, FLO, EFTA), sostenuta in Italia congiuntamente da tutti i Soci italiani WFTO (oltre ad AGICES, AssoBotteghe, Altraqualità, Altromercato, Ctm agrofair, Equomercato, Liberomondo) e realizzata grazie all’impegno sul territorio delle botteghe. Obiettivo della campagna: chiedere ad enti locali, pubbliche amministrazioni, organizzazioni della società civile di sottoscrivere una dichiarazione rivolta ai *leader* dei governi riuniti a New York a settembre 2013 con la richiesta di definire un nuovo quadro per il raggiungimento degli Obiettivi del Millennio.



Pangea-Niente Troppo Roma
www.commercioequo.org

Angoli di Mondo Padova
www.angolidimondo.it

Canalete Valdarno (VI)
www.canalete.org

Chico Mendes Milano
www.chicomendes.it

Compartir Giovane Cuneo

CTM - Altromercato Bolzano/
Verona
www.altromercato.it

El Fontego, per un commercio equo e solidale
Mestre-Venezia (VE)
www.elfontego.it

Equo Mercato Cantù (CO)
www.equomercato.it

Fare Il Mappamondo
Chioggia (VE)
www.fareilmappamondo.org

Villaggio Globale
Ravenna
www.villaggioglobale.ra.it

La Bottega Solidale
Genova
www.bottegasolidale.it

LiberoMondo scs
Bra (CN)
www.liberoMondo.org

Magazzini del Mondo
La Spezia
www.magazzinidelmondo.it

Mondoalegre Gorgonzola (MI)
www.mondoalegre.it

Mondo Solidale Chiaravalle (AN)
www.mondosolidale.it

Mondo Equo Lecco
www.mondoequo.it

Nonsolanoi Cremona
www.nonsolanoi.org

Mondo Nuovo Torino
www.mondo-nuovo.it

Nuova Solidarietà Clusone (BG)
www.coopnuovasolidarieta.it

Oltremare Modena
www.coopoltremare.it

Pace e Sviluppo Treviso
www.pacesviluppo.it

Ram Avegno (GE)
www.associazioneram.it

Ravinala Reggio Emilia
www.ravinala.org

Senza Confini Brez Meja Trieste
www.senzaconfinitrieste.org

Shongoti Onlus Erba (CO)
www.shongoti.it

Unicomondo Vicenza
www.unicomondo.org

Il Villaggio dei Popoli Firenze
www.villaggiodeipopoli.org

Altraqualità Voghiera (FE)
www.altraq.it

Il Mappamondo Mantova
www.mappamondomantova.it

La Bottega della Solidarietà
Sondrio
www.commercioequosondrio.it

Mandacarù Trento
www.mandacarù.it

Pacha Mama Rimini
www.pachamama-rimini.org

Il Villaggio Globale Monza
www.ilvillaggioglobalemonza.it

Le Rondini Verona
www.rondini.org

Nazca Milano
www.nazcacoop.it

Mariposa Pisogne (BS)
www.coopmariposa.it

Zuccherò Amaro Chiavari (GE)
www.zuccheròamaro.it

Qui e Là Boves (CN)
www.emmauscuneo.it/old/comunita/quiela.htm

Garabombo Como
www.garabombo.it

Unsolomondo Bari
www.unsolomondo.org

Exaequo Bologna
www.exaequo.bo.it

Raggio Verde Cossato (BI)
www.raggioverde.com

Equamente Forlì
www.equamente.info

Maremma Solidale Grosseto

Monimbò Perugia
www.monimbo.it

Pachamama Albate (CO)

Cooperativa Acli San Gaetano
Mirano (VE)
www.banderaflorida.it

Bottega Del Sole Carpi (MO)
www.bottegedelsole.org

Progetto Solidarietà
Albano Laziale (RM)
web.tiscali.it/equoalbano

Samarcanda Belluno
www.samarcandascs.it

Amandla Bergamo
www.amandla.it

Le Formiche Die Ameisen
Bolzano
www.formibz.it

Mondi Possibili Bareggio (MI)
www.coopmondipossibili.it

Garabombo l'invisibile Imperia
www.garabombo.org

Cooperativa Solidarietà Brescia
www.bottegedeipopoli.org

Azalai Cernobbio (CO)
www.azalaiequosolidale.it

Equo% Roma
www.equoper100.it

il Sandalo Saronno (VA)
www.ilsandalo.eu

La Siembra Crema (CR)
www.lasiembra.it

Bottega della Solidarietà Savona
www.bottegedellasolidarieta.it

Il Mondo In Casa
Lumezzane (BS)
www.mondoincasa.it

Equociquà! Roma
www.equociqua.it

La boteguita - Commercio Equo e Solidale Città di Castello (PG)
www.laboteguita.org

Associazione Piano Terra
Orvieto (TR)
www.facebook.com/piano.terra.1

Amandla - per un commercio equo e solidale Varazze (SV)
www.amandlavarazze.it

Sotto Lo Stesso Cielo - Bottega Del Mondo Usmate Velate (MI)

Nuova Solidarietà
Finale Ligure (SV)
www.barequoubuntu.com

Nord Sud Lodi
it-it.facebook.com/coopnordsud

Ascoliequosolidale Ascoli
www.ascoliequosolidale.it

Maia Alghero (SS)
www.altromercatoalghero.it

Il Colibri Umbertide (PG)

C'è un mondo Bologna
www.ceunmondo.it

L'Arcoiris Pieve di Cento (BO)
www.arcoiriscoop.it

Mosaico per un comune avvenire Trieste
www.equomosaico.it

Mappamondo Parma
www.mappamondoparma.it

AquaAltra Venezia
www.aquaaltra.it

Colibri Cuneo
www.coopcolibri.it

Ponte Solidale
Ponte Vallecceppi (PG)
www.pontesolidale.org

Associazione San Cassiano
Imola
www.giustoscambioimola.it

Shadhilly Fano (PU)
www.shadhilly.com

Vagamondi Modena
www.vagamondi.net

Equociqui! Taranto
www.facebook.com/equociqui

20 Gli importatori soci di AGICES



Raggio Verde
www.raggioverde.com



L' Associazione RAM
www.assoziazioneram.it



Ravinala
<http://ravinala.org/>



Shadhilly
www.shadhilly.com



Vagmondi
www.vagamondi.net

La mappa dei soci AGICES 21





AGICES

ASSEMBLEA GENERALE ITALIANA
DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

AGICES

**Assemblea Generale Italiana
Commercio Equo e Solidale**

Via Arezzo, 6 ■ 00161 Roma ■ 06 44 29 08 15

segreteria@AGICES.org ■ www.AGICES.org ■
www.facebook.com/AGICES ■ [twitter.com/
twittAGICES](https://twitter.com/twittAGICES)

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



AGICES è socia di **WFTO**

World Fair Trade Organization

■ www.wfto.com ■



e partner del network **Lavoro etico**

■ www.lavoroetico.org ■