

NON
SONO
DIETRO

RAPPORTO
ANNUALE
2021

equo
garantito
www.equogarantito.org

Rapporto Annuale 2021

Coordinamento editoriale:

Marta Fracasso

Hanno collaborato:

Marco Fazio

Micol Arena

Gaga Pignatelli

Progetto grafico:

paolomosele.com

Equo Garantito ringrazia
per l'amichevole collaborazione
alla stesura di questo Rapporto:

**Erinch Sahan, David Cambioli,
Valeria Calamaro, Sara Novati,
Erika Ceffa, Massimo Mogiatti,
Luca Gioelli, Renzo Garrone,
Genni Fabrizio, Duccio Facchini,
Leonardo Becchetti**

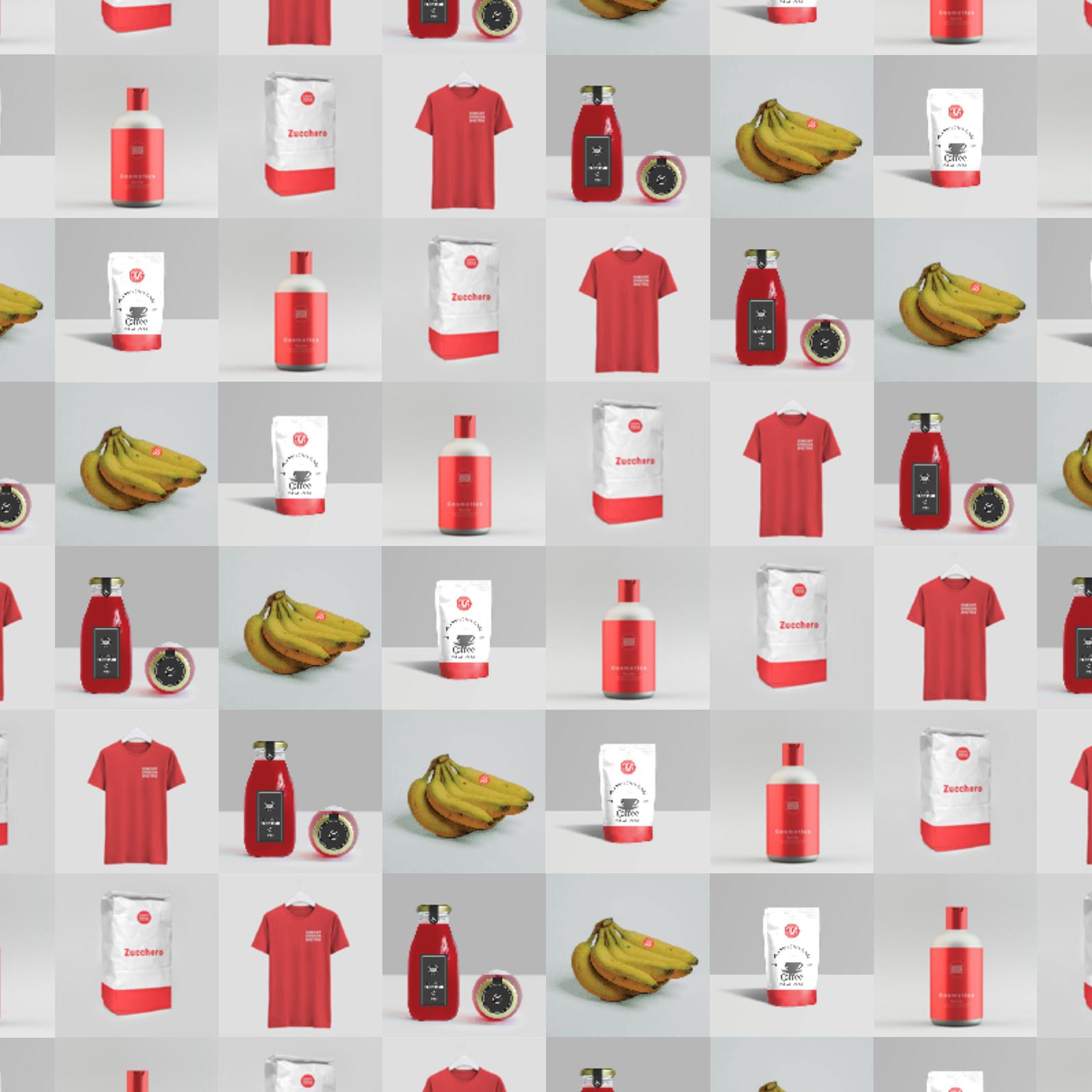
Realizzato con il contributo di Unioncamere - Ministero dello Sviluppo Economico nell'ambito delle agevolazioni alle associazioni di categoria per la promozione all'estero dei marchi collettivi e di certificazione (Decreto direttoriale MiSE/80230390587 del 20-11-2020)



Equo Garantito - come organizzazione nazionale di rappresentanza delle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale è membro di WFTO - World Fair Trade Organization (Organizzazione mondiale del Commercio Equo e Solidale). WFTO raccoglie infatti 32 organizzazioni nazionali, oltre 330 organizzazioni di Commercio Equo e Solidale tra produttori, importatori, distributori, retailer e altre 34 organizzazioni di supporto al Commercio Equo e Solidale.

INDICE

PREMESSA	5
INTRODUZIONE	7
#BUILDBACKFAIRER	9
ALTRAQUALITÀ: IL VIRUS DELL'ETICA NELLA MODA	15
ALTROMERCATO: PACKAGING E IMPATTO AMBIENTALE	17
EQUOMERCATO: AGUA ESCONDIDA, VIAGGIO NELLA BIODIVERSITÀ	19
VAGAMONDI: POO POO PAPER E GOMMA NATURALE	21
SHADHILLY: LA TRASPARENZA ED IL GIUSTO PREZZO DEL CAFFÈ	23
LIBEROMONDO: IL VALORE SOCIALE DEL CIBO ...	29
RAM: VIAGGI E TURISMO RESPONSABILE	31
A SCUOLA DI CONSAPEVOLEZZA	33
BENKADÌ E IL SUO "DOPOSCUOLA IN MOVIMENTO"	34
ALTRECONOMIA: INFORMAZIONE PER AGIRE	35
LE GIUSTE RELAZIONI, ANCHE SE "A DISTANZA" ...	37
ECONOMIA SOLIDALE E PANDEMIA	41
FACTS AND FIGURES	43
MANIFESTO #IONONTORNOINDIETRO	45



PREMESSA

Il Rapporto Annuale è l'occasione per raccontare la vita della nostra associazione e dei Soci che rappresenta. È un racconto corale che con soddisfazione e piacere mettiamo assieme per dare voce ai nostri compagni di strada. Il Rapporto 2021 racconta il nostro movimento dalla viva voce dei suoi protagonisti, seguendo quest'anno i temi della campagna #IONONTORNOINDIETRO (www.ionontornoindietro.it), un'iniziativa collettiva del movimento equosolidale Equo Garantito per fare la differenza ed essere protagonisti di una "transizione" globale e personale, soprattutto e ancora di più – questo è ciò che auspichiamo – dopo la pandemia:

LAVORO E DIRITTI
ECONOMIA
MODA
RIFIUTI
RISORSE NATURALI
TRASPARENZA
ALIMENTAZIONE/IL VALORE SOCIALE DEL CIBO
VIAGGI
SCUOLA
INFORMAZIONE
RELAZIONI

#IONONTORNOINDIETRO, una campagna promossa da Equo Garantito in collaborazione con le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale socie: Altromercato, Shadhilly, LiberoMondo, AltraQualità, EquoMercato, Vagamondi. Ed è strettamente collegata alla campagna internazionale #BuildBackFairer promossa da WFTO (Organizzazione Mondiale del Commercio Equo e Solidale, a cui Equo Garantito aderisce), di cui parliamo in questo Rapporto.



Perché nessuno dimentichi la "lezione" della pandemia e ciascuno, con concreti gesti etici, sia in prima persona l'artefice di una nuova normalità e di un mondo più solidale e più verde. Un sito web interattivo, un video di ispirazione e tante informazioni pratiche su 12 temi: che cosa comprare, come informarsi, quali cause supportare. Come cambiare il

mondo con la propria spesa, ad esempio scegliendo i prodotti del Commercio Equo e Solidale.

È questo il filo conduttore del Rapporto Annuale 2021 perché – come ha dichiarato Marco Fazio, Presidente di Equo Garantito – "noi pensiamo che una nuova normalità sia possibile solo se siamo noi il fattore di cambiamento. Possiamo fare la differenza. Con le nostre scelte etiche quotidiane, acquistando prodotti rispettosi delle persone e dell'ambiente, instaurando relazioni improntate a solidarietà, responsabilità, gentilezza".

Il Rapporto Annuale include altresì i dati del monitoraggio che Equo Garantito effettua sui propri associati e che, come sempre, fanno riferimento al Modulo di Autovalutazione compilato annualmente dalle organizzazioni aderenti ad Equo Garantito. I dati raccolti sono relativi all'anno fiscale precedente (2019) mentre le attività svolte da Equo Garantito e raccontate nei diversi paragrafi fanno riferimento all'anno appena trascorso (2020).

Infine, per aiutarci nella lettura

di un anno così difficile, segnato come ben sappiamo dalla pandemia COVID-19, abbiamo chiesto un commento al professor

Leonardo Becchetti, economista e presidente del comitato tecnico-scientifico di Next - Nuova economia per tutti e, da

sempre, amico e sostenitore del Commercio Equo e Solidale e del "voto col portafoglio".
Buona lettura!

- ATTIVATI:**
- **LAVORO E DIRITTI**
 - **ECONOMIA**
 - **MODA**
 - **RIFIUTI**
 - **RISORSE NATURALI**
 - **TRASPARENZA**
 - **ALIMENTAZIONE/
IL VALORE SOCIALE
DEL CIBO**
 - **VIAGGI**
 - **SCUOLA**
 - **INFORMAZIONE**
 - **RELAZIONI**

IONONTORNOINDIETRO.IT

IONONTORNOINDIETRO

ATTIVATI:
LAVORO
E DIRITTI

MARCO
FAZIO

Equo Garantito

7

INTRODUZIONE

"Penso a meno stress e più farfalle, meno chiacchiere alle spalle"
(Bandabardò)

Anche per le parole vale il senso del limite, la saturazione dello spazio. Come se avessero una fisicità. Partire da parole già scritte, senza aggiungerne per forza di inedite, aiuta a non saturare gli spazi, a mantenere un filo, a fare nessi.

"Il movimento globale per la giustizia sociale e la solidarietà si trova di fronte a enormi sfide: la sua lotta per la pace e la sicurezza collettiva impone di misurarsi con la povertà, le discriminazioni, il dominio e la creazione di una società sostenibile alternativa. (...) Noi sosteniamo le lotte dei sindacati e dei lavoratori del settore informale, come uno strumento essenziale per il miglioramento delle condizioni di lavoro e di vita, l'effettivo diritto di organizzarsi per conquistare l'uguaglianza salariale e delle condizioni di lavoro tra uomini e donne (...) Rifiutiamo la schiavitù e lo sfruttamento dei bambini." Dire come movimento italiano del Commercio Equo e Solidale #IONONTORNOINDIETRO, come abbiamo fatto subito dopo l'esplosione dell'emergenza sanitaria l'anno scorso, cioè della pandemia, cioè della sindemia, significa dichiarare

due convinzioni. La prima è che sappiamo da dove siamo partiti, che cosa ci ha spinto a partire, e non intendiamo fare retromarcia. La seconda è che sappiamo dove andare, che cosa ci spinge a raggiungere una meta. Nel mezzo c'è il viaggio, e un panorama che è, allo stesso tempo, sempre uguale, migliore e peggiore.



Sempre uguale perché l'analisi e la denuncia dei movimenti sociali a Genova vent'anni fa (già, sono vent'anni), e prima e dopo, erano corrette, lucide, impietose, esaustive. Attuali. Arrivano dalla dichiarazione finale del Forum Sociale di Porto Alegre del 2002 le righe citate poco sopra. Possiamo recuperare da lì, e ovviamente da molte riflessioni e tesi precedenti nella storia, la centralità del lavoro per la conquista dei diritti delle persone, la centralità dei diritti per affrancare il lavoro delle

persone dallo sfruttamento. Migliore perché in questo viaggio il commercio equo e solidale, certo non da solo, ha contribuito a dare lavoro giusto a lavoratrici e lavoratori di tutto il mondo. Ad alimentare economia sana nel Sud e nel Nord. Ma ha anche contribuito a inserire il lavoro dentro uno spettro più ampio di diritti: di genere, di istruzione e formazione, ambientali, delle comunità. Il lavoro non come un fine ma come la possibilità di emanciparsi, di scegliere, di "restare nudi e manifestare". Peggior perché siamo nel pieno della sindemia, ci sarà molto da ricostruire e l'onda lunga sui nostri soci e produttori, e in generale sulla maggior parte dei lavoratori del mondo, non ha certo esaurito il suo impatto. Nel mezzo, dicevamo, c'è il viaggio. E lo strumento con cui compierlo. Il Commercio Equo e Solidale ha bisogno, come tutti gli strumenti, di manutenzione, cura, pezzi di ricambio. Ha bisogno che le sue organizzazioni conservino la capacità di dare lavoro e diritti, di promuovere democrazia e partecipazione (vedi box). Il Rapporto Annuale

dimostra che lo strumento è in grado di compiere il viaggio perché sa che non si deve tornare indietro, sa che è

ancora lunga, sa dove andare e sa con chi andare; la campagna #IONONTORNOINDIETRO nasce anche con l'obiettivo di

ampliare i compagni di strada, di farci sentire più lontano. Buona lettura, buona campagna insieme, buon viaggio.

DATI SULLE 64 ORGANIZZAZIONI SOCIE DI EQUO GARANTITO CHE HANNO CONSEGNATO IL MODULO DI AUTOVALUTAZIONE 2020:

LAVORATRICI E LAVORATORI DELLE ORGANIZZAZIONI ITALIANE DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE:

472 *valore cresciuto del 2% rispetto all'anno precedente*

64% *sono donne*

VOLONTARIE E VOLONTARI DELLE ORGANIZZAZIONI ITALIANE DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE:

3.813 *valore cresciuto del 7% rispetto all'anno precedente*

SOCIE E SOCI DELLE ORGANIZZAZIONI ITALIANE DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE:

29.692 *valore cresciuto del 14% rispetto all'anno precedente*

PERCENTUALE DI ORGANIZZAZIONI ITALIANE DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE CHE HANNO PRESIDENTI DONNE:

39% *pari a 25 organizzazioni*

IN QUESTE 25 ORGANIZZAZIONI:

77% *dei lavoratori sono donne*

FORMAZIONE DEI LAVORATORI:

83% *delle organizzazioni ha un piano strutturato per promuovere lo sviluppo delle abilità e capacità dei propri lavoratori, o almeno adotta delle prassi per fornire opportunità professionali e formative.*



ATTIVATI:
ECONOMIA

#BUILDBACKFAIRER: LA VISIONE DI UNA VERA ALTERNATIVA

ERINCH SAHAN

WFTO
(World Fair Trade Organization)

La pandemia ha scosso le società e le economie. Ha profondamente sfidato e cambiato i fondamenti del nostro sistema economico. Mentre ricostruiamo, una nuova visione è possibile. Disuguaglianza, povertà e collasso ecologico sono diventati il risultato delle economie che abbiamo costruito. Questo è un sistema in cui l'avidità è incoraggiata, lo sfruttamento è permesso e il consumo all'eccesso è la regola. Ma non possiamo continuare così. Tornare al "business as usual" dopo la pandemia rafforzerebbe le disuguaglianze e l'insostenibilità del nostro sistema attuale. Invece, una trasformazione dell'economia e della governance del business e delle catene di fornitura globali è assolutamente necessaria. Questo è fondamentale per la dignità dei lavoratori, degli agricoltori, degli artigiani e delle comunità che producono i beni di cui tutti noi godiamo. Ma è anche necessario per tutti noi delle generazioni presenti e future che dipendiamo da società ed economie eque e sostenibili.

La nostra visione è grande.

Non si tratta semplicemente di rendere un sistema "rotto" meno cattivo. Non si tratta di trovare la nostra strada nelle catene di fornitura aziendali. Si tratta di costruire un'alternativa ai pilastri di questo sistema rotto. Un'alternativa all'avidità, allo sfruttamento, al consumismo e alla distruzione ecologica. Le alternative stanno nascendo. Sono da sempre presenti nei movimenti del Commercio Equo e Solidale e dell'economia sociale in tutto il mondo. Ci sono prove tangibili di un modo migliore: le cooperative e le imprese sociali che sopravvivono anche in un sistema economico che non è progettato per loro. Sono esempi viventi come Altromercato, imprese guidate da una vera missione, dove il successo economico si traduce in opportunità, uguaglianza e sostenibilità. Ci sono oltre 400 esempi di questo tipo in tutta la comunità WFTO di imprese del Commercio Equo e Solidale, dalle fabbriche di moda di proprietà dei lavoratori come Creative Handicrafts in India alle cooperative di artigiani come Manos del Uruguay, dalla produzione di cioccolato di proprietà dei contadini come

Maquita in Ecuador alle imprese di produttori artigianali come HLHCS in Palestina. Aiutano a sostenere circa 1 milione di persone e incarnano la visione di un'economia che potremmo costruire uscendo da questa pandemia. Una visione in cui il potere è detenuto da lavoratori, agricoltori e artigiani. Una visione in cui le imprese sono incorporate nelle loro comunità, il valore è incanalato verso i produttori e le imprese si comportano come custodi dell'ecologia da cui dipendono.

Ma essere un esempio ispiratore di un'economia più equa e sostenibile non è sufficiente. Dobbiamo influenzare in modo più ampio le agende politiche ed economiche che determinano i modelli ed il comportamento delle imprese che popolano le nostre economie. Le politiche economiche di oggi accettano che il business esista per ottenere il massimo profitto minimizzando i costi e aumentando i suoi margini. Accetta che la crescita della produzione e del consumo sia fondamentale, e che i regolamenti per proteggere le persone e il pianeta siano un peso da ridurre al

IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
ECONOMIA

minimo. Tutto questo deve essere ribaltato. #BuildBackFairer è proprio questa visione. I grandi cambiamenti richiedono voci audaci e coraggiose. Nessun grande cambiamento nella storia è sembrato ragionevole quando è stato proposto per la prima volta. Coloro che beneficiano dello status quo hanno sempre resistito

ai cambiamenti. Ma le nostre società ed economie sono state trasformate da grandi idee, dall'abolizione della schiavitù all'indipendenza nazionale nel post-colonialismo. La sfera economica non è diversa. Spostare le strutture degli affari, della finanza e dell'economia verso una visione equa e sostenibile richiederà audacia e

coraggio. Ma non abbiamo altra scelta. Se torniamo al "business as usual", saliremo sullo stesso treno che ci porterà verso una spirale di disuguaglianza e crisi ecologica. C'è un'altra scelta, quindi chiediamo ai cittadini del nostro mondo di unirsi a noi per chiedere di ricostruire in modo più equo! #BuildBackFairer.

**I DIECI PRINCIPI DEL COMMERCIO
EQUO E SOLIDALE RICONOSCIUTI
A LIVELLO INTERNAZIONALE SONO:**

1 CREAZIONE DI
OPPORTUNITÀ PER
I PRODUTTORI
ECONOMICAMENTE
SVANTAGGIATI



2 FILIERA RESPONSABILE
E TRASPARENTE



3 PRATICHE
COMMERCIALI EQUE



4 PAGAMENTO DI
UN PREZZO EQUO



5 ASSENZA DI SFRUTTA-
MENTO DEL LAVORO
MINORILE E LAVORO
FORZATO



6 EQUITÀ DI GENERE
E LIBERTÀ DI
ASSOCIAZIONE



7 CONDIZIONI DI LAVORO
SICURE ED ADEGUATE



8 CAPACITY BUILDING E
SVILUPPO PROFESSIO-
NALE E FORMATIVO



9 PROMOZIONE DEL
COMMERCIO EQUO
E SOLIDALE



10 DIFESA DI AMBIENTE
E BIODIVERSITÀ



PROFIT
PROFIT

PROFIT



IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
ECONOMIA

**DATI RELATIVI A 64 ORGANIZZAZIONI SOCIE EQUO GARANTITO CHE HANNO
CONSEGNATO IL MODULO DI AUTOVALUTAZIONE 2020 (DATI 2019):**

Ricavi totali 2019	€ 64.993.110	
Ricavi da vendita di prodotti di Commercio Equo e Solidale	€ 54.176.177	<i>pari al 83% dei ricavi totali</i>
Ricavi da vendita di prodotti di Economia Solidale	€ 7.099.296	<i>pari al 11% dei ricavi totali</i>
Punti vendita 2020	180	<i>in 11 regioni d'Italia</i>

I RICAVI DA VENDITA DI PRODOTTI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE DERIVANO:



24%

da vendita diretta al pubblico

39%

da vendita ad altri soggetti dell'economia solidale

37%

da vendita ad altri soggetti



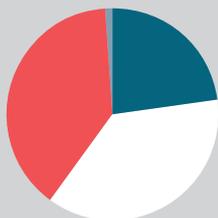
© Shadhilly



ATTIVATI:
ECONOMIA

ACQUISTI TOTALI DA PRODUTTORI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE 2019:

€ 11.310.769



AFRICA 23%

Somma di importazioni dirette da produttori 2019:

€ 2.607.783

Organizzazioni di produttori:

19

ASIA 39%

Somma di importazioni dirette da produttori 2019:

€ 4.354.721

Organizzazioni di produttori:

78

AMERICA LATINA 37%

Somma di importazioni dirette da produttori 2019:

€ 4.206.485

Organizzazioni di produttori:

51

EUROPA 1%

Somma di importazioni dirette da produttori 2019:

€ 141.778

Organizzazioni di produttori:

4

PRIMI 3 PAESI PER VALORE DI ACQUISTI DA PRODUTTORI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE:

MAURITIUS

€ 1.941.390

INDIA

€ 1.830.068

FILIPPINE

€ 1.218.528

Nel caso di Mauritius, si tratta dello zucchero di canna di MSS MAURITIUS SUGAR SYNDICATE, utilizzato in molti trasformati e venduto anche ad aziende italiane. Per l'India, tale volume si compone degli acquisti da 32 organizzazioni diverse, in prevalenza di abbigliamento ed accessori ma anche di alimentari come tè e riso. Per quanto riguarda le Filippine, è nuovamente lo zucchero di canna, di PANAY FAIR TRADE CENTER (PFTC), a determinare il 97% del volume di acquisti.



IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
MODA

DAVID
CAMBIOLI

Altraqualità

ALTRAQUALITÀ: IL VIRUS DELL'ETICA NELLA MODA

Un virus si aggira per il mondo. Anzi due. Il primo, nostro malgrado, abbiamo imparato a conoscerlo e a confrontarci con le sue conseguenze nel corso dell'ultimo anno. Il secondo lo abbiamo creato noi organizzazioni di Commercio Equo e Solidale in anni di lavoro e di attivismo. Va sotto il nome di moda etica e ha le sue radici nell'energia visionaria di quanti, per primi, hanno individuato nell'industria della moda, e dell'abbigliamento in genere, una delle modalità più avanzate dello sfruttamento degli esseri umani, dei lavoratori e dell'ambiente naturale. Gli stessi che una trentina d'anni or sono hanno iniziato a sperimentare modalità etiche di creare e produrre capi di abbigliamento. Il virus n.1 oggi riceve, giustamente, un'attenzione enorme. Ma anche il virus della moda etica, negli ultimi anni, ha contagiato molti consumatori e ha guadagnato spazio nel dibattito pubblico, grazie anche a diverse campagne di pressione indirizzate all'industria del settore. Sono cresciute le realtà che lavorano nella moda etica, e maggiori sono le produzioni che si rifanno a questi principi.

Malgrado stesse spiccando il volo, anche questo settore sta attraversando un momento di forte crisi, lungo tutta la filiera. La pandemia ha portato chiusure temporanee o forti limitazioni alle Botteghe del Mondo, come a tutto il settore del dettaglio. Ciò ha prodotto una riduzione delle vendite e un aumento degli stock di prodotti invenduti.



Questi fattori uniti all'incertezza relativa al futuro hanno causato un calo importante negli ordini ai produttori. L'anello più fragile della catena e il terminale dei nostri sforzi. Nessuna delle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale ha cancellato gli ordini o ha fatto mancare i pagamenti, come purtroppo hanno fatto diversi attori del settore. Ma è innegabile che il flusso di ordini verso i produttori

si sia ridotto e il settore della moda sia forse quello che ha maggiormente sofferto. Ci troviamo in una fase cruciale nella quale siamo chiamati ad uno sforzo senza precedenti per non dissolvere il frutto dell'enorme lavoro fatto negli anni passati. Credo sia necessario, come organizzazioni di Commercio Equo e Solidale, sviluppare con urgenza un livello superiore di collaborazione. Una nuova modalità di coesione che ci porti a valorizzare maggiormente il nostro lavoro e le nostre proposte commerciali, utilizzando tutti i mezzi con i quali questa situazione inedita ci ha spinto a confrontarci. Dobbiamo focalizzare l'attenzione verso le modalità di sostenere le organizzazioni di produttori che da sempre hanno costituito l'obiettivo del nostro lavoro e ad esso hanno dato forma e sostanza. Dobbiamo immaginare assieme quale moda vogliamo creare per il futuro e come vogliamo promuoverla in un ambiente sociale e di mercato che sta cambiando profondamente. La Cooperative Collection di recente nata dalla collaborazione tra i Soci di Equo Garantito, insieme a Meridiano361 e

Progetto Quid è un embrione di quella che potrebbe diventare una proposta etica forte nel mondo della moda. Infine dobbiamo chiamare la gente a manifestare. Manifestare

il proprio sostegno alla lotta per modificare alle radici il sistema della moda, indossando capi che dimostrino concretamente come ciò sia possibile e come stia già succedendo.

Capi attraverso i quali esprimere uno stile di vita, un modo di essere. Capi che si indossano sulla pelle e sull'anima. In definitiva, noi non torniamo indietro, perché la moda etica è già oltre.

What
made
why
clothes?

IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
RIFIUTI

VALERIA CALAMARO

Altromercato

ALTROMERCATO: PACKAGING E IMPATTO AMBIENTALE

Per Altromercato la sostenibilità è un concetto concreto, che va agito e sempre in evoluzione, poiché mette a sistema l'equilibrio e il miglioramento di tanti diversi aspetti, le 5 P (persone, partnership, pace, prosperità e pianeta), secondo il decimo principio WFTO e nell'intento di contribuire ai seguenti obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs):

12. Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo;
13. Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico;
15. Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre.

L'ultimo anno per noi si è molto concentrato sull'aspetto ambientale. Tra i passi principali l'efficientamento energetico, che ci ha conferito la garanzia di 100% energia pulita, la certificazione BRC sulla qualità dei processi, dei prodotti e dei packaging, e il tema dei rifiuti e del riciclo degli imballaggi food, tra le attività dagli impatti positivi più significativi a livello economico sociale, che

sappiamo bene non essere neutrali rispetto all'ambiente. In ottica di etichettatura ambientale abbiamo creato un Registro interno degli imballi, che permette in maniera responsabile di verificare e comparare nel tempo il tasso di riciclabilità e di recupero dei rifiuti immessi sul totale, nella logica di minimizzare la quantità di rifiuti indifferenziati destinati a discarica.

Una sfida importante per la varietà di prodotti che gestiamo, per la complessità e la co-progettazione che richiede con terzisti, produttori e stampatori, per l'investimento di risorse in test di sperimentazione e di ricerca e per il livello di sicurezza, estetica, durata e integrità che il prodotto deve garantire.

Il nostro orientamento è, e sarà, quello di privilegiare un design che minimizzi forme e impatti, l'uso di materiali realmente riciclabili a fine vita, di materiali riciclati o compostabili di derivazione sostenibile, da fonti gestite responsabilmente. Soluzioni riutilizzabili e manufatti da progetti equosolidali, materiali differenziabili, per i quali sia garantito il recupero in energia.

Con l'aiuto dei cittadini la nostra offerta di prodotti food può portare a raccolta differenziata il 96% dei nostri imballi (calcolo effettuato in peso sul totale degli imballi primari e secondari dei prodotti food). Meno del 2% è residuo secco, mentre su un 2% dei nostri imballi stiamo facendo ulteriori analisi ed approfondimenti.

Di cosa si tratta? Per il 54% di imballaggi smaltibili nella carta, tra i materiali più riciclati, che in maniera crescente deriva da fonti gestite in modo responsabile (es. certificata FSC); per il 27% di vetro, per il 13% di plastica, per il 3% di metallo e per l'1% di rifiuto umido.

Un 8% degli imballi, in particolare nel mondo delle plastiche miste, vengono recuperati e termovalorizzati per creare energia.

Del totale, pari a poco più di 400 mila kg, circa un 28% in peso è anche riutilizzabile, come il vetro, i sacchetti e i teli in carta seta, i cestini ed alcune scatole e cofanetti.

Questa fotografia positiva ci ha spinto ad avviare altri nuovi progetti di miglioramento che, a parità di vendita, porteranno

IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
RIFIUTI

questi indicatori a progredire e a trovare soluzioni innovative. Alcuni esempi sono il passaggio da indifferenziato a riciclabile nella carta per barattoli e alcune scatole, la riduzione di materiali plastici a favore di materiali riciclabili nella carta, come nei Nocciolati, nel blocco di cioccolato e nei biscotti “Giusti”. Le analisi di laboratorio sui nostri storici cestini di palma per i tè li classificano oggi come riciclabili nella carta e a breve anche il passaggio a imballo compostabile per l’intera linea

di cioccolato Mascao coinvolgerà milioni di pezzi, eliminando la plastica a favore di materiali compostabili nell’organico. Alcuni progetti ambiziosi vogliono tagliare nuovi traguardi ma richiedono tempi più lunghi, come quello del caffè che comunque, ancora oggi, rappresenta una tra le migliori soluzioni nel mercato e che in questi anni ha permesso a oltre 35 milioni di confezioni di essere differenziabili, di non finire cioè in discarica ed essere recuperate, ha ridotto di migliaia

di tonnellate i rifiuti immessi nell’ambiente e ha evitato l’uso di alluminio, risorsa non rinnovabile. In termini di trasparenza e comunicazione contiamo su uno strumento importante, partecipato e strategico per il cambiamento, il nostro Bilancio sociale di sostenibilità, in arrivo a novembre 2021. Crediamo che in futuro le persone più che consumare, possano e vogliano davvero scegliere. È questo il cuore della filosofia e della campagna di Altromercato 2020-2023, #consumioscegli.



IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
RIFIUTI

EQUOMERCATO: AGUA ESCONDIDA, VIAGGIO NELLA BIODIVERSITÀ

SARA NOVATI

Equomercato

Agua Escondida è il nome di una sorgente nascosta nella foresta Bosque de Niebla, nella regione di Veracruz, in Messico. Nel rancho che porta lo stesso nome, dal 1978 la famiglia Aguirre Martinez lavora alla produzione di alimenti naturali, offrendo un'alternativa salutare ai consumatori della zona e recuperando alla sua biodiversità quel tratto di foresta. Ad Agua Escondida si coltiva nel rispetto dell'ambiente, dell'uomo e delle tradizioni, con lo scopo di innescare un processo, sia pure su piccola scala, di trasformazione e di rinascita della piccola economia agricola locale che il colonialismo delle monoculture aveva spento per decenni. L'incontro con EquoMercato ha permesso a questa piccola esperienza di crescere. La lavorazione dei prodotti, che prima avveniva in casa, ora viene svolta in un apposito laboratorio affiancato da un piccolo magazzino ordinato e pulitissimo e per la gestione della produzione è stata creata una cooperativa, Manantial de las Flores. Il suo modello produttivo sta diventando un esempio per i contadini della zona e indica una possibile strada per riprendere

consapevolezza delle proprie possibilità, dell'importanza del rispetto della natura e di una produzione agricola in grado di produrre un reddito non condizionato dai vincoli dei troppi intermediari locali. Attualmente, l'ampia gamma di prodotti botanici comprende anche molti articoli per la cura del corpo, che vengono venduti nell'Eco-bottega legata alla cooperativa, in altre botteghe simili nella Repubblica Messicana e in quelle del Commercio Equo e Solidale in Italia, tramite EquoMercato.

Tutti i prodotti di Agua Escondida sono lavorati e confezionati interamente dal produttore e sono completamente biodegradabili. I saponi per capelli si basano su un concetto totalmente ecologico. I loro componenti sono completamente naturali e biocompatibili, ovvero biodegradabili in acqua e suolo. Inoltre il loro packaging plastic free, leggero e sicuro per il trasporto, dalle ultime importazioni è ancora più eco-friendly: la plastica che li avvolgeva è



IONONT
ORNOIN
DIETRO

**ATTIVATI:
RIFIUTI**



stata sostituita da un foglio di carta che li rende ancora più ecosostenibili ed in sintonia con la salvaguardia del pianeta. Sono facili da applicare spalmati liberamente sui capelli umidi ed economici poiché viene utilizzata solo la quantità necessaria: ogni sapone produce circa 60 lavaggi. La linea comprende: sapone per capelli al tea tree, sapone per capelli all'hennè, sapone per capelli all'ortica, sapone per capelli alla camomilla.

ERIKA CEFFA

Vagamondi

VAGAMONDI: POO POO PAPER E GOMMA NATURALE

La Cooperativa Sociale Vagamondi si occupa di Commercio Equo e Solidale dal 2002 sia in Italia, attraverso la bottega di Formigine in provincia di Modena, sia in alcuni paesi del Sud del mondo, tra cui lo Sri Lanka dove ha costituito il gruppo Araliya che occupa donne e mamme di bambini sordi; altri progetti "sposati" sono localizzati in Thailandia e Malawi.

Fin dall'inizio quello che ci ha caratterizzato è stato il costante incontro con i produttori e la forte relazione costruita negli anni ci ha permesso di indirizzare le produzioni verso obiettivi precisi tra cui l'attenzione ambientale che è stata da sempre una nostra priorità.

Una delle nostre proposte più curiose e famose è quella che utilizza la cacca degli elefanti per produrre carta. La produzione della carta risale alla notte dei tempi, l'utilizzo di questa materia prima ne ha fatto un punto di forza per porre l'accento sulla tutela ambientale e il riutilizzo dei materiali di scarto. L'elefante è un animale molto vorace, lo stomaco è corto, il cibo non fa in tempo a fermentare

e la cacca si presenta molto fibrosa e facile da lavorare. Viene bollita a lungo per eliminare tutti i batteri e la miscela che si ottiene viene colorata e stesa su griglie messe ad asciugare. Il foglio ottenuto è così pronto per le diverse lavorazioni. I coloranti alimentari e inchiostri a base di soia sottolineano ancora di più la sensibilità e l'attenzione che tutti dovremmo avere.

Un altro esempio virtuoso è il progetto Fairrubber, che in Sri Lanka coinvolge produttori di gomma naturale con lo scopo di proporre oggetti di uso quotidiano biodegradabili e soprattutto compostabili. La gomma si estrae da una particolare pianta a cui viene incisa la corteccia e da cui scaturisce una linfa bianca; a seconda delle lavorazioni si ottengono numerose proposte "ecologiche".

Di ogni progetto, l'aspetto ambientale è sempre preso in considerazione, dalla confezione dei fiori per le bomboniere contenuti in scatole di foglia di palma, ai cestini in carta di giornale riciclata, un materiale di scarto molto abbondante in Sri Lanka. Ultima ma non meno importante

è la collaborazione da poco avviata con una startup innovativa che ha l'obiettivo di sostituire le bottiglie di plastica, per la classica acqua da passeggio, con i brick in cartone.



Questa collaborazione ci ha permesso di continuare a sostenere i nostri progetti in Malawi che ci vedono impegnati nella costruzione di pozzi per l'acqua potabile. Ovviamente alla base c'è l'idea di incentivare l'utilizzo dell'acqua pubblica e, solo dove non è possibile farlo, sostituire l'uso delle bottigliette in plastica con il brick in cartone (il cui tappo deriva dalla canna da zucchero). Certamente questi progetti da soli non sono risolutivi per l'enorme problema ambientale o della plastica sul nostro pianeta, ma vogliono essere un punto di partenza ed una riflessione perché tutti possiamo avere il coraggio e la voglia di fare come il

colibri dell'antica favola africana,
che pur piccolo fa la sua parte
per salvare la foresta che brucia.

Spesso il nostro lavoro ci
porta nelle scuole ed è per
noi un onore partecipare alla
sensibilizzazione delle nuove
generazioni perchè possa
diventare automatico per loro
un atteggiamento che molti di
noi hanno dovuto imparare.



IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
TRASPARENZA

MASSIMO MOGIATTI

Shadhilly

23

SHADHILLY: LA TRASPARENZA ED IL GIUSTO PREZZO DEL CAFFÈ

Trasparenza: termine tanto importante e auspicabile quanto abusato e strumentalizzato, bandiera issata da organizzazioni serie e coerenti così come da imprese ipocrite e senza scrupoli, tanto l'importante è saperla raccontare e stai certo che la maggior parte della gente ci cascherà! In questo senso potremmo definirla un'arma a doppio taglio, perché da un lato la reale trasparenza mette a nudo anche i nostri limiti e ci rende vulnerabili e soggetti a critiche, dall'altro chi si nasconde dietro una "trasparenza" costruita ad arte, ma difficilmente verificabile, dormirà sonni tranquilli.

Trasparenza: colonna portante da sempre delle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale, ma anche per queste non semplice da attuare e rendere credibile. In questo senso l'appartenenza ad Equo Garantito offre, attraverso il suo sistema di monitoraggio e certificazione, una garanzia reale di correttezza, coerenza e trasparenza. Spesso, nel mondo del Commercio Equo e Solidale, la trasparenza viene strettamente associata al concetto di Prezzo Trasparente e, se è complicato essere credibili parlando di

trasparenza in termini generali, di relazioni o di attività informative educative, lo è ancora di più quando bisogna esserlo parlando di trasparenza commerciale. Shadhilly ha da sempre tentato di avere un approccio onesto ma non estremista, consapevole che non è possibile, e non ha neppure molto senso, avere prezzi trasparenti sempre aggiornati e per tutti i prodotti. Il senso del prezzo trasparente non è quello di snocciolare una serie di numeri per poi doverli discutere con il primo "Pierino" che passa, ma è quello di evidenziare al consumatore un paio di aspetti:

- le voci che compongono un prezzo e gli attori coinvolti nella filiera, questione non banale perché spesso il consumatore si meraviglia di ciò che scopre;
- il "famoso" prezzo equo pagato al produttore. Prezzo equo che, per definirsi davvero tale, deve rispondere in maniera convincente a tre domande, tutte ugualmente importanti: esiste una reale differenza, per il produttore, tra il nostro prezzo e quello pagato sul mercato?

Questo prezzo è realmente concordato con il produttore in una relazione paritaria? Il prezzo chiesto al consumatore, in un corretto rapporto qualità/prezzo, è accessibile ai più? Se la nostra "trasparenza" e credibilità riescono a rispondere in maniera convincente a queste domande, il resto sono solo dettagli e chiacchiere.

LA DEFINIZIONE DEL PREZZO

La "commodity caffè" viene quotata alla borsa di New York per quanto riguarda la varietà Arabica, e alla borsa di Londra per quanto riguarda la varietà Robusta. Non entriamo nel merito di argomenti come la speculazione legata al mercato dei futures, o delle interferenze malavitose che utilizzano questo bene per ripulire denaro illecito, non è questa la sede ma ricordiamo che esistono e sono un ulteriore pesante fardello per i produttori. Partendo dalla quotazione generale delle borse, ogni Paese produttore definisce un proprio differenziale interno, elevato per chi ritiene di avere un buon prodotto e non vuole svalutarlo,

IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI: TRASPARENZA

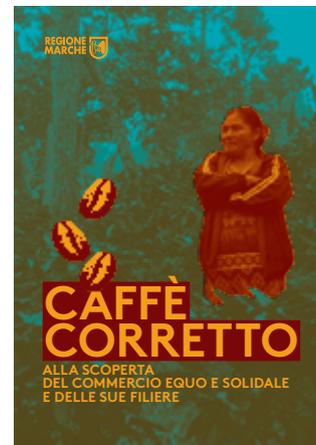
basso e a volte anche negativo per chi vuol vendere a tutti i costi e magari vuole svuotare i propri magazzini mettendo al contempo in difficoltà i Paesi concorrenti. A questo si aggiunge poi il differenziale ulteriore che gli esportatori applicano per le loro attività (lavorazione del caffè, logistica e burocrazia per esportare). Di tutto questo il singolo produttore sa poco o niente, l'unica cosa per lui certa è che l'intermediario che arriverà per acquistare il suo caffè cercherà di farlo al prezzo più basso possibile.

Per il prezzo trasparente dei caffè di Shadhilly rimandiamo alla pubblicazione "Caffè Corretto" e alla pagina del nostro sito. Ciò che ci piace sottolineare, tornando alle tre

domande poste sopra, è che:

- il prezzo pagato al produttore è, ogni anno, concordato tenendo conto delle reciproche necessità, "incontrandosi" via skype tutte le volte necessarie, in una relazione che è sempre volta a trovare il punto di incontro accettabile per entrambi;
- il prezzo pagato al produttore permette alle persone e alle comunità un reale miglioramento delle attuali condizioni di vita, e alle organizzazioni di produttori la possibilità di progettare il futuro migliorando la qualità del prodotto e aumentando le fasi di lavorazione interne all'organizzazione;
- il prezzo proposto ai consumatori rientra in una fascia,

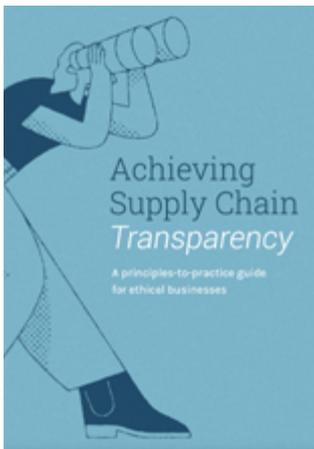
sicuramente medio-alta del mercato ma non elitaria, garantendo una qualità molto elevata rispetto alla media e la consapevolezza di contribuire a qualcosa di "bello".





IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
TRASPARENZA

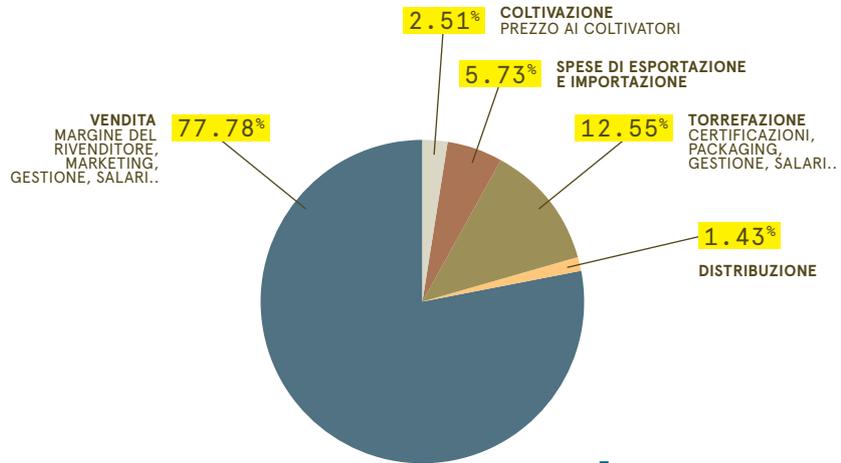


Un interessante studio
sul tema della trasparenza
è stato realizzato da Tradecraft
ed è disponibile in inglese
a questo link:

[traidcraftexchange.org/
transparency-guide](https://traidcraftexchange.org/transparency-guide)

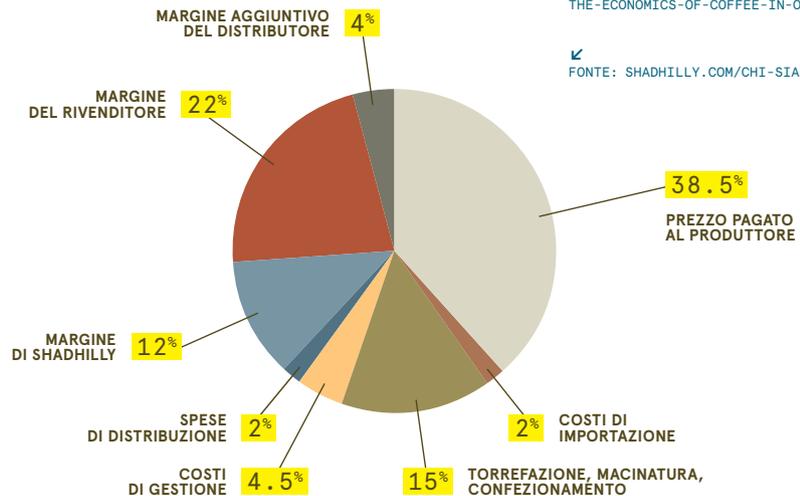
Nel primo grafico la composizione del prezzo del mercato tradizionale, basandosi sulle stime di Visual Capitalist per 16 oz (circa 450 g) di caffè macinato venduto nella grande distribuzione statunitense. Le percentuali indicative mostrano come il prezzo finale è ripartito nelle varie fasi.

Nel secondo grafico invece la composizione del prezzo per il pacchetto da 250 g di caffè macinato di Shadhilly e venduto principalmente nella rete delle Botteghe del Mondo.



↳ FONTE: VISUALCAPITALIST.COM/
THE-ECONOMICS-OF-COFFEE-IN-ONE-CHART

↳ FONTE: SHADHILLY.COM/CHI-SIAMO



IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
TRASPARENZA

MICOL
ARENA

Equo Garantito

ATTIVITÀ DI GARANZIA 2020

Questi sono i 3 passaggi del sistema di monitoraggio Equo Garantito:

1. AUTOVALUTAZIONE

Nel 2020, 64 organizzazioni socie hanno compilato il Modulo di Autovalutazione annuale che riporta lo standard Equo Garantito, fornendo tutti i documenti e le informazioni richieste a supporto.

2. VERIFICA INTERNA

Equo Garantito ha verificato la corretta compilazione dei Moduli di Autovalutazione. Da questi emerge che tutti i soci rispettano i requisiti fondamentali, salvo 3 casi in cui sono state concesse delle deroghe, e si attestano al di sopra del punteggio minimo richiesto (60%) dei requisiti importanti. La percentuale media di soddisfacimento dei requisiti importanti è un ottimo risultato, pari al 78%; ben 32 organizzazioni socie (50% del totale) superano il punteggio dell'80%.

Equo Garantito ha svolto inoltre 17 audit a campione su altrettante organizzazioni socie, per monitorare la veridicità e la correttezza dei dati inseriti nel Modulo di Autovalutazione. In contesto di Covid 19, le verifiche si sono svolte da remoto e in forma semplificata, intervistando comunque 41 persone e assegnando 23 Non Conformità, per le quali le organizzazioni interessate hanno realizzato o pianificato delle azioni correttive e 49 Osservazioni quali spunti di miglioramento.

3. VERIFICA ESTERNA

CSQA certificazioni srl, ente esterno indipendente, certifica il sistema Equo Garantito, ovvero il funzionamento delle procedure di monitoraggio Equo Garantito sui propri associati.

Nonostante siano state messe a dura prova dalla pandemia, le organizzazioni socie hanno confermato il loro impegno verso il sistema di monitoraggio Equo Garantito anche nel 2020, attestando il valore che vedono nella garanzia e accountability.



SERVIZIO CERTIFICATO
DTS n. 136 – CERT. n. 62975



IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
ALIMENTAZIONE

LIBEROMONDO: IL VALORE SOCIALE DEL CIBO

INTERVISTA A LUCA GIOELLI

LiberoMondo

Riuscire a parlare con Luca Gioelli, impegnatissimo Presidente della cooperativa LiberoMondo che gestisce una bottega a Bra (CN) ed un magazzino ed un laboratorio a Roreto di Cherasco (CN), si rivela un'impresa non da poco. Quando infine riusciamo a contattarlo, veniamo ricompensati da un racconto appassionato e una disponibilità senza pari. Grazie Luca!

Ci fai l'identikit di LiberoMondo?

LiberoMondo è una cooperativa sociale di tipo B, nata nel 1997 per creare opportunità di lavoro nel territorio e fare Commercio Equo. Dai primi maglioni arrivati dall'Ecuador all'aeroporto di Caselle fino al nostro laboratorio di pasticceria che sforna delizie con ingredienti equi, la nostra idea è sempre stata quella di promuovere un'economia attenta ai bisogni dell'uomo e all'ambiente. Siamo una squadra bellissima, dove non serve essere tutti Maradona... Si vince solo se arriviamo tutti assieme.

Quante persone lavorano oggi nella vostra "squadra"?

Siamo in 35 lavoratori, di cui 14 inserimenti lavorativi. Organizziamo il lavoro in modo tale che ogni gruppo funzioni al meglio. Quel che conta qui è chi sei e come puoi contribuire al lavoro di squadra, al di là delle etichette che spesso la società e la vita del paesino ti appiccicano addosso. Abbiamo colleghi con disabilità mentale e fisica, che vengono da percorsi di dipendenza e disagio sociale ma davvero sono cose che non contano. Nella nostra squadra tutti contribuiscono con le proprie competenze e capacità per promuovere un lavoro dignitoso per tutti. Il lavoro non deve essere un male necessario ma un modo per esprimere noi stessi in un gruppo, per gli altri e per la comunità.

Qual è l'ingrediente più importante per promuovere un lavoro dignitoso?

L'entusiasmo e la voglia di fare. Ai consumatori non chiediamo di comprare un prodotto: con il Commercio Equo e Solidale chiediamo di partecipare ad un progetto!

La "squadra" come ha vissuto i

mesi più duri della pandemia? Per i più fragili fra noi è stato difficile, ti perdi un po' a stare a casa. Per questo cerchiamo sempre di offrire a tutti degli spazi. È importante sentirsi parte di un movimento, da soli si ha paura.

La campagna IO NON TORNO INDIETRO invita a scegliere il cibo che portiamo a tavola con maggiore attenzione. Con il Commercio Equo e Solidale cosa si porta a tavola?

I diritti, che non si concedono ma si riconoscono. Diciamo no al consumismo emotivo e scegliamo di non tornare indietro.

LiberoMondo si occupa di importazione e distribuzione di prodotti attraverso il canale del Commercio Equo e Solidale e attività di trasformazione, tramite la gestione di un proprio laboratorio di produzione alimentare.

**LE ORGANIZZAZIONI
ITALIANE DI COMMERCIO
EQUO E SOLIDALE PRO-
DUCONO 743 DIFFERENTI
PRODOTTI ALIMENTARI
TRASFORMATI CON IN-
GREDIENTI DEL COMMER-
CIO EQUO E SOLIDALE, DI
CUI 85% HA ALMENO IL
50% IN PESO O VOLUME O
VALORE DI INGREDIENTI
DEL COMMERCIO EQUO E
SOLIDALE**

IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
VIAGGI

RENZO GARRONE

Ram

RAM: VIAGGI E TURISMO RESPONSABILE

Ram è un piccolo organismo polivalente fondato nel 1987, con una serie di importazioni dirette di artigianato all'ingrosso dal Bangladesh (si trattava di borse di juta, diffuse poi presso comuni, coop, grandi associazioni ambientaliste). Nel 1990 nasce l'associazione, fondata su tre attività-base, integrate tra loro: il commercio di solidarietà di merci ecologiche dal sud del mondo, e in particolare dall'Asia; l'organizzazione di viaggi per soci verso destinazioni asiatiche (viaggi orientati al sociale, i prodromi del cosiddetto turismo responsabile); e un fitto impegno culturale, con la produzione di libri, video, fotografie e l'organizzazione di eventi pubblici sugli stessi temi. Da sempre il focus è sull'Asia: mentre le importazioni si allargano ai rifugiati tibetani (il coordinamento del Dalai Lama) in India, poi alla Thailandia con le sue etnie tribali, quindi al Nepal, cui seguiranno negli anni Vietnam (ceramica), Cambogia (abbigliamento e accessori di moda) e Indonesia. I viaggi per soci nascono nel 1991. Prevedono itinerari originali, fuori dagli schemi, e visitano sempre situazioni di

orientamento sociale, all'interno delle quali si individuano i referenti adatti che ci aiutino a entrare nella propria realtà. Ma si concedono il tempo e modalità adeguate ad immergersi anche nelle locali bellezze paesaggistiche, naturalistiche e monumentali. Si tratta di viaggi in mezzo alla gente, inevitabilmente solidali, cose vere in cui l'incontro con le persone del posto rappresenta un ingrediente chiave. Prevedono una mediazione culturale adeguata, forme di cooperazione, ecologia dei rapporti. Finanziano i progetti che si visitano: scuole, sanità, telai, donne, diritti. Ma gli itinerari vengono anche costruiti concedendosi il tempo di approfondire le tematiche locali, almeno un poco, senza l'obbligo di

correre ossessivamente verso la prossima destinazione. Si cerca inoltre di creare una dimensione economica ragionevole: una maggiore equità si ottiene scegliendo sul posto vitto, alloggio e trasporti su piccola scala (cosicché i soldi spesi restino in circolo localmente), e con l'utilizzo di guide locali che abbiano a cuore la propria zona. Infine, è fondamentale cercare una dimensione ambientale accettabile, per quanto possibile, con scelte di risparmio energetico e rispetto della capacità d'accoglienza. Si comincia in India e in Nepal, poi ci allarghiamo a diverse aree del subcontinente indiano, allo Sri Lanka, alla Thailandia, al Vietnam, alla Cambogia mentre compaiono eccezioni extra-asiatiche come Cuba e



Capo Verde, e viaggi "d'autore" in Italia con soggiorni ed escursioni in Liguria (il nostro territorio), a Matera, in Sicilia. Sono viaggi di gruppo (per minimo 6 persone), con un accompagnatore, oppure 'su misura' (minimo due persone) che cercano di dribblare gli stereotipi. Successivamente, nel 2005, sarà RAM Viaggi, una SRL, a raccogliere l'eredità dei viaggi per soci precedentemente promossi dall'Associazione. Al contempo, durante gli anni '90, eravamo stati all'origine della fioritura del Turismo Responsabile

nel nostro paese: con la gestione di un Forum nazionale sull'argomento, fino alla firma della Carta dei Criteri (1997) e alla nascita dell'Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR), 1998. L'omonimo volume Turismo Responsabile (Garrone, 1993, 1996, 2007) ha portato in Italia questa riflessione, divenendo quindi una sorta di enciclopedia sull'argomento. Dal 2019 esiste il blog renzogarrone.com, dedicato al reportage, che racconta con taglio giornalistico e con servizi fotografici gli stessi paesi dove RAM opera. Inoltre, offriamo

specifici corsi di formazione al Turismo Responsabile, articolati su due giornate. RAM Viaggi è composta da Marta Di Cesare (direttore tecnico), da Renzo Garrone, e da un nucleo di altri 6 collaboratori italiani formati appositamente, ciascuno specializzato su alcune destinazioni, che di volta in volta guidano i gruppi. Attive sono inoltre una trentina di realtà-partner sul posto: piccole agenzie, associazioni che fanno un lavoro sociale, e individui. Tutti funzionano quali referenti locali.

PRODUTTORI VISITATI DAGLI IMPORTATORI NEL 2019:

per monitoraggio dell'adesione ai criteri del Commercio Equo e Solidale, supporto alle attività produttive e commerciali, risoluzione di eventuali problemi



57

PROGETTI SPECIFICI DEDICATI AI PRODUTTORI PER IL MIGLIORAMENTO DI PRODOTTI ESISTENTI, LO SVILUPPO DI NUOVI PRODOTTI, O LA CERTIFICAZIONE BIOLOGICA:



34

IONONTORNO
DIETRO

ATTIVATI:
SCUOLA

MARTA FRACASSO

Equo Garantito

**NUMERO DI ORE DI
ATTIVITÀ FORMATIVE,
INFORMATIVE ED
EDUCATIVE PROMOSSE
DALLE ORGANIZZAZIONI
NEL 2019:**

6.685

**SPESA SOSTENUTA
PER TALI ATTIVITÀ:**

€ 566.013

33

A SCUOLA DI CONSAPEVOLEZZA

La riflessione della nostra campagna #IONONTORNOINDIETRO riguarda anche il mondo della scuola in quanto ricopre un ruolo fondamentale nello sviluppo degli individui e della società intera. "Bambini e ragazzi hanno bisogno di costruire la propria cultura, arricchire la propria formazione e imparare ad essere cittadini e cittadine attivi e consapevoli del loro ruolo, per la salvaguardia del Pianeta e dei diritti delle persone. Il movimento del Commercio Equo e Solidale è impegnato nella progettazione e realizzazione di percorsi didattici volti alla creazione di una sensibilità etica; rendere i giovani capaci di scegliere, di orientarsi nelle proprie scelte di consumo aiuta l'intera società a prendersi cura dell'ambiente, delle risorse naturali e dei diritti delle persone." Tutte le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale, grandi e piccole, sono impegnate attivamente nell'ambito educativo, per promuovere cultura e cambiamento.

Equo Garantito promuove l'educazione alla cittadinanza globale supportando i propri soci in diversi modi:

- Sviluppando corsi e materiali per la didattica attraverso la piattaforma per la formazione online FairShare (www.fairsharetraining.eu);
- Incentivando la realizzazione di laboratori nelle scuole grazie a diversi progetti finanziati;
- Favorendo lo scambio di esperienze e la condivisione delle buone prassi grazie agli appuntamenti di vita sociale della nostra associazione.

Il 2020 come sappiamo è stato un anno davvero difficile per i ragazzi e per le scuole. Tante attività proposte dai soci non si sono potute realizzare, altre si sono trasformate e realizzate "a distanza", altre ancora sono state congelate e riproposte nell'anno scolastico successivo e in forma mista (presenza/DAD). Questo è stato il caso del laboratorio creato da Equo Garantito "Profumo di Menta: una storia di donne a Jenin" che parte dall'esperienza dell'Associazione femminile AOWA in Palestina. Per la sua realizzazione Equo Garantito ha coinvolto alcuni soci del Veneto grazie ad un finanziamento della Regione

per portare nelle scuole il tema dell'empowerment femminile e delle pari opportunità.

Equo Garantito ha realizzato e messo a disposizione sulla piattaforma FairShare per la formazione online nuovi materiali:

- Fair Trade for Future: un laboratorio tematico ed una mostra per portare nelle classi il tema della crisi climatica e le buone prassi di mitigazione portate avanti dal Commercio Equo e Solidale. La mostra è stata realizzata per la rete Veneto Equo nell'ambito di un progetto della legge regionale per la promozione del Commercio Equo e Solidale ed è a disposizione di tutti i soci.
- Caffè Corretto: un percorso didattico sulle filiere del caffè Equo e Solidale ed una pubblicazione realizzata con la cooperativa Shadhilly e liberamente scaricabile dal nostro sito.

IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
SCUOLA

GENNI FABRIZIO

Benkadi

BENKADI E IL SUO "DOPOSCUOLA IN MOVIMENTO"

Benkadi, Socio di Equo Garantito, gestisce due botteghe in provincia di Gorizia, a Staranzano e a Monfalcone, e l'Area Educativa in cui lavorano le due dipendenti dell'associazione. Lo sviluppo di attività ed interventi educativi è stato uno dei punti fondanti per Benkadi. In particolare, fin dall'inizio, abbiamo privilegiato il rapporto con le scuole, sostenendo l'importanza del dialogo e della collaborazione tra gli ambiti di formazione formale e non formale nella convinzione che i soggetti che si occupano di Commercio Equo e Solidale possano dare un contributo fondamentale in ambito educativo.

Le finalità che guidano il nostro agire sono l'accompagnare nella crescita i bambini, le bambine, ragazze e ragazzi, nel rispetto delle loro identità individuali. Sostenere la capacità di creare relazioni significative e di partecipare attivamente alla vita della comunità, da quella locale al mondo intero. Educare al rispetto degli altri, valorizzando le diversità, riconoscendosi uguali in dignità e diritti e promuovendo la solidarietà e l'equità. Sostenere lo sviluppo del

pensiero critico e la capacità di azione, per la corresponsabilità di ognuno nel rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo e della natura.

Vedere quindi gli interventi nelle scuole come attività di promozione del Commercio Equo e Solidale sarebbe riduttivo. Sono piuttosto strumenti per agire congiuntamente, verso quel cambiamento globale basato sui valori di rispetto delle persone e dell'ambiente, di giustizia sociale, equità ed ecologia verso cui miriamo.

I Laboratori di Cittadinanza Attiva e Solidale afferiscono a tre "macro aree" mai nettamente separate tra loro: la tutela dei diritti umani, l'economia e l'ecologia. La principale metodologia di base è quella della partecipazione attiva, dell'imparare facendo. I laboratori hanno durata variabile, dalle poche ore per classe, inserite nei percorsi di educazione civica, a percorsi di media durata realizzati nelle scuole superiori in Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento (ex Alternanza Scuola Lavoro).

Dallo scorso anno scolastico Benkadi gestisce il progetto Doposcuola In Movimento, assieme al Comitato Genitori della scuola primaria dell'IC Dante Alighieri di Staranzano. La pandemia ha reso difficile la realizzazione delle attività a scuola e sono al momento sospesi gli interventi nelle scuole dell'infanzia e primarie, compreso il doposcuola. Sono attivi invece i progetti con gli Istituti Superiori, anche in modalità a distanza. Il superamento della crisi sanitaria ci permetterà anche di riprendere le attività di visita alle botteghe e alle realtà di economia solidale, gli incontri con testimoni e i viaggi di conoscenza delle realtà economiche e sociali nate sui beni confiscati alla camorra, assieme al Comitato don Peppe Diana e la NCO - Nuova Cooperazione Organizzata.

IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVATI:
INFORMAZIONE

**DUCCIO
FACCHINI**

Altreconomia

ALTRECONOMIA: INFORMAZIONE PER AGIRE

Kristalina Georgieva, economista e politica bulgara, dirige il Fondo monetario internazionale dall'ottobre 2019. L'istituzione finanziaria che guida è tra i principali artefici e garanti del modello economico che ci ha portato allo sfracello sociale reso evidente dal Covid-19 (con l'Organizzazione mondiale del commercio e la Banca mondiale). Non occorre essere fervidi lettori dei testi di Vandana Shiva o delle sentenze del Tribunale permanente dei popoli fondato da Lelio Basso per saperlo, è sufficiente scorrere i report messi a punto in questi anni dai Relatori indipendenti delle Nazioni Unite con delega ai diritti umani, alla povertà, all'accesso all'acqua, al cibo e così via. È pacifica la responsabilità che i "regolatori" internazionali condividono nell'aver contribuito all'erosione di diritti, uguaglianza, accesso alle risorse e al futuro a scapito di miliardi di persone.

Ricordare questa "ovvietà" non è banale. Lo dimostra proprio l'ultimo editoriale a firma di Georgieva sul pur interessante periodico trimestrale del Fondo monetario ("F&D", edizione

dell'inverno 2020). S'intitola "No going back" (Non si torna indietro). Prendetevi qualche minuto per leggerlo (è in inglese, <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2020/12/policies-for-people-georgieva.htm>) e poi confrontatelo con il manifesto della campagna "#IONONTORNOINDIETRO" promossa da Equo Garantito e dal mondo del Commercio Equo e Solidale.

Il "plagio" si ferma al titolo e a qualche rinvio a un "mondo più verde". Per il resto la direttrice del Fondo monetario non concepisce e quindi non accenna alla giustizia economica, al rispetto dei diritti dei lavoratori del Sud del mondo, alle relazioni commerciali basate su trasparenza ed equità. Tasti dolenti. È qui che sta la differenza tra la "nuova normalità" e la "vecchia". Tra chi non vuole davvero tornare indietro e chi invece semplicemente si ripositiona dopo aver disegnato un mondo in cui l'1% della popolazione globale agguanta il 43,4% della ricchezza (dati 2020, Credit Suisse). O dove il 68% degli abusi fiscali delle imprese nel mondo stanno in capo non ad atolli remoti ma ai ricchi

Paesi del club dell'Ocse (dati 2021, Tax Justice Network).

Ed è qui che sta anche il ruolo dell'informazione indipendente, attenta (senza sconti) a quello che è stato, facendo emergere gli interessi di parte dietro le ideologie economiche dominanti, e però proiettata alle pratiche costruttive e trasformative del presente e del futuro. Ne siamo convinti noi di Altreconomia e fuor di retorica cerchiamo di farlo ogni giorno, nel nostro piccolo e senza la pretesa d'esser gli unici. Ed è una bella dimostrazione di scambio e cooperazione il fatto che da quest'anno Equo Garantito abbia trovato finalmente uno spazio tutto "suo" sulla nostra rivista: non una semplice "pagina delle botteghe" ma una finestra sul commercio equo e solidale che si apre ogni mese sul mondo.

Per noi fare informazione indipendente significa anche liberarsi dai condizionamenti pubblicitari e imparare a stare in piedi senza ipocrisie. Non si può raccontare (o cavalcare) una "nuova normalità" e poi chiudere i bilanci grazie a inserzioni irricevibili, fossili o

contro le persone. È un punto di coerenza che nella nostra umile biografia possiamo dire di aver sempre rispettato.

Chi dice che scelte del genere costringano a restar piccoli e senza potere -accusa mossa anche al mondo del Commercio

Equo e Solidale talvolta da qualche "plagiatore"- ricorda un po' il presidente della Repubblica francese Charles De Gaulle, contrario nel 1967 al fatto che il Tribunale Russell indagasse sui crimini commessi dagli Stati Uniti in Vietnam. "Lord Russell e i suoi amici non sono investiti di

alcun potere né incaricati di alcun mandato internazionale", li disprezzò il generale. Jean-Paul Sartre, presidente del tribunale di opinione, rispose così: "La nostra impotenza è la garanzia della nostra indipendenza".





**ATTIVATI:
RELAZIONI**

GAGA PIGNATELLI

Equo Garantito

LE GIUSTE RELAZIONI, ANCHE SE "A DISTANZA"

L'anno passato non è stato certamente facile per "tessere relazioni". Malgrado ciò, l'impegno di Equo Garantito anche all'interno di reti ed associazioni non è mancato, seppure in misura ridotta. Sfortunatamente, alcuni ambiti hanno subito un inevitabile stop. E' il caso della campagna Territori Equosolidali: nel 2020, avevamo in programma diversi eventi di proclamazione di alcuni enti locali che, ci auguriamo, potranno essere ripresi appena le condizioni sanitarie lo permetteranno. Stessa sorte è toccata al percorso verso una legge nazionale per il Commercio Equo e Solidale, auspicabilmente da riavviare già nell'anno in corso. Anche se a distanza, però, siamo riusciti ad essere presenti nei tavoli di ASviS (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile), a seguire il lavoro di AOI (Associazione ONG Italiane), a partecipare ai numerosi incontri di RIES (Rete Italiana per l'Economia Solidale) che vede, tra l'altro, la nostra Vice Presidente M. Teresa Pecchini fra i membri del Consiglio Direttivo. Abbiamo poi supportato Fashion Revolution, Vestilana e sostenuto

le iniziative della Campagna Abiti Puliti (tra cui, l'adesione alla "Strategia ombra per una moda sostenibile" promossa da una rete di organizzazioni europee); il lavoro della rete Human Rights Due Diligence e quello della campagna The Good Lobby; l'iniziativa virtuale del Cash Mob Etico promosso da NeXT Nuova Economia. Infine, non meno importante, abbiamo continuato a sostenere le

iniziative equosolidali promosse da WFTO (World Fair Trade Organisation) e FTAO (Fair Trade Advocacy Office) e a coltivare i percorsi comuni con Fairtrade Italia (tra cui il lavoro relativo ai CAM - i Criteri Ambientali Minimi per la ristorazione collettiva approvati nel corso del 2020) e con l'Associazione Botteghe del Mondo (tra cui, la partecipazione a Tuttaunaltracosa, Padova settembre 2020).





**ATTIVATI:
RELAZIONI**

PROGETTI IN CORSO

Relazioni vuol dire anche e soprattutto progetti comuni e compagni di strada con cui condividere obiettivi, visioni e speranze per un mondo migliore. I progetti che hanno visto il coinvolgimento di Equo Garantito nel 2020 sono diversi per dimensioni, finalità specifiche e partner coinvolti. Seppure "rallentati" dalle vicende pandemiche del 2020, ci piace in questa sezione almeno ricordarli, ringraziare chi li ha finanziati e i partner che ci hanno dato l'opportunità di lavorare insieme. L'anno passato ha segnato la conclusione di **Trade Fair Live Fair**, un progetto triennale finanziato dalla Commissione Europea e coordinato da Fairtrade International che ci ha visti coinvolti in numerose attività, ci ha permesso di realizzare materiali e campagne (per ultima, in ordine temporale, anche #IONONTORNOINDIETRO) e collaborare con tante realtà europee. La Regione Veneto ha sostenuto diversi progetti: **Fair Trade for Future** con la rete Veneto Equo nell'ambito dei fondi della legge regionale per il Commercio Equo e Solidale; **voucher educativi** in materia di educazione alla pari dignità e al riconoscimento e rispetto dei diritti della donna che ci ha permesso di elaborare il modulo didattico dedicato alla Palestina "Profumo di Menta" e realizzare attività nelle scuole con i soci del Veneto; **"La rete Equo Garantito tra innovazione aziendale e soft skills"** che, grazie al coordinamento dell'ente di formazione ISFID Prisma, coinvolge i soci veneti Acli San Gaetano, Fare il Mappamondo, Le Rondini, Samarcanda e Unicomondo in percorsi di formazione dedicati.

Anche la Regione Marche ha contribuito alle attività di Equo Garantito, grazie al coinvolgimento dei soci Shadhilly e Mondo Solidale permettendoci, tra le altre cose, di pubblicare opuscolo e unità didattica **Caffè Corretto**.

Being21, invece, è un progetto finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Erasmus+ che ci vede coinvolti sui temi dell'educazione non formale insieme a partner di Italia, Francia, Portogallo e Norvegia. La **Fondazione AIFOS** ha poi sostenuto un'azione mirata ad approfondire, grazie ai materiali prodotti, il tema della sicurezza sul lavoro per le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale. Infine, non meno importanti, **Fair Generation**, primo esperimento per Equo Garantito con i giovani degli European Solidarity Corps e con i progetti di volontariato europeo (grazie ad Estelle che ha trascorso 2 mesi presso la nostra sede di Dueville, a Unicomondo che ci ha aiutati nella realizzazione del progetto e all'organizzazione francese Eurocircle che ci ha permesso di avviare questo progetto); **BeeTheChange** – il progetto che ci ha portati in Palestina, grazie alla bella collaborazione con Felcos Umbria, con la Regione Umbria e con il contributo di AICS – Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo.

DIVARIO DI

EMPOWERMENT

WORLD

ECONOMIC FORUM

SAL

MARIELLA
LA VIOLENZA

LA VIOLENZA

LA VIOLENZA

LA VIOLENZA

LA VIOLENZA

I LAVORI
DI CASA
Leonardo

IMPRESA
SULLE DONNE
NELL'EUROPA

LA VIOLENZA

LA VIOLENZA

Le donne

LA VIOLENZA

LA VIOLENZA

LA DONNA
GODAGNA IL
LAVO E DIFFICILE
NEL MONDO
MAGGIOR

LA VIOLENZA

IONONT
ORNOIN
DIETRO

ATTIVITÀ:
RELAZIONI

CAMPAGNE E INIZIATIVE VOLTE A REALIZZARE GLI OBIETTIVI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE, A PROMUOVERE L'AUTOSVILUPPO DEI PRODUTTORI DI BASE E DELLE COMUNITÀ E A STIMOLARE LE ISTITUZIONI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI A COMPIERE SCELTE ECONOMICHE E COMMERCIALI A DIFESA DEI PICCOLI PRODUTTORI, DELLA STABILITÀ ECONOMICA E DELLA TUTELA AMBIENTALE:

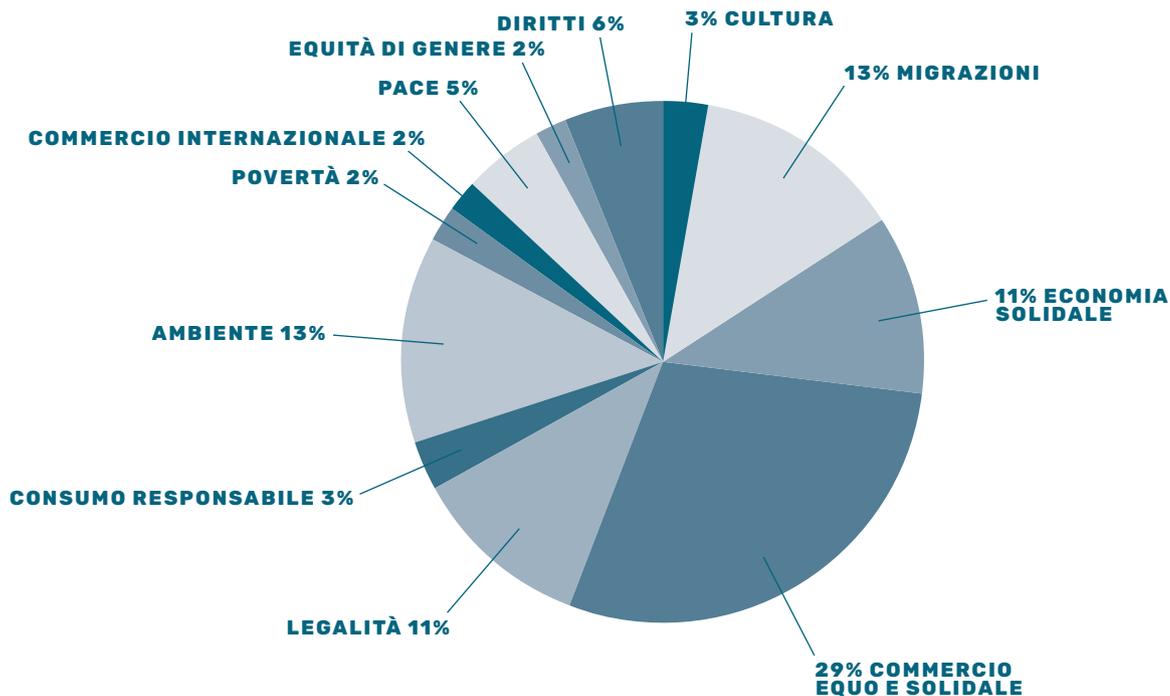
84%

DELLE ORGANIZZAZIONI NEL 2019 HA ADERITO/PROMOSSO CAMPAGNE E ORGANIZZATO EVENTI/ATTIVITÀ LOCALI CORRELATE MENTRE L'11% HA SOLTANTO ADERITO.

TOTALE DELLE CAMPAGNE

62

TEMATICHE



ECONOMIA SOLIDALE E PANDEMIA

COMMENTO

LEONARDO BECCHETTI

Docente di
Economia Politica
Università di Roma
Tor Vergata

I pionieri del Commercio Equo e Solidale ci hanno regalato l'intuizione del voto col portafoglio come leva per cambiare il mondo. Nelle estati di Villa Ada come volontario alla vendita dei prodotti ho capito che quella leva era un passo avanti enorme nel progresso civile e nello stesso paradigma economico verso un modello a quattro mani, molto più ricco e generativo di quello tradizionale vissuto nell'antinomia stato-mercato, dove entrano in campo cittadinanza attiva e imprese responsabili. Se tutti da domani votassero col portafoglio premiando con le loro scelte di consumo e di risparmio le aziende leader nel coniugare valore economico e qualità dei prodotti con dignità del lavoro e sostenibilità ambientale avremmo risolto gran parte dei problemi del nostro sistema socio-economico. Un modo forse un po' brutale ma efficace di porre la questione ce lo suggerisce Samuel More Walton quando ricorda come "There is only one boss, the customer. And he can fire everybody in the company from the chairman on down, simply by spending his money somewhere else."

L'utilizzo della leva del voto col portafoglio non vuol dire svalutare l'importanza delle scelte della politica. Essa nasce dalla consapevolezza che la competizione globale e la corsa al ribasso delle imprese verso luoghi di produzione che minimizzano costi sociali, ambientali e fiscali indebolisce la capacità delle istituzioni nazionali e delle forze sindacali di difendere diritti e dignità. Sono allora i consumatori che devono scendere in campo come "sindacalisti di complemento" e difensori dell'ambiente perché il mercato è fatto di domanda ed offerta e noi siamo la domanda e con le nostre scelte possiamo votare quasi ogni giorno. Allora a crederci eravamo in pochi, oggi sempre di più. Nel suo ultimo libro che cerca soluzioni al rischio del disastro climatico ("Clima. Come evitare un disastro globale") Bill Gates scrive che il voto col portafoglio è un segnale fondamentale che i cittadini mandano ad aziende e mercati. Un segnale che influenza non solo i comportamenti di oggi delle imprese ma anche le loro politiche d'innovazione e le scelte dei governi. Il voto col portafoglio è

diventato oggi ormai anche una strategia dei governi. L'Italia con i criteri ambientali minimi sugli appalti è seconda al mondo per voto col portafoglio nelle scelte dei beni e servizi acquistati. I quattro grandi ostacoli al successo completo del voto col portafoglio sono la mancanza di consapevolezza da parte dei cittadini di disporre di questo potere, i limiti d'informazione sulla qualità sociale ed ambientale dei prodotti, la difficoltà di coordinamento delle scelte di tanti consumatori/risparmiatori individuali e le differenze di prezzo. Questo spiega l'enorme successo del voto col portafoglio nel settore dei fondi d'investimento dove tutti e quattro questi ostacoli sono stati superati. Molto dobbiamo ancora fare nel campo dei consumi aumentando consapevolezza, informazioni e la nostra capacità di coordinamento nel votare col portafoglio. Per questo sono essenziali le campagne e le strategie di comunicazione. C'è un dato sul voto col portafoglio in questo difficile tempo della pandemia che sorprende: sensibilità e scelte green nei consumi sono aumentate perché i cittadini

sono diventati più consapevoli dei legami tra sostenibilità ambientale, salute e qualità dei prodotti. Possiamo ricominciare da qui per il mondo post-pandemia dove non dobbiamo assolutamente fare l'errore di tornare al modello di prima o soltanto di ripartire come ben sottolineano le campagne del sistema equosolidale nazionale #IoNonTornoIndietro ed internazionale #BuildBackFairer. Facendo tesoro della lezione della pandemia dobbiamo rigenerare la nostra società su basi nuove avendo come orizzonte la soddisfazione e la ricchezza di senso del vivere.

La persona è infatti cercatrice di senso prima di essere

massimizzatrice di utilità e la generatività delle nostre vite è la chiave per soddisfazione e ricchezza di senso di vita. Ce lo ricordano due grandi del passato come Antonio Genovesi e John Stuart Mill: "Fatigate per il vostro interesse, niuno uomo potrebbe operare altrimenti, che per la sua felicità sarebbe un uomo meno uomo: ma non vogliate fare l'altrui miseria, e se potete e quando potete studiatevi di far gli altri felici. Quanto più si opera per interesse, tanto più, purchè non si sia pazzi, si debb'esser virtuosi. È legge dell'universo che non si può far la nostra felicità senza far quella degli altri" (Genovesi, Autobiografia e lettere, p. 449); "Sono felici solamente quelli che

si pongono obiettivi diversi dalla loro felicità personale: cioè la felicità degli altri, il progresso dell'umanità, perfino qualche arte, o occupazione perseguiti non come mezzi, ma come fini ideali in se stessi. Aspirando in tal modo a qualche altra cosa, trovano la felicità lungo la strada" (John Stuart Mill). Il movimento del Commercio Equo questo, senza averlo magari studiato sui libri, l'ha sempre saputo. Creare aziende che vogliono cambiare il mondo è il modo migliore per vincere la sfida della generatività. Da queste energie e da questa cultura dobbiamo partire per un nuovo progresso del vivere civile.





ENGLISH VERSION

FACTS AND FIGURES

Equo Garantito is the network of the Italian Fair Trade Organisations: cooperatives and associations which promote Fair Trade in 180 Fair Trade shops, in hundreds of other retailers, in schools and canteens and towards companies, local authorities, citizens.

Equo Garantito is involved in 4 main activities:

- promotion of Fair Trade in Italy;
- monitoring of the compliance of its member organizations to the Fair Trade criteria through its Guarantee System, that is recognized by the World Fair Trade Organisation (WFTO) and certified by an independent certification body (CSQA);
- education about sustainability and Fair Trade and training for its members;
- lobbying and advocacy for policies that support Fair Trade practices.

In 2020, 64 member organizations have filled the self assessment form with 2019 data that provide a broad picture of their work.

Their total turnover is € 64.993.110

83% coming from the selling of Fair Trade products (€ 54.176.177)

They bought € 11.310.769 of Fair Trade products from 152 Fair Trade Organisations in Asia (39% of the purchases), Latin America (37%), Africa (23%) and Europe (1%). They directly visited 57 of these commercial partners and developed 34 projects to improve the production.

They employ 472 people, 64% of which are women, supported by 3.813 committed volunteers.

They delivered 6.685 hours of education activities and trainings and promoted 62 campaigns about sustainable consumption and global citizenship.

In 2020 Equo Garantito made 17 audits on a sample of the 25% of its member organisations to verify the information declared in the self assesment form. Its auditors assigned 23 remarks which have been addressed by action plans.

**ECONOMIC
AND SOCIAL
ASPECTS:**



MANIFESTO

ionontornoindietro.it/il-manifesto/

-
- 1** VOGLIAMO UN'ECONOMIA PIÙ GIUSTA, PIÙ EQUA, PIÙ GREEN.
 - 2** VOGLIAMO CHE LE RELAZIONI COMMERCIALI E LE INFORMAZIONI NEI CONFRONTI DEI CONSUMATORI SIANO BASATE SULLA TRASPARENZA.
 - 3** VOGLIAMO UNA SCUOLA PIÙ VICINA ALLE ESIGENZE E ALLE URGENZE DELLA SOCIETÀ, CHE INSENGI AI BAMBINI E AI RAGAZZI L'IMPORTANZA DELLA TUTELA DELL'AMBIENTE E DELLE PERSONE.
 - 4** VOGLIAMO UN'INFORMAZIONE PIÙ RESPONSABILE E VOGLIAMO CHE LE PIATTAFORME SOCIAL SI IMPEGNINO A CONTRASTARE IL GRAVE FENOMENO DELLE FAKE NEWS.
 - 5** VOGLIAMO UN MONDO PIÙ PULITO, CON MENO RIFIUTI E CON UN'ATTENZIONE MAGGIORE VERSO LE RISORSE NATURALI.
 - 6** VOGLIAMO CHE VENGA RISPETTATI I DIRITTI DEI LAVORATORI E DELLE LAVORATRICI NEL NORD E NEL SUD DEL MONDO E CHE SIA ELIMINATA OGNI FORMA DI SFRUTTAMENTO NEI CONFRONTI DEI MINORI.
 - 7** VOGLIAMO UN IMPEGNO PIÙ FORTE PER IL RAGGIUNGIMENTO DELLE PARI OPPORTUNITÀ TRA DONNE E UOMINI, SENZA ALCUNA DISCRIMINAZIONE.
-

ORGANIGRAMMA

CONSIGLIO DIRETTIVO

Marco Fazio
Presidente

Maria Teresa Pecchini
Vice Presidente

Fabrizio Cuniberti
Consigliere

Eleonora Dal Zotto
Consigliere

Patrizia Musicco
Consigliere

Angelo Spadola
Consigliere

COLLEGIO REVISORI

Elena Thiella
Marco Bindi
Elena Rosini

COLLEGIO PROBIVIRI

Giovanni Paganuzzi
David Cambioli
Luca Gioelli

STAFF

Gaga Pignatelli
Coordinatrice

Marta Fracasso
Progetti e Formazione

Micol Arena
Soci e Sistema di monitoraggio

Luisa Bortolotto
Amministrazione

Mug Agency
Comunicazione

Equo Garantito è l'associazione di categoria di circa 70 organizzazioni italiane di Commercio Equo e Solidale. Rappresenta nel Paese, nella società civile, con i media e con le istituzioni locali e nazionali le esperienze e la cultura dei suoi Soci: organizzazioni non profit e Botteghe del Mondo che promuovono i prodotti e i principi di un'economia di giustizia fondata sulla cooperazione e su relazioni paritarie

tra i soggetti che partecipano alla realizzazione di un bene.

Equo Garantito è depositaria della Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale e gestisce il Registro Italiano delle Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale attraverso un sistema di controllo e garanzia certificato da un ente esterno indipendente, che si svolge - nelle sue 3 fasi - in

collaborazione con l'Organo di Valutazione e da valutatori qualificati, anche in conformità agli standard internazionali fissati da WFTO, l'organizzazione mondiale del Fair Trade.

Equo Garantito è un'associazione governata dall'Assemblea dei Soci, guidata da un Consiglio Direttivo composto da volontari espressi dalle organizzazioni Socie.

Sede Legale:
Via Arezzo, 6
00161 Roma

Sede Amministrativa:
Via della Chimica, 29
36031 Dueville (VI)

✉ soci@equogarantito.org



**Equo
garantito**
www.equogarantito.org