



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

REGOLAMENTO DI GESTIONE DEL REGISTRO DELLE ORGANIZZAZIONI DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE (REGISTRO AGICES)

Il presente regolamento definisce

1. I soggetti iscrivibili al Registro AGICES
2. I requisiti per l'iscrizione al Registro AGICES
3. Le procedure di iscrizione e cancellazione per la sezione del registro Agices Produttori/Esportatori
4. La procedura di monitoraggio e verifica del rispetto dei requisiti.
5. L'uso del simbolo grafico e fonetico

1. Soggetti iscrivibili al Registro AGICES

Possono essere iscritti al Registro AGICES:

Sezione I

Le **Organizzazioni italiane** di Commercio Equo e Solidale che hanno come attività prevalente nello scopo sociale e quale attività prevalente effettiva la commercializzazione di prodotti del Commercio Equo e Solidale, condividono i principi e gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale e rispettano i criteri dei capitoli 3, 5 e 6 della Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale.

Sezione II

Le **Organizzazioni di Produttori e/o Esportatori** di Commercio Equo e Solidale che condividono i principi e gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale e rispettano i criteri elencati nei Capitoli 3 e 4 della Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale.



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

2. Requisiti per l'iscrizione al Registro AGICES (standard)

Sezione I : ORGANIZZAZIONI ITALIANE DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Introduzione

I criteri contenuti nella Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale sono stati raggruppati in **REQUISITI** e declinati in **ELEMENTI DI VALUTAZIONE** (affermazioni da confermare o domande alle quali fornire una risposta) che compongono la presente sezione del regolamento di gestione del registro. Gli elementi di valutazione sono suddivisi in Fondamentali (Must) e Importanti (Can).

I Soci devono soddisfare tutti gli elementi Fondamentali. Il mancato adempimento di uno qualunque degli elementi di valutazione rende impossibile l'iscrizione al Registro AGICES.

Gli elementi importanti devono essere soddisfatti in modo tale che l'indice finale (**RATING**) raggiunga la soglia minima del 60%.

Ogni elemento di valutazione importante viene misurato in modo oggettivo tramite l'assegnazione di un punteggio in funzione delle risposte date. I punteggi sono: -2, 0, 1, 2. In base ai punteggi ottenuti viene calcolato un indice finale (**RATING**).

Lo strumento per il calcolo di tale indice è rappresentato dai Moduli di Autovalutazione predisposti dal Comitato di Gestione del Registro AGICES (CGR). Nel calcolo dell'indice, ad ogni requisito viene attribuito un "peso" relativo diverso, in funzione del numero degli elementi necessari per la valutazione dello stesso. Inoltre, si tiene conto del punteggio massimo ottenibile da ciascun Socio, in funzione degli elementi applicabili.



| REQUISITO | N° | F/I | ELEMENTI DI VALUTAZIONE | Risposta /Punteggio |
|---|-----|-----|--|---------------------|
| 11. Natura democratica, scopo e finalità "non lucrativa" dell'Organizzazione | 1.1 | F | L'Organizzazione è costituita come Cooperativa o ente non commerciale (Associazione) o nelle altre forme previste dalla legge, qualora sia garantita la natura non lucrativa dell'Organizzazione, tramite espliciti richiami nell'atto costitutivo o nello statuto che regolano l'attività dell'ente stesso o rimandi a quanto previsto dalla legge. Di conseguenza l'Organizzazione: - non può distribuire utili o avanzi di gestione in misura superiore a quanto consentito dalla leggi in materia per la sussistenza dei requisiti mutualistici; - prevede che l'eventuale patrimonio rimanente all'atto di scioglimento dell'Organizzazione, venga devoluto ad enti terzi aventi finalità similare, salvo quanto previsto a termini di legge mutualistici. | SI/NO |
| | 1.2 | F | L'Organizzazione utilizza processi decisionali consoni allo spirito delle Cooperative o Associazioni. In particolare: - esistono e vengono applicati piani strategici e/o altri documenti votati dall'Assemblea dei Soci e/o piani operativi e/o altri documenti approvati dal Consiglio di Amministrazione (CdA) o dal Consiglio Direttivo (CD) che dimostrano che le attività dell'Organizzazione sono frutto di processi decisionali democratici e trasparenti; - ha attivato strumenti e momenti di incontro e coordinamento attraverso i quali lavoratori e volontari attivi dell'Organizzazione sono stati coinvolti e conoscono le linee strategiche ed i piani operativi approvati | SI/NO |
| | 1.3 | F | Lo Statuto e/o l'Atto Costitutivo e/o il Piano politico-strategico e/o altro documento approvato dall'Assemblea dei Soci riporta esplicitamente il Commercio Equo e Solidale come attività principale. | SI/NO |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|--|-----|---|---|----------|
| 2. Promozione del Commercio Equo e Solidale nell'attività commerciale | 2.1 | F | L'Organizzazione svolge in modo stabile e continuativo l'attività di commercializzazione all'ingrosso e/o al dettaglio di prodotti del Commercio Equo e Solidale. | SI/NO |
| | 2.2 | F | L'Organizzazione acquista almeno il 90% dei prodotti destinati alla rivendita e/o alla trasformazione da Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale (Produttori e/o Esportatori o altre Organizzazioni iscritti al Registro AGICES e/o WFTO e/o FLO), cooperative sociali, fornitori biologici, fornitori editoriali con il vincolo che almeno il 60% dell'ammontare globale degli acquisti provenga direttamente da Produttori e/o Esportatori iscritti al Registro AGICES, o indirettamente dagli stessi attraverso organizzazioni iscritte al Registro AGICES e/o WFTO e/o FLO. | SI/NO |
| | 2.3 | F | I ricavi generati dalla vendita di prodotti di Commercio Equo e Solidale sono pari ad almeno il 60% dell'ammontare totale dei ricavi dell'Organizzazione. | SI/NO |
| | 2.4 | F | La prevalenza di vendita viene valutata in termini quantitativi: Almeno il 51% del fatturato generato dalla vendita di prodotti di Commercio Equo e Solidale è realizzato attraverso la vendita al dettaglio e/o attraverso la vendita ad Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale iscritte al Registro AGICES e/o qualificate da WFTO e/o attraverso la vendita ad altri canali di economia solidale. | SI/NO |
| | 2.5 | F | La prevalenza di vendita viene valutata in termini qualitativi: L'Organizzazione, che importa e/o produce prodotti di Commercio Equo e Solidale, ha attivato strumenti di supporto alla rete di Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale che li distribuisce come parte del proprio impegno prioritario nei confronti delle stesse. | SI/NO/NA |
| | 2.6 | F | L'Organizzazione ha definito orientamenti di qualifica e/o criteri di scelta dei fornitori convenzionali di beni e servizi (ovvero fornitori NON di Commercio Equo e Solidale né di altri beni destinati alla vendita), anche secondo criteri di correttezza etica dell'organizzazione e in linea con le indicazioni espresse nella Carta Italiana dei Criteri. L'Organizzazione è in grado di fornire documentazione relativa al processo decisionale che ha portato alla selezione almeno dei principali fornitori di beni e servizi. | SI/NO |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | |
|------|---|--|----------|
| 2.7 | F | <p>I canali commerciali esterni, minoritari in termini economici secondo l'articolo 5.18 della Carta dei Criteri e del quesito 2.4 del presente regolamento, sono volti alla crescita del Commercio Equo e Solidale in termini quantitativi e qualitativi: i primi volti all'incremento del mercato dei produttori, i secondi orientati alla creazione di percorsi di coinvolgimento e co-responsabilizzazione dei partner economici.</p> <p>A tal fine, in concomitanza con la compilazione dei moduli di autovalutazione, l'organizzazione presenta un Report che riporta l'elenco dei soggetti partner con cui collabora (così come definiti nell'Allegato B al presente Regolamento), ed eventuali documenti che illustrino l'attività di co-responsabilizzazione svolta nel corso dell'ultimo anno.</p> | SI/NO |
| 2.8 | F | <p>L'Organizzazione che importa e/o produce prodotti di Commercio Equo e Solidale, mette a disposizione le informazioni sul Commercio Equo e Solidale, sui produttori coinvolti e sulla costruzione dei prezzi di prodotti del Commercio Equo e Solidale, secondo le modalità espresse nell'Allegato D al presente Regolamento: Scheda prezzo trasparente.</p> | SI/NO/NA |
| 2.9 | F | <p>Laddove il prodotto di Commercio Equo e Solidale venga distribuito a soggetti esterni alla filiera del Commercio Equo e Solidale, l'Organizzazione si assicura che il prodotto sia riconoscibile attraverso strumenti di comunicazione quali scaffale dedicato e/o targhetta informativa e/o materiale informativo parte del prodotto o allegato o riconducibile ad esso.</p> | SI/NO/NA |
| 2.10 | F | <p>Prezzo al pubblico. L'Organizzazione che importa e/o produce prodotti di Commercio Equo e Solidale definisce un prezzo di vendita al pubblico consigliato: tale prezzo è uguale per tutte le Organizzazioni che lo commercializzano (siano esse o meno organizzazioni di Commercio Equo e Solidale).</p> <p>Aumento rispetto al prezzo consigliato Le Organizzazioni che vendono al dettaglio hanno facoltà di stabilite un prezzo al pubblico maggiore del prezzo consigliato.</p> | SI/NO |



| | | | |
|-----|---|--|-------|
| | | <p>Riduzioni rispetto al prezzo consigliato Eventuali riduzioni rispetto al prezzo consigliato sono ammesse esclusivamente nelle seguenti circostanze:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convenzioni: accordi con enti terzi che prevedono una percentuale di sconto e/o altre agevolazioni per gli associati di queste Organizzazioni (o accordi analoghi, anche a favore di soci/volontari/lavoratori dell'Organizzazione stessa); - Vendite in saldi: per questa casistica ci si rifà direttamente alle previsioni di legge senza ulteriori specificazioni; - Riduzioni per scadenze ravvicinate e/o prodotti lievemente difettati e per giacenze eccessive e/o prolungate; - Iniziative promozionali (es. lancio di un nuovo prodotto, prodotto del mese, ecc.): tali iniziative vengono individuate dalla compresenza di un fattore temporale (massimo 15 giorni) e di un fattore merceologico (la promozione è applicata solo su una parte della gamma di prodotti in vendita); tali iniziative non possono essere reiterate in maniera consecutiva per lo stesso punto vendita. <p>Nel caso di vendite effettuate da soggetti di cui all'Allegato B al presente Regolamento, non sono ammissibili più di 3 iniziative promozionali nel corso dell'anno per ogni punto vendita. E' compito dell'Organizzazione che distribuisce i prodotti informare i propri clienti di tali regole e di prendere provvedimenti nel caso essa venga a conoscenza di una loro violazione. In tutti i casi di riduzione rispetto al prezzo consigliato, l'organizzazione che vende al dettaglio deve evidenziare che tale riduzione non ha conseguenze rispetto al prezzo equo pagato alle organizzazioni di produttori.</p> | |
| 3.1 | F | L'Organizzazione svolge in modo stabile e continuativo l'attività di formazione e sensibilizzazione sul Commercio Equo e Solidale. Il bilancio e/o report annuale evidenzia le principali attività svolte in ambito info-educativo. | SI/NO |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|---|-----|---|--|---|
| 3. Promozione del Commercio Equo e Solidale nell'attività info-educativa | 3.2 | I | Quante ore di attività educative e/o di sensibilizzazione e/ interventi di contenuto informativo ed educativo sul Commercio Equo e Solidale ha promosso l'Organizzazione nell'ultimo anno? | Ricavi fino a €100.000 0-6 ore = 0 7-19 ore = 1 >20 ore = 2 Ricavi fra € 100.000/500.000 Da ore 0-14 =0 15-44 ore = 1 >45 ore =2 Ricavi fra € 500.000/1.000.000 0-19 ore =0 20-59 ore = 1 >60 ore =2 Ricavi fra €1.000.000/10.000.000 0-49 ore =0 50-140 ore =1 >140 ore =2 Ricavi >€10.000.000 0-69 ore=0 70-199 ore=1 >200 ore =2 |
| | 3.3 | I | Quanti materiali informativi sul Commercio Equo e Solidale ha prodotto l'Organizzazione nell'ultimo anno? Specificare: | Nessuno = 0 0<N≤2 = 1 N>2 = 2 |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|--|-----|---|--|--|
| | 3.4 | I | L'Organizzazione mette a disposizione/distribuisce materiale informativo sul Commercio Equo e Solidale? | <p>No/Non regolarmente = 0</p> <p>Sì, solo informazioni sui prodotti venduti = 1</p> <p>Sì, materiale vario (oltre alle informazioni sui prodotti) = 2</p> |
| | 3.5 | I | <p>L'Organizzazione ha un proprio sito internet o realizza un bollettino o una newsletter per soci e/o per il pubblico in generale o altri interventi sulla stampa?</p> <p>Specificare le attività realizzate fra quelle proposte dalla domanda.</p> | <p>No sito internet, newsletter o bollettino/no altre relazioni con i media stampa = 0</p> <p>Sito aggiornato di rado/newsletter o bollettino annuale o semestrale/altre relazioni con i media stampa saltuari = 1</p> <p>Sito internet aggiornato/newsletter o bollettino almeno bimestrale/relazioni con i media-frequenti = 2</p> |
| | 3.6 | I | Spesa IVA esclusa, sostenuta nell'ultimo anno in attività info-educative sul Commercio Equo e solidale, comprensiva di costi materiali, personale e servizi. | <p>N = spesa/tot ricavi</p> <p>(N<0,5%) = 0</p> <p>(0,5<=N<=1) = 1</p> <p>(N>1%) = 2</p> |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|--------------------------------|-----|---|--|---|
| | 3.7 | I | Nell'ultimo anno l'organizzazione ha aderito o promosso campagne di sensibilizzazione, lobbying o altro. Elencare: | Nessuna campagna = 0 Adesione/promozione ad almeno 1 campagna = 1 Adesione/promozione ed organizzazione di eventi/attività locali correlati = 2 |
| | 3.8 | I | Quante ore di formazione sul Commercio Equo e Solidale per volontari e lavoratori sono state promosse nell'ultimo anno? | (N<=8) = 0 (8<N<=20)=1 (N>20)=2 |
| 4. Trasparenza | 4.1 | F | I diversi attori coinvolti/stakeholders (volontari, lavoratori, soci, etc) possono accedere alle informazioni sull'andamento dell'Organizzazione e sui processi decisionali. In particolare, sono accessibili ai soci documenti quali i verbali delle Assemblee e i verbali del CdA o del CD. Sono accessibili i verbali di altri organi interni o gruppi di lavoro secondo quanto stabilito da ciascuna organizzazione. | SI/NO |
| | 4.2 | I | L'Organizzazione prevede momenti di aggiornamento periodici sulla gestione con i diversi attori coinvolti/stakeholders (volontari, lavoratori, soci, etc). | No o con periodicità superiore a 6 mesi = 0 Sì, con periodicità almeno semestrale = 1 Sì, con periodicità almeno trimestrale = 2 |
| 5. Condizioni di lavoro | 5.1 | F | Esistono processi e criteri trasparenti per le assunzioni di personale, l'assegnazione di ruoli e incarichi e per la determinazione delle retribuzioni in particolare in riferimento alle discriminazioni di razza, ceto, nazionalità, religione, invalidità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, affiliazione politica, età, ecc. | SI/NO/NA |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|--------------------------------------|-----|---|---|------------------|
| | 5.2 | F | Il trattamento economico dei lavoratori è rapportato alla quantità e alla qualità dell'attività lavorativa prestata a favore dell'organizzazione, secondo quanto concordato per iscritto con ciascun lavoratore, comunque non inferiore a quanto eventualmente stabilito da disposizioni di legge, da tariffe professionali, da contratti o da accordi collettivi nazionali e locali, per lo svolgimento di pari o analoghe mansioni o attività. Eventuali divergenze in difetto o in eccesso per funzioni analoghe dovranno essere evidenziate e motivate. | SI/NO/NA |
| | 5.3 | F | L'Organizzazione rispetta e favorisce le riunioni di lavoratori/trici e, se presenti, l'attività delle rappresentanze sindacali e garantisce che i rappresentanti sindacali non sono soggetti a discriminazioni. | SI/NO/NA |
| | 5.4 | I | L'Organizzazione ha stipulato accordi integrativi migliorativi per le condizioni lavorative dei propri lavoratori, ovvero ha previsto benefit o altre condizioni migliorative. | SI = 2 NO = 0 |
| | 5.5 | F | L'Organizzazione, oltre ad adempiere alla normativa vigente in materia di sicurezza, assicura e/o favorisce il diffondersi della cultura della sicurezza sul lavoro, sia tra i lavoratori/trici che tra i volontari/e. | SI/NO |
| 6. Relazioni con i produttori | 6.1 | F | L'Organizzazione paga un prezzo equo ai produttori da cui importa direttamente. Il prezzo pagato ai produttori si definisce equo se rispetta tutte le seguenti condizioni: - deve nascere da un processo, fondato sul dialogo, sulla trasparenza e sulla responsabilità reciproca, in cui il prezzo è proposto dal produttore e eventualmente modificato insieme dalle parti in seguito alla valutazione congiunta della sua adeguatezza a sostenere l'impresa del produttore e degli effetti che tale misura produce sulla filiera produttiva e distributiva fino al consumatore; | SI/NO/NA |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|--|-----|---|---|----------|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - deve generare risorse economiche per la sostenibilità e il consolidamento dell'attività produttiva; - deve coprire tutti i costi sostenuti per la produzione; - in particolare deve permettere al produttore, in relazione all'entità dei prodotti venduti, di remunerare i lavoratori e le lavoratrici in misura che garantisca il soddisfacimento dei bisogni di base (vitto, alloggio, vestiario, energia, trasporti, salute, educazione) e in misura che permetta loro la partecipazione alle attività culturali e sociali delle comunità di appartenenza; - deve permettere al produttore, in relazione all'entità dei prodotti venduti, di coprire il costo dell'adeguamento del processo produttivo a migliori standard ambientali eventualmente pattuito nel contratto così come degli altri obblighi ivi assunti. | |
| | 6.2 | F | <p>Contratto di partenariato</p> <p>L'Organizzazione che importa direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale ha redatto un Contratto di partenariato "tipo" che definisce le modalità di relazione del soggetto con i produttori suoi partner. Questo definisce gli aspetti di carattere generale inerenti la relazione di medio-lungo termine e deve contenere come elementi minimi quelli previsti dallo schema di Contratto di partenariato (Allegato C al presente Regolamento)</p> <p>L'Organizzazione che importa si impegna a mettere a conoscenza i produttori dei contenuti di tale documento, arrivando, ove possibile, a sottoscrivere congiuntamente tale accordo.</p> | SI/NO/NA |



| | | | | |
|--|-----|---|---|----------|
| | 6.3 | F | <p>Contratto di Vendita L'Organizzazione che importa direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale ha redatto un documento che presenta la procedura seguita nella definizione dei termini della singola transazione di acquisto dai produttori partner, secondo lo schema previsto dalla definizione di Prezzo Equo e dell'Allegato C al presente Regolamento. L'Organizzazione si impegna inoltre a mettere a disposizione del Comitato di Gestione del Registro AGICES tutte le risultanze documentali utili a verificare il rispetto di questo criterio.</p> | SI/NO/NA |
| | 6.4 | F | <p>Rispetto del prezzo concordato L'Organizzazione che importa direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale, rispetta il prezzo equo così come definito nella Carta dei Criteri e nel presente Regolamento. Tale prezzo deve essere pari o superiore ai prezzi FOB + premium stabiliti a livello internazionale dalle organizzazioni Fair Trade iscritte a FLO e/o WFTO, laddove stabiliti.</p> | SI/NO/NA |
| | 6.5 | F | <p>Continuità Ogni anno l'Organizzazione che importa direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale assicura una relazione stabile misurabile attraverso il rinnovo dell'ordine al 60% dei produttori da cui ha importato l'anno precedente. In caso di non raggiungimento, deve aver redatto una relazione scritta circa le cause del non raggiungimento della continuità e, possibilmente, aver definito un piano di intervento/sostegno ai produttori partner.</p> | SI/NO/NA |
| | 6.6 | F | <p>Continuità Dopo un periodo di prova (max 2 anni x ogni nuovo produttore), l'Organizzazione che importa direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale deve assicurare una relazione stabile con il partner produttore, misurabile attraverso il raggiungimento annuale di un valore d'acquisto prodotti pari ad almeno il 70% del valore acquisti dell'anno precedente. In caso di non raggiungimento, deve aver redatto una relazione scritta circa le cause del non raggiungimento della continuità e, possibilmente, aver definito un piano di intervento/sostegno ai produttori partner.</p> | SI/NO/NA |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | |
|-----|---|---|---|
| 6.7 | F | <p>Prefinanziamento L'Organizzazione che importa direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale rispetta le richieste dei produttori per ciò che riguarda il prefinanziamento. In caso di richieste di prefinanziamento superiori al 50% l'Organizzazione risponde a seconda delle proprie possibilità o valutazioni. L'Organizzazione redige ogni anno un rapporto e/o ha a disposizione un elenco e/o evidenze contabili contenente tutti i prefinanziamenti effettuati, a disposizione del Comitato di Gestione del Registro AGICES.</p> <p>NOTA: E' considerato prefinanziamento l'anticipo ai fornitori a tasso zero - senza costi - per il fornitore. Altre forme di anticipazioni con l'applicazione di un tasso di interesse sono considerate attività di credito - cfr. Art.5.8 Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale.</p> | SI/NO/NA |
| 6.8 | I | L'Organizzazione che importa direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale, quante visite ai produttori ha effettuato nell'ultimo anno? | NA/N N = n° visite /n° totale produttori (N < 15%) = 0 (15% ≤ N ≤ 30%) = 1 (N > 30%) = 2 |
| 6.9 | I | L'Organizzazione che importa direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale, nell'ultimo anno ha fornito aiuti e indicazioni ai produttori per il miglioramento di prodotti esistenti, la certificazione biologica, o lo sviluppo di nuovi prodotti? | NA / N N = numero produttori ai quali si è fornito aiuti/ n° totale produttori da cui l'organizzazione importa. (N < 10%) = 0 (10% ≤ N ≤ 40%) = 1 (N > 40%) = 2 |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | |
|------|---|---|--|
| 6.10 | | L'Organizzazione, nel caso in cui importi direttamente da produttori di Commercio Equo e Solidale, nell'ultimo anno ha fornito aiuti e indicazioni alle organizzazioni di produttori per la formazione dei produttori di base o lo sviluppo di nuove iniziative nelle comunità, azioni di solidarietà, microcredito, gemellaggio, altro, ecc. | NA/N N = n° produttori ai quali si è fornito aiuti/ n° totale produttori da cui l'organizzazione importa.. (N<10%) = 0 (10% ≤ N ≤ 40%) = 1 (N > 40%) = 2 |
| 6.11 | I | Quanti delle organizzazioni da cui l'Organizzazione importa direttamente sviluppano attività sociali a favore di lavoratori o soggetti disagiati - emarginati (handicap, bambini, donne)? | NA/N N = n° produttori tipologia descritta/ totale n° produttori da cui l'organizzazione importa. Nessuno = 0 (0 < N ≤ 20%) = 1 (N > 20%) = 2 |
| 6.12 | I | Con quanti produttori che non hanno rapporti con altre organizzazioni di commercio equo e solidale italiane sono stati intrapresi rapporti importazione diretta nell'ultimo anno? Elencare il nome dell'organizzazione produttrice e il paese: | NA/N N = n° produttori Nessuno = 0 (N=1) = 1 (N<1) = 2 |
| 6.13 | I | L'Organizzazione che importa direttamente ha svolto nell'ultimo anno progetti, azioni o iniziative al fine di spostare in modo non occasionale presso i produttori lavorazioni di prodotto, anche parziali, che prima non avvenivano nel Paese di origine? | NA/N N = n° di azioni svolte Nessuna = 0 (N=1)= 1 (N>1)= 2 |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|--------------------------|------|---|---|--|
| | 6.14 | I | L'Organizzazione realizza o collabora con operatori di turismo responsabile per la realizzazione o la promozione di viaggi presso produttori di Commercio Equo e Solidale? | No = 0 Sì, solo occasionalmente= 1 Sì, in maniera stabile = 2 |
| | 6.15 | I | Quanti incontri con i produttori in Italia ha organizzato o promosso l'Organizzazione nell'ultimo anno. | Per le organizzazioni che importano (N < 5%) = 0 (10% ≤ N ≤ 20%) = 1 (N > 20%) = 2 Per le organizzazioni che NON importano 0 incontri = 0 1 incontro = 1 2 o più incontri = 2 |
| 7. Lavoro di rete | 7.1 | I | A quante Assemblee e incontri AGICES l'Organizzazione ha partecipato? Ovvero partecipa agli organi sociali o gruppi di lavoro. | Nessuno = 0 1 incontro/assemblea: = 1 Tutte le assemblee oppure 1 assemblea e partecipazione ai gruppi o organi sociali= 2 |
| | 7.2 | I | L'Organizzazione aderisce a network, piattaforme, organizzazioni nazionali o internazionali o a coordinamenti territoriali di Commercio Equo e Solidale? Ovvero ha instaurato accordi politici, tecnici o commerciali con altre realtà del Commercio Equo e Solidale per lo sviluppo di progetti e/o programmi comuni? Specificare con quante e quali Organizzazioni. | N = n° organizzazioni Nessuno= 0 (0 < N ≤ 1) = 1 (N > 1) = 2 |
| | 7.3 | I | L'Organizzazione ha in corso o ha avuto negli ultimi 2 anni una vertenza con altri soggetti iniziata richiedendo direttamente l'intervento della magistratura, senza essersi prima adoperato per il raggiungimento di un accordo amichevole extragiudiziale? | SI = - 2 NO = 0 |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|----------------------------------|-----|---|--|--|
| | 7.4 | I | L'Organizzazione è impegnata in altri settori dell'economia solidale, oltre all'attività propria di Commercio Equo e Solidale? Elencare e specificare: - i campi di attività nei quali l'Organizzazione è impegnata; - i soggetti con i quali l'Organizzazione collabora: Finanza etica _____ Gruppi di acquisto _____ Cooperative sociali _____ Turismo responsabile _____ Altro (specificare) _____ | No = 0 (0<N<2) = 1 (N>=2) = 2 |
| | 7.5 | I | L'Organizzazione ha prodotto o diffuso nell'ultimo anno materiali informativi sull'economia solidale (esclusi quelli sul Commercio Equo e Solidale)? | Nessuno = 0 (0<N< 2) = 1 (N>=2) = 2 |
| 8. Rispetto dell'ambiente | 8.1 | F | Lo Statuto, il Regolamento interno o altro documento approvato dall'Assemblea dei Soci fa riferimento a specifiche attenzioni alle tematiche ambientali. | SI/NO |
| | 8.2 | I | Per l'Organizzazione che importa o produce prodotti: a quanto ammontano le vendite di prodotti con certificazioni ambientali (da agricoltura biologica, FSC, altro) sul totale vendite dei propri prodotti?" | NA/N N = vendite prodotti con certificazioni ambientali/totale vendite prodotti (=0%)=0 (0%<N≤5%) = 1 (N>5%) = 2 |
| | 8.3 | I | L'Organizzazione adotta misure per uno sviluppo sostenibile ed ecocompatibile nelle fasi di produzione o di vendita? Descrivere sommariamente le misure adottate: _____ | N = n° misure adottate (N = 0) = 0 (0<N<=1) = 1 (N>1)= 2 |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|--|------------|----------|---|-----------------|
| <p>9. Trasformazione prodotti</p> | <p>9.1</p> | <p>F</p> | <p>Il prodotto trasformato viene denominato "prodotto del Commercio Equo e Solidale" solo se contiene almeno il:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 50% in peso di ingredienti da produttori iscritti al Registro AGICES oppure - 50% in valore sul totale costo prodotto di ingredienti da produttori iscritti al Registro AGICES (costo prodotto calcolato franco magazzino organizzazione). <p>Nel caso in cui il calcolo sia effettuato in valore, si applica una franchigia pari al 20% sul valore totale di materie prime utilizzate non di Commercio Equo e Solidale provenienti da agricoltura biologica.</p> <p>Detti prodotti dovranno evidenziare in modo chiaro sulla confezione e su eventuali schede la % in peso e/o % in valore di ingredienti del Commercio Equo e Solidale .</p> <p>Nel caso in cui la percentuale non venga raggiunta in etichetta sarà possibile riportare solamente a dicitura: "con ingredienti di Commercio Equo e Solidale" o "contiene prodotti di Commercio Equo e Solidale" specificandone la natura (a quali prodotti ci si riferisce).</p> <p>Definizione e campo di applicazione</p> <p>I prodotti trasformati sono tutti quei prodotti non riconducibili ad un'unica materia prima (Cap. 6 Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale).</p> <p>Non vengono considerati prodotti trasformati le miscele di due o più prodotti similari mischiati assieme. Es: miscele di caffè e o di tè.</p> <p>Una miscela di prodotti può quindi definirsi di commercio equo solo quando contiene 100% di ingredienti provenienti da produttori di commercio equo e solidale.</p> <p>Norma transitoria</p> <p>In attesa di una definizione di filiera, i seguenti requisiti non si applicano ai prodotti trasformati direttamente nei paesi di origine da parte di organizzazioni di produttori/ esportatori iscritti al registro AGICES, fatto salvo quanto previsto in termini di trasparenza nel contratto di partenariato.</p> | <p>SI/NO/NA</p> |
|--|------------|----------|---|-----------------|



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | | | |
|--|-----|---|--|--|
| | 9.2 | I | Quali e quanti prodotti trasformati sono semilavorati e/o lavorati almeno parzialmente nei luoghi di origine ? Prodotto _____ Paese _____ lavorazione _____ Prodotto _____ Paese _____ lavorazione _____ | NA/N N = n° prodotti trasformati con requisiti indicati/totale n° prodotti trasformati dell'organizzazione (N=0)= 0 (0<N≤ 5%) = 1 (N>5%) = 2 |
| | 9.3 | I | Sul totale dei propri prodotti trasformati, quale percentuale (%) contiene almeno il 70% di ingredienti di Commercio Equo e Solidale, in peso o in valore? | NA/N N = n° prodotti trasformati con requisiti indicati/totale n° prodotti trasformati dell'organizzazione (N= 0)=0 (0<N≤ 50%) = 1 (N> 50%)= 2 |
| | 9.4 | I | Sul totale degli acquisti di materie prime non di Commercio Equo e Solidale destinate alla produzione di prodotti trasformati di Commercio Equo e Solidale, quale percentuale è di agricoltura biologica? | NA/N N = € materie prime bio/totale materie prime (N= 0)=0 (0<N<50%) = 1 (N≥50%) = 2 |
| | 9.5 | I | Sul totale delle Aziende trasformatrici/terzisti che l'Organizzazione utilizza, che percentuale sono soggetti dell'economia solidale? | NA/N N = n° terzisti economia solidale/totale n° terzisti (N=0) = 0 (0<N≤10%) = 1 (N>10%) = 2 |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

2.3 Deroghe

L'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale che si iscrive al Registro AGICES, nel caso in cui non soddisfi i Requisiti previsti nel precedente Paragrafo 2.2, può presentare richiesta di deroga, nei seguenti casi:

- a. L'Organizzazione soddisfa tutti i Requisiti Fondamentali, ma non raggiunge la soglia del 60% (comunque superiore al 40%) su quelli Importanti: la deroga può essere richiesta allegando un proprio Piano di Azione che indichi le misure (modalità e tempi) che l'Organizzazione intende intraprendere per raggiungere tale soglia.
- b. In riferimento al Requisito 2 (Promozione del Commercio Equo e Solidale nell'attività commerciale) - Quesito 2.2, qualora il totale acquisti diretti o indiretti da Produttori/Esportatori iscritti al Registro AGICES non raggiunga il 60% del totale acquisti prodotti destinati alla rivendita e/o trasformazione: la richiesta di deroga può essere richiesta comunicando che da suddetta base di riferimento si sottrae l'importo pari al valore d'acquisto delle materie prime acquistate non di Commercio Equo e Solidale, utilizzate per realizzare prodotti del Commercio Equo e Solidale secondo l'art. 6 della Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale o che giustifichi la situazione come straordinaria o temporanea.
- c. In riferimento al Requisito 2 (Promozione del Commercio Equo e Solidale nell'attività commerciale) - Quesito 2.3, qualora il totale ricavi imponibili generato dalla vendita di prodotti di Commercio Equo e Solidale non siano pari ad almeno il 60% dei ricavi totali dell'Organizzazione: la deroga può essere richiesta allegando documentazione che attesti che una parte consistente dei ricavi deriva da attività di promozione e servizi per lo sviluppo e la conoscenza del Commercio Equo e Solidale o che giustifichi la situazione come straordinaria o temporanea.
- d. In riferimento al Requisito 2 (Promozione del Commercio Equo e Solidale nell'attività commerciale) - Quesito 2.4, qualora il totale ricavi imponibili generato dalla vendite di prodotti di Commercio Equo e Solidale nei canali distributivi previsti non raggiunga il 51% dei ricavi totali generati dalla vendita di prodotti: la deroga può essere richiesta escludendo dalla base di calcolo l'importo pari ai ricavi ottenuti per la vendita di prodotti per cui sia previsto un canale distributivo/rete di vendita "dedicato", senza il quale la commercializzazione del prodotto non sarebbe possibile (es. prodotti freschi, fiori, ecc.) o che giustifichi la situazione come straordinaria o temporanea.

In tutti i suddetti casi, la richiesta di deroga e la relativa documentazione/comunicazione è presentata e valutata dal Comitato di Gestione del Registro AGICES.

L'esito della valutazione viene trasmesso al Consiglio Direttivo, che decide in merito alla richiesta di deroga entro 60gg.



Sezione II : ORGANIZZAZIONI DI PRODUTTORI E/O ESPORTATORI

I Requisiti previsti per l'iscrizione al Registro AGICES delle Organizzazioni di Produttori e/o Esportatori sono gli Standard WFTO (di seguito la traduzione degli Standard WFTO attualmente in vigore, con un riferimento ai corrispondenti criteri stabiliti nella Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale) che, quindi, vengono recepiti dal sistema AGICES.

| | | |
|---|----------------------------------|---|
| 1. Sostegno a produttori economicamente svantaggiati | 3.8, 3.11, 3.12, 4.1.1 | La riduzione della povertà attraverso gli scambi commerciali è parte integrante delle finalità dell'organizzazione, la quale sostiene i produttori economicamente svantaggiati o emarginati, siano essi imprese autonome a conduzione familiare o gruppi di associazioni o cooperative. Le attività commerciali sostengono lo sviluppo delle comunità favorendo la transizione delle stesse da uno stato di vulnerabilità a uno di sicurezza e dalla povertà materiale al reddito e alla proprietà. Al fine di rendere possibile tale transizione l'organizzazione dispone di un proprio piano di azione. |
| 2. Trasparenza e accountability | 3.6, 3.7, 3.9, 3.15, 3.16, 4.2.4 | L'Organizzazione agisce con trasparenza nelle gestione interna e nelle relazioni commerciali e si comporta in modo equo e rispettoso nei confronti dei propri partner commerciali. Inoltre rende conto del proprio operato a tutte le parti interessate (stakeholders) rispettando la sensibilità e la riservatezza dei dati commerciali in suo possesso. L'organizzazione cerca modalità partecipative adeguate al fine di includere il proprio personale e i produttori nei processi decisionali e presta particolare attenzione alla diffusione di informazioni utili a tutti i suoi partner commerciali. I canali di comunicazione sono validi e aperti a tutti i livelli della filiera. |
| 3. Capacity-building | 3.8, 4.1.2, 4.2.2 | L'Organizzazione promuove lo sviluppo delle abilità dei produttori ideando attività specifiche volte a fornire assistenza ai produttori stessi e impegnandosi a garantire continuità nelle relazioni commerciali con i suoi partner nelle varie fasi della filiera e per il periodo di tempo con loro concordato. L'organizzazione si impegna ad assistere, nei modi ritenuti più opportuni, produttori e organizzazioni di marketing (esportatori e importatori) nel potenziamento delle loro competenze a livello gestionale e nel miglioramento del loro accesso a mercati internazionali, regionali e/o locali nei canali del Commercio Equo e, se opportuno, nei canali commerciali tradizionali. L'Organizzazione promuove altresì lo sviluppo delle abilità dei propri lavoratori. |
| 4. Promozione del Commercio Equo e Solidale | 3.9, 3.10, 4.1.5, 4.2.1 | L'Organizzazione sensibilizza l'opinione pubblica relativamente alle finalità del Commercio Equo e al ruolo dello stesso nella promozione della giustizia a livello globale. L'organizzazione promuove gli obiettivi e le attività del Commercio Equo nell'ambito della propria sfera di azione. Riconoscendo l'importanza dei consumatori per la crescita e l'efficacia del movimento che rappresenta, l'organizzazione fornisce ai suoi clienti informazioni relative all'organizzazione stessa, ai prodotti e alle condizioni di lavoro dei produttori, utilizzando tecniche pubblicitarie e di marketing oneste. L'Organizzazione punta inoltre a elevati standard di qualità del prodotto e del suo confezionamento. |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|---|
| 5. Pagamento di un prezzo equo | 3.3, 3.4, 3.16, 4.2.3 | <p>Si definisce equo il prezzo concordato, frutto di una negoziazione collettiva e partecipata, in grado di garantire una retribuzione equa ai produttori e allo stesso tempo di essere sostenibile dal mercato. Laddove esistano nell'ambito del Commercio Equo dei meccanismi per la definizione dei prezzi, questi vengono considerati come standard minimi. Una remunerazione equa garantisce un pagamento socialmente accettabile nel contesto locale, che i produttori stessi riconoscono come equo e che si fonda sul principio della parità di retribuzione a parità di lavoro svolto, per donne e uomini allo stesso modo. Le organizzazioni di marketing del Commercio Equo sostengono, ove necessario, lo sviluppo delle abilità dei produttori nella valutazione del costo dei prodotti e nell'assegnazione dei prezzi, in modo da rendere possibile l'identificazione di un prezzo equo. I compratori, importatori e intermediari di Commercio Equo garantiscono un pagamento puntuale a produttori e partner commerciali e, se possibile, aiutano i produttori a ottenere pagamenti anticipati pre-raccolto o pre-produzione (i cosiddetti prefinanziamenti). Viene incoraggiata la produzione di prodotti ad alto valore aggiunto.</p> |
| 6. Uguaglianza di genere | 3.4 | <p>L'Organizzazione crea opportunità affinché donne e uomini possano sviluppare le proprie abilità e promuove attivamente l'assegnazione dei posti di lavoro disponibili alle donne. Alle dipendenti viene offerta una formazione specifica per l'occupazione di ruoli di responsabilità, che le stesse vengono incoraggiate ad assumere. Le organizzazioni che lavorano direttamente con i produttori garantiscono un adeguato riconoscimento, anche economico, del lavoro delle donne, le quali sono sempre retribuite per il loro contributo al processo produttivo. L'organizzazione riconosce altresì le necessità specifiche in termini di salute e sicurezza delle donne in stato di gravidanza e in fase di allattamento. Le donne partecipano alle decisioni relative all'utilizzo dei proventi derivanti dal processo di produzione. Le culture e le tradizioni locali sono rispettate e vengono adottate misure concrete volte a prevenire atti di discriminazione basati su differenze di credo, condizioni fisiche o mentali, classe sociale o età.</p> |
| 7. Condizioni di lavoro | 3.1 | <p>L'organizzazione si impegna a garantire un ambiente di lavoro sano e sicuro per i produttori, con acqua potabile, condizioni igieniche adeguate e accesso ad adeguata assistenza medica. Gli orari di lavoro rispettano le condizioni stabilite dalle leggi in vigore e dalla convenzione dell'OIL. L'organizzazione sensibilizza costantemente i produttori in materia di salute e sicurezza.</p> |
| 8. Lavoro infantile | 3.2 | <p>L'organizzazione e i suoi membri rispettano la Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti del Fanciullo e le leggi e le norme sociali vigenti nel contesto locale, al fine di garantire che l'eventuale partecipazione di bambini ai processi di produzione di articoli di commercio equo non influisca negativamente su salute, sicurezza, bisogni educativi e diritto al gioco dei bambini stessi. Le organizzazioni che lavorano direttamente con produttori organizzati in modo informale sono tenute a rivelare l'eventuale coinvolgimento di bambini nei processi produttivi.</p> |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

| | | |
|---|---|---|
| <p>9. Ambiente</p> | <p>3.5, 4.1.3, 4.1.4</p> | <p>L'Organizzazione ottimizza l'uso delle materie prime derivanti da fonti gestite in modo sostenibile, acquistandole, ove possibile, a livello locale. Compratori e importatori prediligono l'acquisto di prodotti realizzati con materie prime derivanti da fonti gestite in modo sostenibile, se disponibili, e incoraggiano i rispettivi fornitori a ricorrere a tali materie prime. Per il confezionamento vengono utilizzati materiali riciclati o facilmente biodegradabili e, se possibile, le merci vengono spedite via mare. L'organizzazione promuove l'uso di tecnologie che rispettino l'ambiente, sostiene le iniziative volte a ridurre il consumo energetico e sensibilizza l'opinione pubblica sui rischi ambientali.</p> |
| <p>10. Relazioni commerciali</p> | <p>3.11, 3.14, 4.1.5, 4.2.5</p> | <p>L'Organizzazione commercia nel rispetto del benessere sociale, economico e ambientale di piccoli produttori emarginati e senza massimizzare il proprio profitto a loro spese. Si comporta in modo responsabile e professionale e rispetta gli impegni presi nei tempi stabiliti. Allo stesso modo i fornitori rispettano i contratti e consegnano i prodotti nei tempi concordati e secondo la qualità e le caratteristiche richieste. Produttori e fornitori sono pagati nei tempi stabiliti e secondo gli accordi presi. Laddove possibile e se richiesto, i produttori sono aiutati ad accedere a pagamenti anticipati pre-raccolto o pre-produzione (i cosiddetti prefinanziamenti). I compratori consultano i fornitori prima di revocare o rifiutare degli ordini. In caso di revoca per motivi non ascrivibili a inadempienze di produttori o fornitori viene garantito un compenso adeguato per il lavoro già svolto.</p> <p>L'Organizzazione intrattiene relazioni di lungo termine fondate sulla solidarietà, la fiducia e il rispetto reciproco, che contribuiscono alla promozione e alla crescita del Commercio Equo, e instaura una comunicazione efficace con i suoi partner commerciali. Le parti coinvolte in una relazione commerciale si adoperano affinché aumenti il volume di affari tra loro, nonché il valore e la varietà dei prodotti che offrono, in modo da far crescere il Commercio Equo a vantaggio dei produttori. I compratori sostengono i processi che generano valore aggiunto per i produttori, al fine di incrementare i redditi degli stessi.</p> <p>L'organizzazione collabora con altre Organizzazioni (Fair Trade Organisations – FTOs) operanti nel paese senza ricorrere alla concorrenza sleale, evitando a tal fine di riprodurre prodotti e linee di altre Organizzazioni senza autorizzazione.</p> |



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

3. Procedura di iscrizione e cancellazione per la Sezione del Registro AGICES di Produttori/Esportatori

Possono essere iscritte alla Sezione II del Registro AGICES le Organizzazioni di Produttori e/o Esportatori qualificati da:

- WFTO (cosiddette Fair Trade Organisations – FTOs)
- AGICES

3.1 Procedura di iscrizione

Un'Organizzazione di Produttori e/o Esportatori qualificata FTO da WFTO è automaticamente iscritta al Registro AGICES, nella Sezione II del Registro AGICES di Produttori/Esportatori.

Nel caso di Organizzazione di Produttori e/o Esportatori qualificata da AGICES l'iscrizione al Registro AGICES avviene:

- attraverso la compilazione del Modulo di Autovalutazione per le Organizzazioni di Produttori/Esportatori predisposto dal Comitato di Gestione del Registro AGICES e compilato a cura dell'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES che intende iscrivere nella Sezione II del Registro AGICES l'Organizzazione di Produttori e/o Esportatori;
- attraverso la compilazione di un'eventuale scheda di valutazione predisposta dall'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES, approvata dal Comitato di Gestione del Registro AGICES che verifichi la sussistenza dei Requisiti di cui alla Sezione II del Registro AGICES.

3.2 Procedura di cancellazione

La cancellazione di un'Organizzazione di Produttori e/o Esportatori dal Registro AGICES avviene:

- a seguito di esito negativo di una verifica da parte del Comitato di Gestione del Registro AGICES;
- a seguito di perdita della qualifica WFTO come FTO;
- per mancata compilazione del Modulo di Autovalutazione per le Organizzazioni di Produttori/Esportatori predisposto dal Comitato di Gestione del Registro AGICES o dell'eventuale scheda di valutazione predisposta dall'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES ed approvata dal Comitato di Gestione del Registro AGICES.



4. Procedure di monitoraggio e verifica del rispetto dei requisiti

Sezione I - ORGANIZZAZIONI ITALIANE DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

La procedura di monitoraggio e verifica del rispetto dei Requisiti per le Organizzazioni italiane di Commercio Equo e Solidale iscritte al Registro AGICES consta di 3 fasi: autovalutazione, verifica interna, verifica esterna.

a) Autovalutazione

L'Organizzazione italiane di Commercio Equo e Solidale che intende iscriversi al Registro AGICES compila, nei tempi definiti dal Regolamento Interno, i Moduli di Autovalutazione e fornisce tutti i documenti e le informazioni richieste a supporto.

b) Verifica interna

La verifica interna, a carico del Comitato di Gestione del Registro AGICES, può essere ordinaria o straordinaria.

– Verifica ordinaria

a. Il Comitato di Gestione del Registro AGICES verifica la corretta compilazione dei Moduli di Autovalutazione e la congruenza con la documentazione a supporto. Se lo ritiene necessario, può richiedere ulteriore documentazione all'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES che dovrà farla pervenire entro 30gg dalla richiesta.

b. Il Comitato di Gestione del Registro AGICES procede a verifiche a campione. Le verifiche possono essere eseguite esclusivamente da membri del Comitato di Gestione del Registro AGICES da valutatori accreditati dallo stesso Comitato di Gestione del Registro AGICES.

c. Il Comitato di Gestione del Registro AGICES, con gli strumenti che ritiene opportuni, assume informazioni atte a verificare eventuali inadempienze o comportamenti scorretti.

– Verifica straordinaria

Il Comitato di Gestione del Registro AGICES può decidere, attraverso una maggioranza qualificata dei 2/3, di avviare azioni di monitoraggio e verifica straordinarie, con gli strumenti che ritiene più opportuni, ogni volta che ne ravvisi necessità o su segnalazione del Consiglio Direttivo o di almeno due Soci AGICES. Il Comitato di Gestione del Registro AGICES comunica entro 15gg dalla decisione con raccomandata all'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES interessata l'avvio della procedura di verifica e monitoraggio straordinaria, ne informa il Consiglio Direttivo e gli eventuali Soci AGICES che abbiano richiesto l'intervento. Il Comitato di Gestione del Registro AGICES conclude la procedura entro 12 mesi.



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

L'esito delle verifiche ordinarie e/o straordinarie viene comunicato al Consiglio Direttivo che, in caso di violazioni riscontrate, avvia la procedura sanzionatoria prevista nel Regolamento Interno.

c) Verifica esterna

E' la verifica condotta da valutatori indipendenti, qualificati da un ente terzo identificato da AGICES. Tale visita, svolta con gli strumenti predisposti dal Comitato di Gestione del Registro AGICES, è volta a verificare il rispetto dei Requisiti definiti nel presente Regolamento.

Sezione II - ORGANIZZAZIONI DI PRODUTTORI E/O ESPORTATORI

La procedura di monitoraggio e verifica del rispetto dei Requisiti per le Organizzazioni di Produttori e/o Esportatori qualificati da AGICES consta di 3 fasi: autovalutazione, verifica interna, verifica esterna.

a) Autovalutazione

E' la fase di compilazione dei Moduli di Autovalutazione predisposti dal Comitato di Gestione del Registro AGICES per le Organizzazioni di Produttori/Esportatori o della scheda di valutazione predisposta dall'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES, approvata dal Comitato di Gestione del Registro AGICES. I Moduli o la scheda sono compilati a cura dell'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES che intende iscrivere nella Sezione II del Registro AGICES l'Organizzazione di Produttori e/ o Esportatori, al fine di fornire elementi sul soddisfacimento di tutti i Requisiti previsti nella Sezione II del presente Regolamento.

b) Verifica interna

Il Comitato di Gestione del Registro AGICES può decidere, attraverso una maggioranza qualificata dei 2/3, di avviare azioni di monitoraggio e verifica con gli strumenti che ritiene più opportuni:

- ogni volta che ne ravvisi necessità;
- laddove riceva segnalazioni o venga a conoscenza direttamente di comportamenti scorretti, o ritenuti tali, riguardanti un'Organizzazione di Produttori e/o Esportatori già iscritta al Registro AGICES;
- in caso di valutazioni contrastanti da parte dei diversi soggetti coinvolti (es. Socio AGICES e sistema di verifica internazionale);
- laddove riceva una richiesta di qualifica/iscrizione per un'Organizzazione di Produttori e/o Esportatori e sia a conoscenza di segnalazioni di criticità addebitate a tale Organizzazione.

Le verifiche possono essere eseguite esclusivamente da membri del Comitato di Gestione del Registro AGICES o da valutatori nominati dal Comitato di Gestione del Registro AGICES.



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

Il Comitato di Gestione del Registro AGICES comunica all'Organizzazione di Produttori e/o Esportatori produttore interessata e al Consiglio Direttivo l'avvio della procedura. Nel caso in cui venga avviata la procedura di monitoraggio e di eventuale revisione, il Comitato di Gestione del Registro AGICES:

- dove possibile, convoca i soggetti da cui provengono le segnalazioni di criticità, chiedendo di esplicitare e oggettivare la segnalazione stessa, possibilmente con documentazione a supporto;
- se lo ritiene opportuno, nomina uno o più valutatori indipendenti, chiedendo di eseguire una missione per conto del Comitato di Gestione del Registro AGICES, al fine di redigere una valutazione indipendente relativa alle criticità contestate;
- conclude la procedura entro 12 mesi, deliberando la conferma o la sospensione o l'espulsione dell'Organizzazione di Produttori e/o Esportatori iscritta al Registro AGICES.

c) Verifica esterna

E' la verifica condotta da valutatori indipendenti, qualificati da un ente terzo identificato da AGICES. Tale visita, svolta con gli strumenti predisposti dal Comitato di Gestione del Registro AGICES, è volta a verificare il rispetto dei Requisiti definiti nel presente Regolamento.

Ogni Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES può presentare richiesta di riammissione di un' Organizzazione di Produttori e/o Esportatori già sospeso o cancellato dal Registro AGICES, purché allegghi alla richiesta adeguata documentazione che evidenzi come l'Organizzazione abbia risolto i problemi all'origine della sua precedente sospensione o cancellazione dal Registro AGICES.

5. Uso del simbolo grafico e fonetico (Regolamento di utilizzo del marchio di iscrizione al Registro AGICES)

Il presente Regolamento definisce i termini di utilizzo del Marchio di iscrizione al Registro AGICES (di seguito Marchio) da parte delle Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale iscritte al Registro AGICES (di seguito Organizzazioni). L'uso del Marchio e delle diciture ad esso correlate sono un'opportunità e non un obbligo per le Organizzazioni iscritte al Registro AGICES.

5.1 Generalità

5.1.1 Il Marchio di iscrizione al Registro AGICES è costituito dal logo come riportato nell'Allegato A al presente Regolamento e dalla denominazione **"Iscritto/a al Registro AGICES (Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale)"**. Le due parti costituiscono il Marchio AGICES e possono essere utilizzate separatamente. E' possibile usare, in aggiunta o in alternativa alla denominazione in italiano, quella in inglese : **"Member of AGICES Register (Italian General Assembly of Fair Trade)"**.



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

5.1.2 AGICES si riserva la facoltà di modificare e/o integrare in ogni momento il Marchio di iscrizione al Registro AGICES a seguito dell'emanazione di nuove norme nazionali o internazionali o a seguito di eventuali accordi nazionali o internazionali di mutuo riconoscimento con altre Organizzazioni di certificazione di Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale/Fair Trade.

5.1.3 Il Marchio ed i relativi supporti sono di proprietà di AGICES e vengono concessi in uso esclusivamente alle Organizzazioni iscritte al Registro AGICES.

5.1.4 Le Organizzazioni iscritte al Registro AGICES che utilizzano il Marchio sono tenute a rispettare il presente Regolamento.

5.1.5 Dall'entrata in vigore del presente Regolamento, le Organizzazioni iscritte al Registro AGICES, s'impegnano a cessare immediatamente l'utilizzo di tutti i supporti che riportano marchi secondo modalità non conformi al presente Regolamento.

5.1.6 L'Organizzazione non potrà concedere, direttamente o indirettamente l'uso del Marchio a nessun'altra Organizzazione senza il permesso scritto dell'AGICES.

5.1.7 L'uso del Marchio è subordinato al pagamento della quota di iscrizione al Registro AGICES. Secondo quanto stabilito dallo Statuto AGICES, ogni anno l'Assemblea dei Soci, contestualmente all'approvazione del bilancio preventivo e a seguito di proposta del Consiglio Direttivo, approva l'ammontare della quota annuale di iscrizione al Registro AGICES.

5.2 Dove si utilizza il Marchio

5.2.1 L'Organizzazione iscritta al Registro AGICES è libera di usare il Marchio per promuovere se stessa come Organizzazione di Commercio Equo e Solidale sulle propria comunicazione istituzionale e sulle proprie pubblicazioni. A titolo esemplificativo: carta da lettera, buste, fatture, documenti di trasporto, biglietti da visita, materiale pubblicitario, schede prodotti, articoli promozionali ed altro materiale di cancelleria, pubblicazioni su internet, banner, annuari (pagine gialle, elenchi telefonici, ecc.), insegne, vetrine, mostre fotografiche, poster, bilanci sociali e comunicazioni ai Soci, nastro adesivo. E' possibile l'utilizzo di etichette e timbri riportanti il Marchio di iscrizione al Registro AGICES. In tal caso l'Organizzazione, che è responsabile del corretto utilizzo, è tenuta a fornire adeguate informazioni/istruzioni scritte a tutti coloro che hanno facoltà di utilizzare etichette e timbri per garantire che il loro utilizzo sia conforme al presente Regolamento.

5.2.2 È consentito l'utilizzo del Marchio su beni o mezzi strumentali di proprietà dell'Organizzazione quali veicoli commerciali, edifici, tute da lavoro, camici, ecc.) ed esclusione degli oggetti che si configurano come prodotti oggetto di specifica certificazione (prodotti di Commercio Equo e Solidale, biologici, attrezzature, dispositivi di protezione individuale, ecc.)

5.2.3 L'Organizzazione non potrà usare il Marchio direttamente sui prodotti, e su ogni imballo, su espositori o scaffali, etichetta/fascetta attaccata ai prodotti e destinata al consumatore finale.

5.2.4 L'uso del Marchio non deve in alcun modo generare il dubbio che possa essere interpretato come una certificazione di prodotto.



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

5.2.5 Il Marchio dovrà essere usato congiuntamente e in prossimità del marchio/ragione sociale della Organizzazione ed in particolare nei casi di Consorzi/Aziende-Organizzazioni consorziate/Organizzazioni-Aziende associate il Marchio deve essere riportato unicamente in prossimità del marchio/ragione sociale dell'Organizzazione iscritta in modo che non si producano dubbi sulla titolarità dell'iscrizione.

5.2.6 Soluzioni diverse devono essere preventivamente autorizzate dal Comitato di Gestione del Registro AGICES .

5.3 Dimensioni e specifiche del Marchio

5.3.1 Le matrici elettroniche per la realizzazione del Marchio vengono fornite da AGICES a titolo gratuito.

5.3.2 Le dimensioni del Marchio devono essere proporzionate alla dimensione del marchio/ragione sociale dell'Organizzazione in prossimità del quale viene apposto. Le dimensioni massime devono comunque essere tali da non essere superiori a quelle del marchio/ragione sociale dell'Organizzazione.

5.3.3 Le dimensioni del Marchio possono essere ridotte o ingrandite mantenendone inalterate forma, colori e proporzioni. Deve essere sempre garantita la buona leggibilità di parole e numeri.

5.3.4 Le dimensioni minime nelle quali può essere riprodotto il Marchio sono riportate nell'Allegato A al presente Regolamento.

5.3.5 Qualora il Marchio venga apposto su documenti non stampati in quadricromia o comunque in più di un colore è consentita la riproduzione del Marchio nel medesimo colore della ragione sociale dell'Organizzazione a condizione che siano chiaramente distinguibili parole e disegni. E' ammessa la riproduzione in toni di grigio su documenti stampati da computer o fotocopati.

5.4 Usi diversi o impropri del Marchio

5.4.1 Richieste per l'uso del Marchio in casi diversi, non previsti dal presente documento devono essere approvate dal Consiglio Direttivo dell'AGICES, sentito il parere del Comitato di Gestione del Registro AGICES.

5.4.2 E' responsabilità dell'Organizzazione informare AGICES di ogni violazione o uso improprio del Marchio da parte di Organizzazioni iscritte al Registro AGICES o da parte di terzi, di cui venga a conoscenza, oggettivando la segnalazione stessa, possibilmente con materiale di documentazione a supporto.

5.5 Sanzioni

5.5.1 Qualora l'Organizzazione usi il Marchio impropriamente, il Comitato di Gestione del Registro AGICES intima all'Organizzazione di cessare immediatamente detto uso improprio comunicandolo all'Organizzazione interessata con raccomandata R.R. e al Consiglio Direttivo. Avverso tale decisione è ammesso il ricorso al Collegio dei Probiviri entro 15 giorni dal ricevimento della notifica. Il Collegio dei Probiviri decide in merito al ricorso entro 15 giorni dal ricevimento della richiesta. L'operatività della richiesta è sospesa durante tale periodo.



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

5.5.2 In caso di particolari gravità o qualora l'Organizzazione agisca in modo da causare danno o discredito all'AGICES, il Comitato di Gestione del Registro AGICES potrà avviare azioni inibitorie davanti all'Autorità Giudiziaria e parallelamente avviare la procedura sanzionatoria prevista. L'Organizzazione suddetta non richiederà nessun risarcimento all'AGICES per eventuali danni causati dalla decisione di ritirare il permesso di utilizzo del Marchio.

5.6 Periodo di validità

5.6.2 L'utilizzo del Marchio è automaticamente rinnovato a condizione che l'Organizzazione continui a soddisfare pienamente i criteri e il sistema di monitoraggio AGICES, ed essere quindi iscritta al Registro AGICES.

5.6.3 Nel caso di decadenza dallo status di Socio, di rinuncia o sospensione o cancellazione dal Registro secondo la procedura sanzionatoria prevista, l'Organizzazione deve cessare immediatamente l'utilizzo del Marchio su qualunque supporto sia apposto, sia qualsiasi altro riferimento all'iscrizione.

5.7 Informazioni

5.7.1 L'Organizzazione s'impegna a comunicare e a valorizzare l'iscrizione al Registro AGICES espressa attraverso il Marchio AGICES e a fornire a clienti/utenti/partner commerciali, qualora questi ne facciano richiesta, i documenti riportanti i criteri e gli standard AGICES (Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale, Regolamento di Gestione del Registro AGICES, ecc.).



ALLEGATI AL REGOLAMENTO DI GESTIONE DEL REGISTRO AGICES

Allegato A - Dimensioni minime e specifiche del Marchio

Allegato B - Definizione di partner commerciali per cui si richiede Report (Cap. 2.2 - Requisito 2.7 del Regolamento di Gestione del Registro AGICES)

La compilazione del Report viene richiesta quando relazione commerciale intrapresa dall'Organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale iscritta al Registro AGICES abbia come interlocutore una società commerciale che gestisca indicativamente più di 20 punti di distribuzione, indipendentemente dall'area geografica su cui sono collocati, che ricadano all'interno delle seguenti tipologie:

1. Grande Magazzino
2. Supermercato
3. Ipermercato
4. Grande superficie specializzata
5. Cash and Carry
6. Franchising

Si assumono a riferimento le definizioni ufficiali stabilite dal Ministero delle Attività Produttive per individuare esattamente le tipologie considerate. In particolare:

- **Grande Magazzino:** "Esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare, che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di almeno 5 distinti reparti (oltre l'eventuale annesso reparto alimentare) ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo".
- **Supermercato:** "Esercizio di vendita al dettaglio operante nel campo alimentare (autonomo o reparto di grande magazzino) organizzato prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di un vasto assortimento di prodotti di largo consumo ed in massima parte preconfezionati nonché, eventualmente, di alcuni articoli non alimentari di uso domestico corrente".
- **Ipermercato:** "Esercizio al dettaglio con superficie di vendita superiore a 2500 mq, suddiviso in reparti (alimentare e non alimentare), ciascuno dei quali aventi, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino".



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

- **Grande superficie specializzata:** "Esercizio al dettaglio operante nel settore non alimentare (spesso appartenente ad una catena distributiva a succursali) che tratta in modo esclusivo o prevalente una specifica gamma merceologica di prodotti su una superficie di vendita non inferiore ai 1500 mq".
- **Cash and Carry:** "Esercizio all'ingrosso organizzato a self-service, con superficie di vendita superiore a 400 mq, nel quale i clienti provvedono al pagamento in contanti, contro emissione immediata di fattura, e al trasporto diretto della merce".
- **Franchising:** "Sistema di collaborazione tra imprese giuridicamente ed economicamente indipendenti, ma vincolate da un contratto, sulla base del quale un'impresa (franchisor) concede ad un'altra (franchisee) il diritto di sfruttare, a determinate condizioni e dietro pagamento, un marchio ed una formula commerciale concretizzata da una insegna, assicurando, inoltre, assistenza e servizi regolari di supporto".

Non rientrano nel Report, quindi, i rapporti stabiliti con singoli punti vendita o piccole reti (fino a 20) anche se legati ad insegne, gruppi, unioni volontarie, gruppi di acquisto che ricadano nelle definizioni sopra descritte.

Allegato C - Prezzo equo ai produttori: specifiche (Cap. 2.2 – Requisiti 6.2 e 6.3 del Regolamento di Gestione del Registro AGICES)

Gli strumenti individuati per la verifica del pagamento di un prezzo equo ai produttori non sono la concretizzazione di meri rapporti economici formali, bensì strumenti funzionali all'avvio e al consolidamento nel tempo di una relazione paritaria tra i soggetti coinvolti. Gli strumenti adottati sono:

A. Accordi sottoscritti tra le parti;

B. Scheda di presentazione del Produttore¹

C. Scheda di presentazione del Committente²

A) Accordi sottoscritti tra le parti

A.1 Contratto di partenariato

La relazione di Commercio Equo e Solidale è regolata da accordi sottoscritti da entrambe le parti (Produttore, Committente). L'ente, quindi, redige un Contratto/accordo/procedura di partenariato "tipo" che definisce le modalità di relazione del soggetto con i produttori suoi partner. Questo definisce gli aspetti di carattere generale inerenti la relazione di medio-lungo termine e deve contenere gli elementi minimi di seguito indicati.

L'ente che importa si impegna a mettere a conoscenza i produttori dei contenuti di tale documento, arrivando, ove possibile, a sottoscrivere congiuntamente tale accordo. Il Contratto di partenariato ha valenza pluriennale e non richiede a priori una forma specifica, ma deve essere tale da

¹ Nel presente testo la parola "Produttore" fa riferimento alla definizione data al punto 4.1 al punto 4.1 della Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale: "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."

² Nel presente testo si è optato per l'utilizzo della parola "Committente" in luogo di "Importatore" o di Organizzazione di Commercio Equo che importa".



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

contenere tutti gli elementi previsti di seguito indicati. Il Comitato di Gestione del Registro AGICES, quindi, dovrà verificare la congruità del documento. Il Socio AGICES dovrà inoltre essere in grado, in sede di verifica, di fornire tutti i documenti necessari a dimostrare il rispetto di quanto dichiarato.

Il Contratto di partenariato dovrà includere:

A.1.1. Durata del contratto: riferimento a relazioni stabili, senza però indicarne i limiti in termini quantitativi;

A.1.2. Richiamo ai principi di riferimento WFTO (AGICES): riferimento alla Carta Italiana dei Criteri (Cap.3, Criteri Generali adottati dalle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale). Eventualmente, aggiungere il riferimento anche agli standard WFTO;

A.1.3. Origine prodotti: riferimento a tutti i seguenti elementi nel Modulo di qualifica dei produttori AGICES e proposta di introdurre alcune piccole modifiche per integrare le informazioni previste:

A.1.3.1. Gruppi coinvolti nella produzione;

A.1.3.2. Tracciabilità delle materie prime alimentari;

A.1.3.3. Politiche di approvvigionamento delle materie prime;

A.1.4. Impostazione generale utilizzata nella fissazione del prezzo FOB da parte del Produttore;

A.1.5. Modalità di fissazione del prezzo (ovvero processo di definizione del prezzo tra Importatore e Produttore), incluso il riferimento ai prezzi minimi stabiliti a livello internazionale: riferimento al Regolamento di Gestione del Registro AGICES

A.1.6. Condizioni di pagamento da parte del Committente, con particolare riferimento, ove richiesti, agli anticipi sui pagamenti (tempi e importi)

A.1.7. Continuità degli acquisti

A.1.8. Responsabilità assunte da entrambe le parti circa il rispetto degli obblighi contrattuali (mancato adempimento di parti del contratto ed eventuali azioni correttive previste)

A.1.9. Impegno a gestire relazione mediante dinamiche ispirate alla trasparenza e al dialogo

A.2 Contratto di vendita

Le organizzazioni per ogni singola importazione discutono con i produttori i termini della transazione. Questo avviene tramite l'ausilio di strumenti più formali quali contratti o accordi sottoscritti, ad altri meno formali quali lo scambio di messaggi di posta elettronica. In questo caso risulta però più semplice avere documenti a prova dei termini della transazione. Il Contratto di vendita, applicando quanto enunciato nel Contratto di partenariato, precisa i termini specifici della singola transazione.

L'ente redige un documento che presenta la procedura seguita nella definizione dei termini della singola transazione di acquisto dai produttori partner, secondo lo schema previsto dalla definizione di Prezzo Equo e dei relativi Strumenti di Verifica. L'ente si impegna inoltre a mettere a disposizione del Comitato di Gestione del Registro AGICES tutte le risultanze documentali utili a verificare il rispetto di questo criterio.



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

Più specificamente:

- A.2.1. Determinazione del prezzo FOB
- A.2.2. Modalità e tempi di invio dell'ordine da parte del committente
- A.2.3. Modalità e tempi di evasione dell'ordine da parte del produttore
- A.2.4. Modalità e tempi del pagamento

Il Socio redige ed invia al Comitato di Gestione del Registro AGICES un contratto/accordo/procedura di vendita, senza prevederne a priori la forma, ma tale da presentare i passaggi con cui si determinano con il Produttore partner i termini della singola transazione, evidenziando l'iter generalmente seguito per il raggiungimento dell'accordo. L'iter deve prevedere per lo meno i seguenti passaggi:

- ordine scritto da parte del Committente con richiesta tempi di consegna;
- risposta del Produttore con conferma dei prezzi e dei tempi di invio;
- accettazione da parte del Committente dei prezzi e delle modalità di invio;
- determinazione delle modalità di pagamento.

L'accettazione dei termini della transazione formalizzata dalla approvazione e firma della Proforma Invoice vale come Contratto di vendita, a patto che questa contenga gli elementi minimi previsti dal contratto di vendita così come definito negli strumenti di verifica approvati. Il Socio AGICES dovrà inoltre essere in grado, in sede di verifica, di fornire tutti i documenti necessari a dimostrare il rispetto di quanto dichiarato.

B) Scheda di presentazione del Produttore

La Scheda di presentazione del Produttore è stata pensata allo scopo di raccogliere informazioni circa l'organizzazione, i processi interni alla struttura e valutare l'impatto delle sue attività sulle persone coinvolte e più in generale sulla comunità. L'onere della presentazione della presente scheda è a carico del Committente. La compilazione della scheda può essere effettuata dal Produttore stesso o, ove questo fosse impossibilitato o non in grado di espletare questo compito, dovrà essere compilata ad opera del Committente. Le informazioni richieste non riguardano solo l'organizzazione con cui il Committente si relaziona, ma l'intento è quello di risalire la filiera fino alle persone direttamente impegnate nella produzione. La Scheda deve essere aggiornata al massimo ogni 3 anni. Le informazioni sui Produttori che si ritiene debbano essere raccolte riguardano:

1. Struttura organizzativa

- 1.1. Forma giuridica;
- 1.2. Organi sociali;
- 1.3. Processi decisionali;
- 1.4. Numero dei soci/beneficiari;
- 1.5. Numero dei dipendenti e/o dei soci lavoratori.



2. Storia e obiettivi

3. Attività

4. Dati sulle vendite degli ultimi due anni

- 4.1. Vendite totali;
- 4.2. Vendite mercato interno e mercato estero;
- 4.3. Vendite attraverso i canali del commercio equo e solidale.

5. Remunerazioni per lavoratori dipendenti/occasionalibraccianti/artigiani ed eventuali benefici (fondo pensione e salute, microcredito, ecc.)

6. Descrizione dei progetti di promozione economico sociale

7. Contesto economico del paese: salario minimo legale, paniere dei beni essenziali

8. Esplicitazione e scomposizione del prezzo FOB (per singolo prodotto o per gruppi omogenei di prodotti o sull'intera produzione) almeno nei seguenti elementi

- 8.1. Costi di produzione (se possibile in dettaglio per singole voci di costo);
- 8.2. Margine lordo e margine netto del Produttore (come da bilancio);
- 8.3 margine (inteso come quota parte del margine lordo) o risorse totali destinate a progetti di promozione economico e sociale.

9. Impegni riguardo le scelte di fondo inerenti il processo produttivo (sostenibilità ambientale, sicurezza del lavoro).

Nel caso si tratti di un'organizzazione di secondo livello³ o di un esportatore la scheda comprende anche informazioni sui gruppi di primo livello con le seguenti informazioni:

10. Struttura organizzativa

- 10.1. Forma organizzativa;
- 10.2. Localizzazione del gruppo;
- 10.3. Numero dei soci/beneficiari;
- 10.4. Numero dei dipendenti e/o soci lavoratori.

11. Storia e obiettivi

12. Attività

13. Dati sulle vendite degli ultimi due anni

- 13.1. Vendite totali;
- 13.2. Vendite mercato interno e mercato estero;
- 13.3. Vendite attraverso i canali del commercio equo e solidale.

³ L'intento di questo paragrafo è quello di raccogliere informazioni ed analizzare l'attività di tutta la filiera produttiva fino alle persone coinvolte nella produzione.



- 14. Remunerazioni per lavoratori dipendenti/occasionalibraccianti ed eventuali benefici** (fondo pensione e salute, microcredito, ecc.)
15. Descrizione dei progetti di promozione economico sociale

C) Scheda di presentazione del Committente

I dati richiesti nella Scheda di presentazione del Committente sono previsti e ricavabili dai Moduli di Autovalutazione o dai documenti allegati che i Soci devono inviare ad AGICES (es. Statuto, Bilancio, Bilancio Sociale) e riguardano:

1. Struttura organizzativa:

- 1.1. forma giuridica;
- 1.2. organi sociali;
- 1.3. processi decisionali;
- 1.4. numero dei soci/beneficiari;
- 1.5. numero dei dipendenti e/o dei soci lavoratori

2. Obiettivi: riferimento alla Carta Italiana dei Criteri (Cap.2, Obiettivi del Commercio Equo e Solidale), al Regolamento di Gestione del Registro AGICES e allo Statuto da allegare.

3. Attività: riferimento alle informazioni contenute nei Moduli di Autovalutazione AGICES.

4. Dati sulle vendite degli ultimi due anni: riferimento alle informazioni contenute nel Bilancio da allegare, nonché nel Modulo di Autovalutazione:

- 4.1 Vendite totali;
- 4.2 Vendite mercato interno e mercato estero;
- 4.3 vendite ad organizzazioni di Commercio Equo e Solidale.

5. Dati sulla continuità degli acquisti

- 5.1 Acquisti totali;
- 5.2 Statistiche sugli acquisti dei prodotti del Commercio Equo e Solidale.

6. Modalità di fissazione del prezzo al pubblico

7. Condizioni di pagamento

8. Esplicitazione e scomposizione del prezzo FOB (per singolo prodotto o per gruppi omogenei di prodotti o sull'intera produzione) **almeno nei seguenti elementi**

- 8.1 Costi di produzione (se possibile in dettaglio per singole voci di costo);
- 8.2 Margine lordo e margine netto del Produttore (come da bilancio);
- 8.3 Margine (inteso come quota parte del margine lordo) o risorse totali destinate a progetti di promozione economico e sociale.

9. Impegni riguardo le scelte di fondo inerenti il processo produttivo (sostenibilità ambientale, sicurezza del lavoro).



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

Nel caso si tratti di un'organizzazione di secondo livello o di un esportatore la scheda comprende anche informazioni sui gruppi di primo livello con le seguenti informazioni:

10. Struttura organizzativa:

- 10.1 Forma organizzativa;
- 10.2 Localizzazione del gruppo;
- 10.3 Numero dei soci/beneficiari;
- 10.4 Numero dei dipendenti e/o soci lavoratori.

11. Storia e obiettivi

12. Attività

13. Dati sulle vendite degli ultimi due anni

- 13.1 Vendite totali;
- 13.2 Vendite mercato interno e mercato estero;
- 13.3 Vendite attraverso i canali del Commercio Equo e Solidale.

14. Remunerazioni per lavoratori dipendenti/occasionalibraccianti ed eventuali benefici (fondo pensione e salute, microcredito, ecc.).

15. Descrizione dei progetti di promozione economico sociale.

C) Scheda di presentazione del Committente

I dati richiesti nella Scheda di presentazione del Committente sono previsti e ricavabili dai Moduli di Autovalutazione o dai documenti allegati che i Soci devono inviare ad AGICES (es. Statuto, Bilancio, Bilancio Sociale) e riguardano:

1. Struttura organizzativa:

- forma giuridica;
- organi sociali;
- processi decisionali;
- numero dei soci/beneficiari;
- numero dei dipendenti e/o dei soci lavoratori

2. Obiettivi: riferimento alla Carta Italiana dei Criteri (Cap.2, Obiettivi del Commercio Equo e Solidale), al Regolamento di Gestione del Registro AGICES e allo Statuto da allegare.

3. Attività: riferimento alle informazioni contenute nei Moduli di Autovalutazione AGICES.



Allegato D – Schema di Prezzo Trasparente e campo di applicazione (Cap. 2.2 - Requisito 2.8 del Regolamento di Gestione del Registro AGICES)

- **Prezzo al produttore**
- **Spese di importazione**
- **Margine per organizzazione che importa**
- **Margine per organizzazione che vende al pubblico**
- **Tot. prezzo netto 100%**
- **Iva**
- **Prezzo al pubblico**

Voci aggiuntive nel caso di trasformati o prodotti che subiscono lavorazioni in Italia

- **Valore prodotti non Commercio Equo e Solidale usati nella produzione**
- **Valore lavorazioni/trasformazione del prodotto in Italia**

PREZZO AL PRODUTTORE

Si tratta del prezzo della merce al produttore FOB (Free On Board), ossia il prezzo della merce caricata sulla nave, comprensivo cioè dei costi di trasporto interni fino al porto (o all'aeroporto) di spedizione. Questa cifra non dà modo di entrare nel dettaglio di quello che succede e della relativa distribuzione delle risorse nel paese di origine, in particolare laddove ci sia la presenza di intermediari e/o organizzazioni di marketing. D'altra parte, molto spesso per problemi contabili, le organizzazioni che importano possono non riuscire ad entrare nel dettaglio del prezzo FOB e fornire maggiori elementi per tutti i prodotti acquistati. In alcune occasioni può risultare difficile anche ottenere il prezzo FOB pagato ai produttori, in particolare quando l'importazione avviene attraverso altre organizzazioni europee. In definitiva, riteniamo che indicare il prezzo FOB nella scheda prezzo trasparente possa essere il giusto compromesso tra le diverse situazioni sopraelencate, coerentemente tra l'altro con quanto richiesto nella Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale fin dalla sua prima stesura.

In un'ottica di valorizzazione del rapporto e non solo dello scambio monetario, crediamo potrebbe essere utile discutere assieme sulla possibilità di inserire una voce non collegata direttamente alla composizione del prezzo ma che metta in luce eventuali servizi e supporti di diverso genere forniti dall'organizzazione italiana al produttore. Ad esempio: formazione, supporto economico, progetti e partnership, ecc.

SPESE DI IMPORTAZIONE

Questa voce comprende il trasporto (nolo mare, operazione doganale, assicurazione, soste container, trasporto porto-magazzino) dal paese produttore all'Italia; eventuali dazi o tasse doganali. Nel caso di prodotti importati attraverso altre organizzazioni europee, comprende anche il margine di queste ed eventuali lavorazioni/trasformazioni subite dal prodotto, per loro conto, in Europa.



MARGINE PER ORGANIZZAZIONE CHE IMPORTA

Questa voce è evidentemente condizionata dalla seguente, qualora uno sconto maggiore al rivenditore eroda il margine dell'importatore o viceversa uno sconto minore lo mantenga maggiore. Anche in questo caso si tratterà quindi di una media. E' importante notare che questa voce comprende molte voci che alcune organizzazioni evidenziano a parte. A questo proposito ricordiamo che lo schema proposto è uno schema MINIMO e che nulla vieta di fornire maggiori informazioni (purché poi risultino raggruppate secondo lo schema condiviso in AGICES). In particolare sotto questa voce saranno indicati ad esempio:

- Eventuali costi di certificazione biologica e/o analisi per prodotti alimentari
- Prefinanziamenti
- Costi di sviluppo prodotti, promozione e distribuzione
- Trasporti interni
- Stoccaggio
- Sfrido (merce rovinata, rotta, scaduta, perdite di peso dovute a stoccaggio o a lavorazioni, ecc.).

MARGINE PER ORGANIZZAZIONE CHE VENDE AL PUBBLICO

Evidentemente questa cifra non può tenere conto delle diverse politiche commerciali che portano ogni organizzazione che immette un prodotto equo sul mercato a fare scelte diverse in termini di canali di vendita e scontistiche applicate ai rivenditori. Risulterebbe difficilmente proponibile indicare sulla scheda prezzo trasparente, il margine diverso per ogni tipologia di canale distributivo. Considerando che elemento fondamentale che la scheda prezzo trasparente dovrebbe valorizzare è la filiera equa del prodotto, riteniamo che il passaggio produttore-importatore-bottega che dovrebbe essere immediatamente visibile. Per questo riteniamo corretto che in essa venga riportato il margine medio di vendita calcolato sui clienti organizzazione Commercio Equo e Solidale/Bottega del Mondo.

VALORE PRODOTTI NON COMMERCIO EQUO E SOLIDALE USATI NELLA PRODUZIONE

In considerazione del fatto che questo dato deve comunque sempre essere riportato nei prodotti trasformati e quindi comunicato in etichetta come previsto dalla carta, riteniamo utile inserire questa voce nella scheda.

VALORE LAVORAZIONI/TRASFORMAZIONE DEL PRODOTTO IN ITALIA

Questa voce comprende i costi di lavorazione e/o trasformazione dei prodotti alimentari e non alimentari, sia eseguiti presso strutture terze che internamente da quelle organizzazioni Socie che fanno anche questo tipo di attività.

Modalità operative

IL CALCOLO DELLA PERCENTUALE

La scheda prezzo trasparente può essere elaborata presentando i dati in valore assoluto, in valore percentuale o entrambi, secondo quanto previsto dalla Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale. Il calcolo della percentuale delle diverse voci può essere fatto prendendo come base il prezzo finale al netto di IVA oppure il prezzo finale al pubblico inclusa IVA. Chiaramente la sostanza non cambia.



Dalla parte giusta

RGR Rev05 del 08.05.10

Quella che può cambiare è la percezione, da parte del consumatore finale, delle quantità di risorse che vengono "spostate a sud" nella commercializzazione del prodotto. Il consumatore male informato può essere infatti "turbato" da:

- un rapporto particolarmente basso tra prezzo al produttore e prezzo che lui paga in bottega, visto che normalmente non si hanno termini di paragone con il mercato tradizionale.
- il margine delle organizzazioni che importano e commercializzano il prodotto relativamente alto, se confrontato al prezzo pagato al produttore.

Queste percezioni rappresentano, come emerso sia nel lavoro del cd. Gruppo Prezzo Trasparente che nell'Assemblea di Rieti, gli ostacoli maggiori all'utilizzo del prezzo trasparente in Bottega.

Considerando tutti questi fattori, e non ultimo il fatto che l'IVA non è un dato su cui l'organizzazione può in alcun modo intervenire per "spostare a sud una maggiore quantità di risorse, mentre è possibile (entro certi limiti, certo) lavorare sulle altre fasi della filiera (trasporti, lavorazioni, ecc.)

Proponiamo che la percentuale sia calcolata sul prezzo al netto di IVA.

In modo che siano direttamente confrontabili i margini dei diversi attori coinvolti nella commercializzazione a scapito, certo di una percezione diversa sulla significatività del prezzo pagato al produttore in rapporto al prezzo finale.

CHI LO DEVE FARE

La costruzione della scheda prezzo trasparente sia a carico dell'organizzazione che importa o che comunque immette nel mercato il prodotto (nel caso di trasformati alimentari/non alimentari). Resta quindi co-responsabilità delle altre organizzazioni coinvolte nella catena di commercializzazione l'utilizzo e la diffusione della scheda.

OGNI QUANTO

Su ogni scheda prezzo trasparente deve essere riportata la data a cui si riferiscono i dati. Non si fissano quindi dei limiti o delle indicazioni su scadenze temporali delle schede.

SU QUALI PRODOTTI

- Per i prodotti **alimentari "nativi"(*)**: schede per ogni singola referenza, o linea di prodotti.
 - Per i prodotti **alimentari e non alimentari trasformati**: scheda per ogni singola referenza o linea di prodotti.
 - Per i prodotti **non alimentari "nativi"**: scheda per singola referenza, per spedizione (container o altro), per famiglia di prodotti, per progetto.
- NON sono adatte, quindi, schede generali per continente o addirittura comprensive di tutti i prodotti artigianali trattati, poiché troppo generiche.

(*) Distinguiamo di seguito i prodotti tra :

1 "**nativi**" prodotti alimentari e non alimentari che vengono prodotti, trasformati e confezionati interamente nei paesi di provenienza

2 "**trasformati**"/**lavorati** : prodotti alimentari o non alimentari che subiscono delle lavorazioni in Italia o in altri paesi europei.