



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 5.5.2009
COM(2009) 215 definitivo

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO
EUROPEO E AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO**

**Contribuire allo sviluppo sostenibile: il ruolo del commercio equo e solidale e dei
programmi non governativi in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità**

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO EUROPEO E AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO

Contribuire allo sviluppo sostenibile: il ruolo del commercio equo e solidale e dei programmi non governativi in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità

INDICE

1.	Introduzione	4
2.	Sviluppi del commercio equo e solidale dal 1999	5
3.	Applicazione dei criteri di sostenibilità.....	6
4.	Considerazioni politiche.....	8
4.1.	Il contributo allo sviluppo sostenibile	8
4.2.	I programmi privati in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità e l'OMC ...	9
4.3.	Appalti pubblici.....	10
4.4.	Sostegno dell'UE	11
5.	Conclusioni: il ruolo delle autorità pubbliche e degli operatori in relazione al commercio equo e solidale e ad altri programmi privati in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità	12
ALLEGATO I		14
ALLEGATO II.....		15
ALLEGATO III.....		16
ALLEGATO IV		18
ALLEGATO V		19

1. INTRODUZIONE

La presente comunicazione esamina la situazione attuale del commercio equo e solidale e di altri programmi non governativi (vale a dire privati) in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità. La Commissione riconosce da tempo che i consumatori possono contribuire con le loro decisioni d'acquisto al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile. La presente comunicazione risponde al crescente interesse testimoniato sia a livello politico, sia dagli acquisti in aumento da parte dei consumatori UE. A livello politico il Parlamento europeo ha adottato nel 2006 una relazione sul commercio equo e solidale e lo sviluppo¹. Tale relazione evidenzia la necessità di un'azione di sensibilizzazione fra i consumatori e il rischio di abusi da parte di imprese che entrino nel mercato del commercio equo e solidale senza rispettarne i criteri di certificazione. Essa riconosce inoltre che il commercio equo e solidale è essenzialmente un fenomeno volontario del settore privato e che una regolamentazione troppo onerosa potrebbe produrre effetti negativi piuttosto che positivi.

Il parere esplorativo espresso nel 2005 dal comitato economico e sociale europeo (CESE) prende in considerazione i "programmi di garanzia per i consumatori". Le principali conclusioni evidenziate riguardano la necessità di una valutazione autorevole della qualità dei programmi di garanzia per i consumatori e di stabilire le definizioni essenziali. Nel giugno 2006 il Consiglio europeo ha adottato la strategia di sviluppo sostenibile rinnovata e ha incoraggiato gli Stati membri a promuovere i prodotti sostenibili, inclusi quelli del commercio equo e solidale².

Ogni anno i consumatori dell'UE acquistano prodotti equosolidali certificati per circa 1,5 miliardi di euro, vale a dire un livello settanta volte superiore a quello registrato nel 1999, anno in cui la Commissione ha adottato una comunicazione in materia. Tali numeri evidenziano la necessità per i consumatori, per le autorità pubbliche e per le altre parti interessate, incluse le organizzazioni di produttori nei paesi in via di sviluppo, di misurare il reale impatto del commercio equo e solidale.

Nella presente comunicazione il termine "commercio equo" è utilizzato conformemente agli standard fissati dagli organismi internazionali di normazione e di valutazione della conformità che fanno parte dell'ISEAL³, così come applicati dalle organizzazioni del commercio equo e solidale. Il termine "altri programmi privati a garanzia della sostenibilità" è usato per indicare altri programmi di certificazione miranti a informare il consumatore del carattere sostenibile della produzione del prodotto. (Una breve rassegna dei termini e delle organizzazioni figura nell'allegato I).

La presente comunicazione fornisce un aggiornamento sugli sviluppi che hanno avuto luogo successivamente alla comunicazione della Commissione sul commercio equo e solidale del 1999⁴ e suggerisce considerazioni preliminari sul ruolo delle autorità pubbliche e delle parti

¹ Relazione del Parlamento europeo sul commercio equo e solidale e lo sviluppo, 2005/2245(INI), "relazione Schmidt".

² "Gli Stati membri dovrebbero [...] promuovere i prodotti sostenibili, tra cui i prodotti dell'agricoltura biologica e del commercio equo e solidale e i prodotti ecocompatibili."
<http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/06/st10/st10117.en06.pdf>, pag. 13.

³ Alleanza internazionale per l'accreditamento e l'etichettatura sociale e ambientale.

⁴ COM(1999) 619 del 29.11.1999. Le informazioni relative alla comunicazione della Commissione del 1999 figurano nell'allegato II.

interessate in relazione al commercio equo e solidale e ad altri programmi privati a garanzia della sostenibilità. Le questioni da trattare sono rilevanti per diversi settori delle politiche comunitarie, ad esempio la tutela dei consumatori, lo sviluppo economico e sociale, il commercio, la responsabilità sociale delle imprese, l'ambiente e il mercato interno dell'UE. La presente comunicazione può essere seguita, all'occorrenza, da iniziative più mirate in uno o più settori.

La presente comunicazione non riguarda i programmi di sostenibilità e di certificazione definiti dalle autorità pubbliche (quali il marchio UE di qualità ecologica).

2. SVILUPPI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE DAL 1999

Gli sviluppi più rilevanti dal 1999 si sono verificati nei mercati nazionali in cui i prodotti equosolidali certificati erano già presenti. In risposta all'esigenza evidenziata nella comunicazione del 1999 di un unico marchio e di verifiche e controlli indipendenti è stato introdotto con successo il "marchio di certificazione Fairtrade"⁵.

Il livello di riconoscimento del marchio del commercio equo da parte dei consumatori nel Regno Unito nel 2008 superava il 70% (nel 2000 era del 12%)⁶ e in Francia nel 2005 raggiungeva il 74% (mentre nel 2000 era del 9%)⁷. Le vendite in tutto il mondo di prodotti equosolidali certificati alla fine del 2007 superavano i 2,3 miliardi di euro⁸ (un livello comunque inferiore rispetto alle vendite di cibi biologici e meno dell'1% del commercio totale)⁹. L'Europa costituisce il mercato principale per i prodotti del commercio equo e solidale: tra il 60% e il 70% delle vendite globali hanno luogo in Europa, con ampie variazioni fra il mercato con più rapida crescita, la Svezia, e i nuovi Stati membri dove il concetto è ancora relativamente nuovo.

Il commercio equo e solidale ha svolto un ruolo pionieristico nel dare risalto a questioni quali la responsabilità e la solidarietà, producendo un impatto su altri operatori e generando altri sistemi di sostenibilità. Le iniziative private di sostenibilità in ambito commerciale utilizzano varie norme di audit sociale o ambientale¹⁰, che si sono moltiplicate e coprono una maggiore quota di mercato. La norma sociale più conosciuta è forse la SA8000 istituita nel 1997 dalla SAI (Social Accountability International)¹¹. Garanzie che si estendono a questioni più ampie, inclusi i criteri sociali e ambientali, sono per esempio le certificazioni Utz Certified e Rainforest Alliance (RA).

Le iniziative di sostenibilità in ambito commerciale condotte da una pluralità di imprese in diverse parti d'Europa variano da accordi nazionali che riuniscono i risultati di audit sociali a iniziative transnazionali con un qualche supporto governativo, quali la Ethical Trading

⁵ Si vedano le informazioni sulle definizioni nell'allegato I.

⁶ Fairtrade Foundation, 2008.

⁷ OECD Trade Policy Working Paper No. 47. Part 1; Jan 10, 2007.

⁸ Fairtrade Labelling Organizations International, 2008.

⁹ Land, P. & Andersen, M, "What is the world market for certified products", Commodities and Trade Technical Paper, OECD.

¹⁰ Si veda anche il portale per la Gestione responsabile della catena di approvvigionamento, istituito ad opera dell'Alleanza europea per la responsabilità sociale delle imprese: www.csr-supplychain.org.

¹¹ La SAI sostiene che "dettaglianti, società titolari di un marchio e altri datori di lavoro in tutto il mondo che registrano vendite annuali superiori a 175 miliardi di USD utilizzano la SA8000"; www.sa-intl.org.

Initiative (ETI)¹². Il lavoro di base da parte degli operatori per l'applicazione e il controllo delle norme non deve necessariamente concretizzarsi in una certificazione o in un marchio destinati ai consumatori; l'adempimento delle norme e la verifica della loro applicazione possono rientrare nell'impegno riconducibile alla responsabilità sociale delle imprese (RSI)¹³, cosa che non sempre figura sul prodotto. Le attività di RSI possono essere rafforzate con l'applicazione all'interno di un'impresa di un insieme riconosciuto di criteri o obiettivi, aderendo ad esempio al Global Compact delle Nazioni Unite¹⁴.

I mercati delle "private label" si possono suddividere nel modo seguente:

- 1) commercio equo e solidale propriamente detto;
- 2) altri prodotti certificati "di nicchia" che non rientrano formalmente nel commercio equo e solidale ma si rivolgono a consumatori consapevoli delle tematiche relative alla sostenibilità (Rainforest Alliance, Utz Certified);
- 3) prodotti cui si applicano norme di base destinate nelle intenzioni a comprendere un'intera categoria, come ad esempio il codice di condotta per le Comunità del caffè (4C) e la Ethical Tea Partnership;
- 4) prodotti rimanenti (beni di consumo "senza nome").

Un singolo produttore può operare le proprie vendite all'interno di tutte e quattro le citate categorie. Può risultare difficile per il consumatore valutare il significato di vari programmi di sostenibilità. È in questo contesto complesso e in evoluzione che dovrebbero essere valutati gli sviluppi politici e istituzionali.

3. APPLICAZIONE DEI CRITERI DI SOSTENIBILITÀ

I programmi non governativi in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità utilizzano una serie di criteri per valutare e/o garantire la sostenibilità dei prodotti. I criteri spesso poggiano su uno o più dei tre pilastri dello sviluppo sostenibile, vale a dire lo sviluppo economico e quello ambientale e sociale, collegandosi a volte a norme e ad accordi internazionali. Alcuni programmi si concentrano su una particolare questione o un particolare obiettivo (ad es. le emissioni di carbonio in rapporto alla mitigazione dei cambiamenti climatici), mentre altri poggiano sui criteri relativi allo sviluppo sostenibile in senso lato.

La presente sezione descrive la prima delle summenzionate categorie, vale a dire il commercio equo e solidale¹⁵ che gode di un elevato livello di riconoscimento da parte dei consumatori nei mercati in cui viene praticato. Il riconoscimento si accompagna a una buona comprensione delle questioni promosse dal commercio equo e solidale. I criteri e le norme applicati dal commercio equo e solidale sono fra i più ampi e ambiziosi in termini di questioni

¹² Altre iniziative che vanno ricordate in questo contesto comprendono la Compliance Initiative (<http://www.bsci-eu.com/>) e il Global Social Compliance Programme (<http://www.ciesnet.com/2-wwedo/2.2-programmes/2.2.gscp.background.asp>).

¹³ COM(2006)136 del 22 marzo 2006 "Fare dell'Europa un polo di eccellenza in materia di responsabilità sociale delle imprese".

¹⁴ www.unglobalcompact.org.

¹⁵ Nell'allegato III è inclusa una presentazione degli altri programmi privati a garanzia della sostenibilità di cui alla presente sezione.

e condizioni contemplate che incidono sui produttori nei paesi in via di sviluppo; comprendono in particolare un prezzo minimo per il produttore e un "premio" versato alla comunità cui questi appartiene.

Criteri del commercio equo e solidale

I criteri quali definiti dal "Fair Trade movement" e ripresi dalla relazione del Parlamento europeo del 2006 sono:

- **un prezzo equo al produttore**, che garantisca un salario equo e copra i costi di una produzione sostenibile e il costo della vita; tale prezzo deve essere almeno equivalente al prezzo minimo e al premio del commercio equo e solidale, ove questi siano stati definiti dalle associazioni internazionali del commercio equo e solidale;
- se il produttore lo richiede, **parte del pagamento deve essere versata in anticipo**;
- **relazioni stabili e a lungo termine** con i produttori e partecipazione dei produttori alla definizione delle norme del commercio equo e solidale;
- **trasparenza e tracciabilità** lungo l'intera catena di fornitura, al fine di garantire un'informazione adeguata al consumatore;
- condizioni di produzione che **rispettino** le otto **convenzioni di base** dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL);
- tutela dell'ambiente, protezione dei diritti dell'uomo e, in particolare, dei diritti della donna e del bambino, nonché **rispetto dei metodi di produzione tradizionali** che promuovono lo sviluppo economico e sociale;
- **sviluppo di capacità e responsabilizzazione** dei produttori, in particolare dei piccoli produttori marginalizzati e dei lavoratori dei paesi in via di sviluppo e delle loro organizzazioni, oltreché delle rispettive comunità, onde garantire la sostenibilità del commercio equo e solidale;
- sostegno alla produzione e **accesso al mercato** per le organizzazioni dei produttori;
- attività di **sensibilizzazione** sulla produzione del commercio equo e solidale e sulle relazioni commerciali, sulla missione e sugli obiettivi del commercio equo e solidale e sull'ingiustizia prevalente delle norme commerciali internazionali;
- **sorveglianza e verifica** del rispetto di questi criteri, al cui riguardo le organizzazioni del Sud del mondo devono svolgere un ruolo di maggior peso, che porti a una riduzione dei costi e a una maggiore partecipazione locale al processo di certificazione;
- periodiche **valutazioni dell'impatto** delle attività di commercio equo e solidale.

4. CONSIDERAZIONI POLITICHE

4.1. Il contributo allo sviluppo sostenibile

Una delle caratteristiche peculiari del commercio equo e solidale e degli altri programmi privati a garanzia della sostenibilità è che si tratta di un meccanismo essenzialmente volontario, dinamico, che si sviluppa parallelamente alla consapevolezza e alle esigenze delle società e dei consumatori. È sulla scia della progressiva maggiore comprensione delle sfide in materia di sostenibilità che tendono a svilupparsi i programmi privati in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità; in alcuni casi sono proprio quest'ultimi a costituire il punto di partenza della sensibilizzazione e a spingere il consumatore a interessarsi alle nuove sfide emergenti in relazione allo sviluppo sostenibile e a tentare di comprenderle. I mercati e i programmi di nicchia possono influenzare le attività commerciali ordinarie e le politiche governative.

La Commissione ritiene di non dover prendere iniziative in materia di classificazione o fissazione dei criteri relativi ai programmi privati in campo commerciale a garanzia della sostenibilità, né di doverne stabilire la pertinenza in relazione agli obiettivi di sviluppo sostenibile. Disciplinare i criteri e le norme limiterebbe il carattere dinamico delle iniziative private nel settore e potrebbe ostacolare l'ulteriore sviluppo del commercio equo e solidale e di altri programmi privati e delle relative norme.

Lo sviluppo sostenibile può essere favorito da programmi che attribuiscono un'importanza prioritaria a elementi ambientali, sociali o economici. Per un buon funzionamento del mercato è importante che i consumatori e i produttori possano accedere a informazioni attendibili sui programmi. A questo proposito si possono indicare alcuni elementi rilevanti per la valutazione delle buone pratiche ai quali, secondo la Commissione, gli operatori dovrebbero attenersi.

Le norme e i criteri dovrebbero essere oggettivi e non discriminatori al fine di evitare qualsiasi impatto (involontario) in particolare sui produttori dei paesi in via di sviluppo. La Commissione accoglie con favore gli sforzi attuali per una definizione più chiara, tramite la pubblicazione ad esempio di una Carta del commercio equo e solidale. Al fine di consentire ai consumatori di operare le proprie scelte con cognizione di causa occorre che le norme e i criteri siano applicati in modo trasparente. Fra le informazioni che i consumatori e i produttori possono richiedere per mantenere la fiducia nel mercato figura la percentuale del sovrapprezzo corrisposta al produttore¹⁶.

L'ideale sarebbe un controllo indipendente per garantire che i prodotti siano il risultato di pratiche svolte conformemente a una serie specifica di criteri che tengano conto in ugual misura di considerazioni di tipo ecologico, economico e sociale. La natura e i risultati del processo di audit dovrebbero poter essere sottoposti a ispezione¹⁷. La Commissione incoraggia di conseguenza le parti interessate a migliorare la metodologia di valutazione in modo da consentire ai consumatori di operare scelte consapevoli.

Occorre una maggiore chiarezza e comprensione dell'impatto effettivo dei programmi privati in tema di sostenibilità sui produttori dei paesi in via di sviluppo e in termini più generali

¹⁶ La relazione della Camera dei Comuni britannica "Fair Trade and Development" del giugno 2007 proponeva l'adozione di un'etichettatura da cui risulti la percentuale di prezzo percepita dal produttore.

¹⁷ Nell'allegato IV sono elencate le questioni relative ai programmi di garanzia per i consumatori individuate dal CESE.

sull'ambiente circostante. I consumatori dovrebbero disporre a questo proposito di alcuni elementi di valutazione obiettiva. Tenuto conto del lavoro in corso, la Commissione prevede miglioramenti in questo ambito e attende gli sviluppi che potranno essere oggetto di ulteriori considerazioni politiche¹⁸.

Nell'allegato IV sono elencate le tematiche di processo relative ai programmi di garanzia per i consumatori individuate dal Comitato economico e sociale europeo. La Commissione invita a proseguire i lavori per il raggiungimento di un'interpretazione comune dei requisiti di processo fondamentali che è legittimo aspettarsi siano rispettati dai programmi, continuando tuttavia a non entrare nel merito della definizione di appropriate norme di sostenibilità per i programmi privati.

Principi per massimizzare l'impatto dei programmi privati in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità:

- mantenimento del carattere non governativo dei programmi privati in tutta l'UE;
- esame della possibilità di eventuali sinergie fra i programmi e di maggiore chiarezza per i consumatori e i produttori;
- raggiungimento di un'interpretazione comune di ragionevoli requisiti di processo fondamentali;
- determinazione di elementi oggettivi in relazione all'impatto prodotto da diversi programmi privati in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità.

4.2. I programmi privati in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità e l'OMC

La liberalizzazione del commercio può offrire opportunità di crescita economica e sviluppo sostenibile. Lo sviluppo e l'integrazione dei paesi in via di sviluppo nell'economia globale, specialmente dei paesi meno progrediti, sono al centro degli obiettivi dell'OMC e della politica commerciale dell'UE.

La liberalizzazione multilaterale del commercio tramite il sistema dell'OMC è il modo più efficace per espandere e gestire il commercio mondiale e può contribuire a creare opportunità di crescita economica e sviluppo sostenibile. Tuttavia la liberalizzazione del commercio non è sufficiente; l'impatto delle politiche commerciali sulla crescita, sullo sviluppo e sulla sostenibilità è da ricercare in parte nella regolamentazione e nelle politiche relative a svariati altri ambiti che hanno un'incidenza sulla crescita e sullo sviluppo sostenibile.

Le iniziative private che si avvalgono essenzialmente di una partecipazione volontaria sono coerenti con un sistema di commercio multilaterale non discriminatorio. Qualsiasi intervento governativo o meccanismo normativo in relazione a tali programmi di certificazione, pur non rappresentando di per sé un problema, deve tenere conto degli obblighi imposti dall'OMC, in particolare per garantirne un funzionamento trasparente e non discriminatorio.

¹⁸ L'alleanza ISEAL sta portando avanti un progetto che prende in esame le buone pratiche nella misurazione dell'impatto delle norme e della certificazione.

Principio in relazione all'OMC:

- garantire un funzionamento trasparente e non discriminatorio dei programmi di certificazione.

4.3. Appalti pubblici

Un settore in cui si sono verificati cambiamenti importanti è quello degli appalti pubblici. La spesa effettuata dalle autorità pubbliche è pari al 16% del PIL dell'UE, il che rende strategicamente importante questo mercato.

Allo scopo di rispondere più adeguatamente alla necessità di orientamenti da parte delle autorità aggiudicatrici per l'attuazione di appalti pubblici sostenibili, la Commissione ha adottato recentemente una comunicazione sugli appalti pubblici per un ambiente migliore¹⁹ (a complemento del manuale della Commissione sugli appalti pubblici "verdi") e sta lavorando attualmente alla pubblicazione di un equivalente manuale per gli appalti sociali. Tali manuali costituiscono nel loro insieme una guida esaustiva agli appalti pubblici sostenibili.

Molte autorità indicano bandi di gara includendo nella loro politica per gli appalti obiettivi sostenibili o il principio del "commercio equo e solidale". Alcuni Stati membri sono andati oltre richiedendo uno specifico marchio "commercio equo e solidale" o equivalente. Secondo le norme europee in materia di appalti, le autorità aggiudicatrici che intendono acquistare prodotti equosolidali non possono esigere marchi specifici, in quanto ciò costituirebbe una limitazione all'accesso all'appalto per quei prodotti che pur non essendo certificati in tal maniera rispettano norme simili del commercio sostenibile.

L'autorità aggiudicatrice che intende acquistare prodotti equosolidali può definire nelle specifiche tecniche dei prodotti i relativi criteri di sostenibilità collegati all'oggetto del capitolato e rispondenti alle altre norme pertinenti europee in materia di appalti pubblici, inclusi i principi di base di parità di trattamento e trasparenza. Tali criteri devono riferirsi alle caratteristiche o al funzionamento dei prodotti (ad es. bicchieri fabbricati con materiale riciclato) o al processo di produzione dei prodotti (ad es. ottenuti con il metodo di produzione biologico).

Le autorità aggiudicatrici che intendono acquistare prodotti che garantiscono la sostenibilità non dovrebbero semplicemente limitarsi a includere le caratteristiche di un particolare marchio fra le specifiche tecniche degli acquisti. Dovrebbero invece esaminare i sottocriteri alla base del marchio di certificazione del commercio equo e solidale e utilizzare soltanto quelli che sono rilevanti ai fini dell'oggetto dell'appalto. Le autorità aggiudicatrici dovrebbero sempre consentire ai partecipanti alla gara di dimostrare la propria conformità alle norme utilizzando un marchio di certificazione del commercio equo e solidale o con altri mezzi.

I criteri ambientali e sociali possono anche essere inclusi nelle clausole di esecuzione, purché tali criteri siano in relazione all'esecuzione del capitolato in questione (ad es. retribuzione minima per i lavoratori coinvolti nell'adempimento del contratto) e siano conformi mutatis mutandis alle altre disposizioni di cui sopra in relazione alle specifiche tecniche.

¹⁹ Comunicazione della Commissione "Appalti pubblici per un ambiente migliore", COM(2008)400 del 16 luglio 2008.

Principi che favoriscono la realizzazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile attraverso gli acquisti pubblici:

- garantire la disponibilità di orientamenti su come attuare appalti pubblici sostenibili.

4.4. Sostegno dell'UE

La Commissione ha fornito sostegno finanziario al commercio equo e solidale e ad altre attività inerenti al commercio sostenibile essenzialmente per mezzo dei suoi strumenti di cooperazione allo sviluppo (capitolo 19 del bilancio) e tramite azioni di cofinanziamento con le ONG. Tra il 2007 e il 2008 sono stati destinati 19,466 milioni di euro a varie azioni attuate e cofinanziate dalle ONG. La maggior parte di queste azioni erano nel settore della sensibilizzazione nell'UE.

Le azioni finanziate nel quadro di documenti pluriannuali di strategia nazionale e programmi indicativi nel settore agricolo e rurale comprendono attività che contribuiscono a facilitare il commercio equo e solidale. Anche la disciplina speciale d'assistenza ai fornitori ACP tradizionali di banane e le misure di accompagnamento a favore dei paesi aderenti al protocollo dello zucchero hanno contribuito ad aiutare i produttori agricoli a inserirsi nel commercio equo e solidale. Progetti a sostegno dello sviluppo del commercio e del settore privato possono ugualmente facilitare le attività commerciali, compreso il commercio equo e solidale.

Negli esercizi di bilancio 2008 e 2009 stanziamenti aggiuntivi per 1 milione di euro all'anno sono stati inclusi specificamente per azioni connesse al commercio equo e solidale nel bilancio degli stanziamenti destinati al commercio (capitolo 20). Tali stanziamenti sono utilizzati per integrare i finanziamenti erogati a norma degli strumenti di sviluppo²⁰.

La CE ha garantito il proprio sostegno a progetti connessi al commercio equo e solidale principalmente sulla base delle domande presentate dalle ONG per il cofinanziamento di azioni in questo settore, la maggior parte delle quali riguardano la sensibilizzazione nell'UE. La Commissione europea intende prestare maggiore attenzione alla valutazione dell'impatto, agli sforzi per una trasparenza del mercato e alla valutazione delle difficoltà nell'attuare i programmi e nell'ottenere la certificazione. Tali azioni potrebbero essere a loro volta sostenute da interventi simili da parte degli Stati membri per il finanziamento di studi sull'impatto del commercio equo e solidale.

Un progetto della Commissione portato avanti dall'UNCTAD è quello dello sviluppo di un portale su Internet relativo ai programmi incentrati sulla sostenibilità. Il progetto mira a fornire informazioni comparabili sul contenuto e sui processi relativi ai diversi programmi esistenti, a beneficio di consumatori e produttori. L'intento è garantire una maggiore trasparenza sul modo in cui i diversi programmi affrontano i vari criteri pertinenti e consentire scambi in materia fra le parti interessate.

²⁰ L'allegato V riporta esempi di attuali finanziamenti.

Principi che contribuiscono a un uso ottimale da parte dell'UE dei suoi strumenti di sostegno diretto ai programmi:

- identificare settori di intervento nell'ambito delle disposizioni di bilancio vigenti ad es. per mezzo di studi che chiariscano l'impatto dei diversi programmi e forniscano sostegno agli sforzi per una trasparenza del mercato e alle analisi dei costi-benefici del sostegno fornito.

5. CONCLUSIONI: IL RUOLO DELLE AUTORITÀ PUBBLICHE E DEGLI OPERATORI IN RELAZIONE AL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE E AD ALTRI PROGRAMMI PRIVATI IN AMBITO COMMERCIALE A GARANZIA DELLA SOSTENIBILITÀ

Considerato il potenziale contributo dato allo sviluppo sostenibile dal commercio equo e solidale e da altri programmi in ambito commerciale a garanzia della sostenibilità, la Commissione intende continuare a impegnarsi in relazione a tali programmi e sostenerli maggiormente. Alla presente comunicazione possono seguire, qualora opportuno, ulteriori iniziative in uno o più settori strategici. In questa fase la Commissione:

- *ribadisce* l'importanza di mantenere il carattere non governativo del commercio equo e solidale e di altri programmi a garanzia della sostenibilità in tutta l'UE; l'intervento normativo pubblico potrebbe interferire con il funzionamento di programmi privati dinamici;
- *osserva* che il commercio equo e solidale è presente in modo significativo in gran parte del mercato dell'UE e ha un elevato grado di riconoscimento da parte dei consumatori collegato allo sviluppo e alla trasparenza di norme e principi alla base del sistema;
- *osserva* che programmi privati di diverso tipo possono contribuire al raggiungimento di obiettivi di sostenibilità, ma la loro molteplicità rischia di confondere i consumatori. La Commissione ritiene che sia opportuna un'ulteriore riflessione sui principi per massimizzare l'impatto dei programmi privati in campo commerciale a garanzia della sostenibilità, senza entrare nel merito della definizione di norme adeguate di sostenibilità che questi programmi privati dovrebbero seguire, fatto salvo, tuttavia, il rispetto delle pertinenti norme e disposizioni in tema di sostenibilità fissate dalle autorità pubbliche.

A questo proposito la Commissione:

- *ricorda* che la trasparenza e l'adeguatezza delle informazioni ai consumatori sulle norme dei programmi privati in tema di sostenibilità sono fondamentali e che si potrebbe trarre beneficio da un'interpretazione comune di requisiti di processo fondamentali che i programmi dovrebbero ragionevolmente rispettare (ad es. per quanto riguarda il controllo indipendente);
- *ricorda* che un'ulteriore valutazione dell'impatto dei programmi privati a garanzia della sostenibilità potrebbe rappresentare un importante passo avanti;
- *intende* vagliare le possibilità di maggiore dialogo, cooperazione e, se del caso, convergenza fra i diversi programmi di certificazione privati al fine di promuovere le possibili sinergie e ottenere maggiore chiarezza per i consumatori.

In tema di appalti pubblici la Commissione:

- **sottolinea** l'interesse di fornire orientamenti per le autorità pubbliche committenti che consentano di ricavare dalle loro decisioni il massimo contributo a favore dello sviluppo sostenibile;
- **sottolinea** che un'autorità aggiudicatrice che intende acquistare prodotti che garantiscono la sostenibilità dovrebbe avvalersi esclusivamente di criteri collegati all'oggetto dell'acquisto e rispettare le altre norme pertinenti in materia di appalti pubblici. Le autorità aggiudicatrici dovrebbero sempre consentire ai partecipanti alla gara di dimostrare la propria conformità alle norme utilizzando un marchio di certificazione del commercio equo e solidale o con altri mezzi.

In tema di finanziamenti la Commissione:

- **intende** continuare a erogare finanziamenti a sostegno di attività di commercio equo e solidale o nell'ambito di altre attività inerenti al commercio sostenibile conformemente alle pratiche attuali. Ciò non esclude la possibilità di finanziare anche azioni più mirate in base alle priorità individuate;
- **ricorda** la necessità di valutare i risultati delle analisi dell'impatto dei programmi privati a garanzia della sostenibilità sui parametri di sviluppo sostenibile, incluse le implicazioni per i criteri economici, sociali e di sviluppo nei paesi produttori. Data l'importanza attribuita dai programmi privati a garanzia della sostenibilità alle condizioni di vita e di lavoro nei paesi in via di sviluppo, la Commissione ritiene sia necessario attribuire un'attenzione particolare a questo aspetto. L'analisi dovrebbe mettere a confronto l'impatto dei vari programmi privati in modo da fornire una base per eventuali ulteriori iniziative nel settore.

ALLEGATO I

FAIR TRADE DEFINITION

Le norme relative al commercio equo e solidale sono il risultato di consultazioni delle parti interessate e di esperti e sono state fissate conformemente alle disposizioni dell'Alleanza internazionale per l'accREDITamento e l'etichettatura sociale e ambientale (ISEAL). L'Alleanza è una collaborazione formale fra i più importanti organismi internazionali di normazione e di valutazione della conformità che si occupano principalmente di questioni sociali e ambientali.

Esistono due organismi internazionali di normazione che certificano le organizzazioni per il commercio equo e solidale nel mondo secondo i principi dell'ISEAL: la *Fairtrade Labelling Organizations* (FLO) e la *World Fair Trade Organization* (WFTO) (precedentemente International Fair Trade Association, IFAT). La WFTO è membro dell'ISEAL. Questi due organismi di normazione hanno elaborato la "Carta dei criteri del commercio equo e solidale".

In base alla Carta dei criteri del commercio equo e solidale (gennaio 2009) il commercio equo e solidale è definito (in base alla definizione della rete FINE del 2001):

"Il commercio equo e solidale è un partenariato commerciale, basato sul dialogo, la trasparenza e il rispetto, finalizzato ad ottenere una maggiore equità nel commercio internazionale. Contribuisce allo sviluppo sostenibile offrendo migliori condizioni commerciali ai produttori e ai lavoratori marginalizzati e garantendone i diritti, in particolare nel Sud. Le organizzazioni del commercio equo e solidale (supportate dai consumatori) si impegnano attivamente per sostenere i produttori, sensibilizzare l'opinione pubblica e promuovere modifiche delle regole e delle pratiche seguite nel commercio internazionale".

La presente comunicazione si richiama alla suddetta definizione. .

La *Fairtrade Labelling Organizations* (FLO) - organizzazione internazionale degli enti certificatori del commercio equo e solidale - è un'associazione multilaterale di cui fanno parte 23 organizzazioni, operatori commerciali e esperti esterni. L'organizzazione elabora e riesamina le norme per il commercio equo e solidale e fornisce assistenza ai produttori nell'ottenimento e mantenimento della certificazione del commercio equo e solidale e nell'ottimizzazione delle opportunità di mercato. La FLO definisce le norme e una società distinta di certificazione internazionale, la FLO-CERT, effettua ispezioni, certifica l'osservanza di tali norme da parte dei produttori e verifica il flusso di prodotti fra i produttori e gli importatori.

Inoltre la *World Fair Trade Organization* (WFTO) ha sviluppato un sistema di certificazione indipendente da parte di un terzo: il sistema di gestione del commercio equo e sostenibile.

Una distinzione che non è facile operare è tra le operazioni mirate delle ONG, il cui obiettivo principale è cioè quello di contribuire allo sviluppo sostenibile, e le iniziative fondamentalmente commerciali che cercano però di contribuire ad obiettivi di sostenibilità. Per esempio i supermercati propongono i propri marchi di prodotti equosolidali accanto ad altri prodotti equosolidali certificati.

ALLEGATO II

COMUNICAZIONE SUL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE DEL 1999

Le questioni rilevate nella comunicazione del 1999 sono state affrontate in diverse circostanze. A livello europeo, la relazione del Parlamento europeo del 2006 (la "relazione Schmidt") e il parere esplorativo del comitato economico e sociale europeo (CESE) (relatore Richard Adams) del 2005 hanno esaminato alcuni aspetti del commercio equo e solidale e di altri programmi privati in tema di sostenibilità. Nel giugno 2006 il Consiglio europeo ha adottato una strategia di sviluppo sostenibile rinnovata e ha invitato gli Stati membri a promuovere i prodotti sostenibili, inclusi quelli del commercio equo e solidale²¹.

Anche molti documenti di politica comunitaria citano questioni rilevanti in tema di certificazione di sostenibilità: la comunicazione "Commercio dei prodotti agricoli, dipendenza e povertà", la politica dell'UE nei confronti dell'Africa, il piano d'azione per il settore del cotone, la strategia in tema di aiuti al commercio adottata dal Consiglio nell'ottobre 2007 e il Libro verde della Commissione sulla qualità dei prodotti agricoli (ottobre 2008)²². La comunicazione del 1999 sul "commercio equo e solidale" resta tuttavia il documento che più compiutamente espone la posizione della Commissione in merito a ciò che veniva allora designato come "commercio equo e solidale".

Tale comunicazione evidenziava tre punti fondamentali; i) occorre favorire in modo coerente lo sviluppo sia delle "pratiche commerciali leali", sia del commercio equo e solidale vero e proprio; ii) il contributo del commercio equo e solidale allo sviluppo sostenibile deve basarsi sulla partecipazione volontaria e la Comunità deve tenere conto degli obblighi contratti in seno all'OMC; e iii) i programmi devono soddisfare le esigenze dei produttori dei paesi in via di sviluppo e offrire ai consumatori la possibilità di scegliere con buona cognizione di causa.

²¹ <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/06/st10/st10117.en06.pdf>, pag. 13.

²² Il Libro verde della Commissione sulla qualità dei prodotti agricoli dell'ottobre 2008 tratta del commercio equo e solidale nell'ambito dei programmi di certificazione della qualità degli alimenti. È imminente una comunicazione della Commissione sullo stesso argomento. Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e sistemi di qualità, COM (2008) 641 def. del 15 ottobre 2008.

ALLEGATO III

CRITERI RELATIVI ALLE BUONE PRATICHE IN CAMPO AGRICOLO E COMMERCIALE E CRITERI SOCIALI E AMBIENTALI

La presente parte si riferisce alla sezione 3 della comunicazione e fornisce esempi di prodotti certificati che mirano alla sensibilizzazione dei consumatori in materia di sostenibilità.

I programmi di certificazione includono comunemente criteri relativi alle buone pratiche in campo agricolo e commerciale, nonché criteri sociali e ambientali. Il codice di condotta Utz Certified (che si applica attualmente al caffè e sarà esteso al cacao, al tè e all'olio di palma) include elementi quali le norme contabili, l'uso ridotto al minimo e documentato di prodotti agrochimici per la protezione delle colture, la difesa dei diritti dei lavoratori e l'accesso all'assistenza sanitaria e all'istruzione per i dipendenti e le loro famiglie. In campo sociale, la tutela dei lavoratori si basa sia sul diritto nazionale sia sulle convenzioni dell'OIL, ma comprende anche tematiche quali la disponibilità per i lavoratori di un'abitazione, dell'acqua potabile e della formazione. I criteri ambientali si riferiscono alla prevenzione dell'erosione del suolo, all'impiego dell'acqua e dell'energia, alle fonti di energia sostenibili, nonché alla deforestazione.

Altri programmi privati sono incentrati maggiormente sull'ambiente: risulta evidente dal nome che il programma di certificazione "Rainforest Alliance" è uno di questi, sebbene nella pratica il RA associ tematiche ambientali a questioni sociali:

- sistema di gestione sociale e ambientale;
- conservazione dell'ecosistema;
- protezione della fauna e della flora selvatiche;
- conservazione delle acque;
- parità di trattamento e buone condizioni di lavoro per i lavoratori;
- salute e sicurezza sul posto di lavoro;
- relazioni fra comunità;
- gestione integrata delle colture;
- gestione e conservazione del suolo;
- gestione integrata dei rifiuti.

Un altro tipo di programma elencato nella sezione 3 della comunicazione riguarda le norme applicabili nelle intenzioni a un intero settore piuttosto che destinate a un mercato di nicchia di consumatori informati. Un esempio di questo tipo di iniziative è l'associazione basata sul codice di condotta per le Comunità del caffè (4C) il cui lavoro degli ultimi cinque anni costituisce il riferimento per lo sviluppo sostenibile nel settore del caffè in generale. Le norme dell'associazione 4C si basano sugli obiettivi di sviluppo del millennio delle Nazioni Unite ed escludono le pratiche sociali, ambientali ed economiche peggiori nella produzione, nella lavorazione post-raccolta e nel commercio di caffè verde. Le definizioni si basano

principalmente sulla dichiarazione dei diritti dell'uomo delle Nazioni Unite, nonché su vigenti convenzioni e norme delle Nazioni Unite e, di norma, sul diritto nazionale. Una volta eliminate le dieci pratiche peggiori, i partecipanti si impegnano a migliorare gli altri parametri stabiliti nel codice.

ALLEGATO IV

Tematiche di processo relative ai programmi di garanzia per i consumatori individuate dal comitato economico e sociale europeo:

a) Gestione del programma

Chi effettua il controllo finale del programma?

b) Obiettivi del programma

Gli obiettivi sono chiaramente definiti?

c) Ambito di applicazione del programma

Il programma affronta il problema in base alla definizione corrente?

d) Standard o condizioni del programma

Gli standard fissati e controllati dal programma corrispondono agli obiettivi stabiliti?

e) Valutazione dell'impatto

L'impatto del programma sugli obiettivi prefissati viene valutato in modo credibile?

f) Revisione indipendente

Il funzionamento del programma è soggetto a revisione indipendente?

g) Analisi costi-benefici

Esiste un metodo per controllare e valutare i costi del programma sostenuti da fornitori, commercianti e consumatori comparandoli ai progressi compiuti nel raggiungimento degli obiettivi?

h) Affermazioni pubbliche

Le affermazioni formulate pubblicamente dalle imprese o dai fornitori certificati corrispondono agli obiettivi, agli standard e ai risultati del programma?

ALLEGATO V

PROGRAMMI TEMATICI "COFINANZIAMENTO CON LE ONG EUROPEE" e "ATTORI NON STATALI E AUTORITÀ LOCALI NELLO SVILUPPO"

Progetti per il 2007 e il 2008 fra i cui obiettivi e/o attività è inclusa la promozione del commercio equo e solidale

Anno del contratto	Denominazione	Parte contraente	Nazionalità	Bilancio	Codice DAC
2008	<i>ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE INICIATIVAS COMUNITARIAS PRODUCTIVAS ACORDES CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE</i>	FUNDACION TIERRA VIVA	Venezuela	49968	15150
2008	<i>COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA Y COMERCIAL DE LA RED DEPARTAMENTAL DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE HABA CONVENCIONAL Y ORGÁNICA (ASOHABA) EN EL MERCADO COMUNITARIO Y DE COMERCIO JUSTO</i>	CREDI FUTURO ASOCIACION		380000	43040
2008	<i>Cafe amigable con la naturaleza Santa Cruz - Bolivia</i>	ASOCIACION CENTRO DE PROMOCION AGROPECUARIA CAMPESINA	Bolivia	515267	43040
2008	<i>OntunLan, N"do Botor - Turismo Socialmente responsavel no sector de Quinhamel</i>	INSTITUTO MARQUES DE VALLE FLOR FUNDACAO	Portogallo	496389,32	33210
2008	<i>Espaço por um Comércio Justo: alternativas em rede</i>	CENTRO DE INFORMACAO E DOCUMENTACAO MILCAR CABRAL ASSOCIACAO	Consorzio	370011,99	15150
2008	<i>Decent Life - decent work. Enhancing international strategies and policies of trade unions</i>	SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH	Consorzio	662264	99820
2008	<i>Mobilizing for a sector dialogue for the improvement of working conditions in the globalized toy industry</i>	SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH	Consorzio	929043	99820
2008	<i>F.R.A.M.E. (Fair and Responsible Action in MEditerranean area)</i>	CONSORZIO CTM-ALTROMERCATO SOCIETACOOOPERATIVA	Consorzio	494821	99820
2008	<i>Network Sustainable Consumption</i>	SUDWIND DIE AGENTUR FUR SUD NORD BILDUNGS UND OFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH	Consorzio	647023	99820
2008	<i>Creating Coherence. Trade for Development: Development Aid for Trade</i>	MOVIMENTO PER L AUTOSVILUPPOL INTERSCAMBIO E LA SOLIDARIETA	Consorzio	968233	99820

2008	A NETWORK FOR THE DEVELOPMENT	PROVINCE OF PESARO AND URBINO	Consorzio	115621	99820
2008	<i>Frauen und Globalisierung: Decent work for ALL! – Informations- und Mobilisierungskampagne für menschenwürdige Arbeit für Frauen in der globalen Exportindustrie am Beispiel Bekleidung</i>	CHRISTLICHE INITIATIVE ROMERO EV	Consorzio	720446	99820
2008	<i>Verantwortliche Öffentliche Beschaffung und Menschenwürdige Arbeit JETZT!– Öffentlichkeits-, Bewusstseins- und Lobbykampagne zur Durchsetzung sozialer und ökologischer Beschaffung von Öffentlicher Hand und privaten Institutionen</i>	CHRISTLICHE INITIATIVE ROMERO EV	Consorzio	701163	99820
2008	<i>Local capacity building for Fairtrade in Sweden, Finland and Estonia</i>	FORENINGEN FOR RATTVISEMARKT SVERIGE	Consorzio	823148	99820
2008	<i>Network of Schools and Local Communities contributing to the achievement of the MDGs</i>	POLSKA AKCJA HUMANITARNA	Consorzio	999000	99820
2008	<i>Fair Flowers - a gift to all involved. Raising the awareness of local authorities, consumers and traders on the production of cut flowers in developing countries</i>	FIAN FOODFIRST INFORMATIONS & AKTIONS NETWERK SEKTION DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND EV	Consorzio	669087	99820
2008	<i>A case for poverty reduction: Consumer awareness and action in 6 EU member states</i>	CONSUMERS INTERNATIONAL LBG	Consorzio	857713	99820
2008	<i>Introducing the MADE-BY label for sustainable fashion in the United Kingdom</i>	STICHTING INTERKERKELIJKE AKTIE VOOR LATIJNS AMERIKA SOLIDARIDAD	Consorzio	770000	99820
2008	<i>La sensibilisation sur les interdépendances entre Nord et Sud : un enjeu pour la mobilisation des citoyens européens en faveur du développement.</i>	ASSOCIATION FRERES DES HOMMES	Francia	789205,5	99820
2007	<i>Export Trade from Kenya – Enabling the poor to share the fruits.</i>	AFRICA NOW LBG	Regno Unito	408000	31191
2007	<i>Appui aux familles vulnérables dans deux zones cotonnières du Mali</i>	ASSOCIATION VETERINAIRES SANS FRONTIERES - CENTRE INTERNATIONAL DE COOPERATION POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE VSF CICDA	Francia	740614,53	43040
2007	<i>Empowering Emerging Farmers through fair trade development in South Africa</i>	STICHTING INTERKERKELIJKE AKTIE VOOR LATIJNS AMERIKA SOLIDARIDAD	Paesi Bassi	1000000	33120
2007	<i>PUBLIC AFFAIRS - Mobilising action for Fair Trade Public Procurement</i>	STICHTING EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION	Paesi Bassi	568200	99820
2007	<i>Campaign for sustainable purchasing of computers: Making public purchasing in Europe work for development by raising awareness of the working conditions and environmental issues in the global supply chain of computers.</i>	WELT WIRTSCHAFT, OKOLOGIE & ENTWICKLUNG - WEED EV	Germania	1038334,5	99820

2007	<i>Enlarging FAIR</i>	PANGEA - NIENTE TROPPO SOCIETA COOPERATIVA SOCIALE SCSARL	Italia	448198,2	99820
2007	<i>Expanding Fair Trade Awareness in Slovakia and the Czech Republic</i>	NADACIA INTEGRA	Slovacchia	202779	99820
2007	<i>Fair consumption</i>	MAGOSFA KORNVEZETI NEVELESI ES OKOTURISZTIKAI ALAPITVANY		99880,26	99820
2007	<i>Supermarkets, supply chains and poverty reduction</i>	WAR ON WANT	Regno Unito	360000	99820
2007	<i>Decent work, trade and development: raising awareness among trade unions and women's groups of the employment implications of international trade relations</i>	WAR ON WANT	Regno Unito	720000	99820
2007	<i>Education for Global Sustainability, Responsible Consumption and Fair Trade</i>	UUSI TUULI RY		496579,78	99820
2007	<i>FEEDING AND FUELLING EUROPE</i>	MAGYAR TERMESZETVEDOK SZOVETSEGE	Ungheria	1078521,66	99820
2007	<i>Médiatiser la face invisible du développement</i>	ASSOCIATION COMITE FRANCAIS POUR LASOLIDARITE INTERNATIONALE	Francia	346591,06	99820
				19.466.102,80	