

campagna



città
equosolidali

il commercio equo e le comunità locali: il progetto "città equosolidali"

guida pratica all'inserimento dei prodotti del
commercio equo e solidale
nelle pubbliche amministrazioni



Promossa da



PREFAZIONE

Questa guida nasce dall'incontro di diverse sensibilità che da anni operano in Italia e nel mondo per la pace e per uno sviluppo sostenibile.

La stessa parola sostenibilità ha conosciuto più strade, più accezioni, più protagonisti.

La sostenibilità ambientale, quella sociale, quella mondiale, improntata a relazioni internazionali di pace e giustizia.

Questa guida è un piccolo esempio di come, intorno ad un progetto concreto, alcune strade si possono incontrare, proponendo alle Pubbliche Amministrazioni di svolgere un ruolo attivo nella promozione del consumo di prodotti sostenibili, in una accezione ampia di sostenibilità.

I prodotti del Commercio Equo e Solidale sono sostenibili dal punto di vista sociale, perché al produttore viene pagato un prezzo equo per il suo lavoro.

Sono sostenibili dal punto di vista ambientale perché vengono realizzati nel rispetto della terra e della natura, con consumi limitati.

Sono sostenibili dal punto di vista della cooperazione internazionale e della pace, perché contribuiscono alla costruzione di un mondo più giusto,

alla riduzione delle disparità ed al perseguimento degli "Obiettivi di sviluppo del Millennio" delle Nazioni Unite.

Per questo abbiamo pensato di lanciare insieme questa campagna, rivolgendoci agli Amministratori Pubblici, ai Presidenti di Regioni e Province, a Sindaci e Assessori.

Indirizzando bene i propri acquisti, le pubbliche amministrazioni possono dare un grande contributo ad un mondo più giusto e sostenibile.

Questa Guida spiega come fare.
E noi ci auguriamo venga utilizzata al meglio.

Adriano Poletti
Presidente di Fairtrade TransFair Italia

Emilio D'Alessio
Presidente del Coordinamento Agende 21 locali italiane

Giulio Cozzari
Presidente Nazionale Coordinamento Enti locali per la pace e i diritti umani

INDICE

1. COMUNITÀ LOCALI E COMMERCIO EQUO	1
Il contesto	2
Introduzione	6
Commercio equo ma non solo	8
2. LA CAMPAGNA "CITTÀ EQUOSOLIDALI"	13
3. COME DIVENTARE UNA CITTÀ EQUOSOLIDALE	17
Approvare una mozione di indirizzo sul commercio equo e solidale	18
Sottoscrivere la quota di adesione alla campagna	19
Compilare la scheda di adesione	20
Diventare una città equosolidale	20
Inserire i prodotti equi	21
4. UNA CAMPAGNA SOSTENIBILE	25
5. ALLEGATO 1 - SCHEDA DI ADESIONE	29
6. ALLEGATO 2 - ESEMPI DI MOZIONE	33
Mozione Comune di Milano	34
Mozione Regione Toscana	45

7. ALLEGATO 3 - MODELLI DI BANDO DI GARA	49
Ristorazione collettiva	50
Modello di bando per la ristorazione collettiva (mensa) scolastica con assegnazione di punteggio alle aziende che introducono prodotti del Commercio Equo e Solidale	50
Modello di bando per la ristorazione collettiva (mensa) scolastica con la richiesta specifica di alcuni prodotti del Commercio Equo e Solidale	52
Modello di bando per la ristorazione collettiva - mensa aziendale per dipendenti comunali	56
Modello di bando/capitolato per la ristorazione collettiva ospedaliera	58
Distributori automatici di bevande e snack	60
Modello di bando/capitolato per i distributori automatici di snack e bevande calde e fredde	60
Catering e buffet	64
Modello di bando/capitolato per il servizio di ristorazione catering	64
8. I SOGGETTI PROMOTORI	69
Fairtrade TransFair Italia	70
Coordinamento Agende 21 locali italiane	72
Coordinamento Enti locali per la pace e i diritti umani	74



1. COMUNITÀ LOCALI E
COMMERCIO EQUO

Globalizzazione, sviluppo sostenibile e tutela dei diritti umani: le grandi tematiche internazionali non chiamano all'appello solo i Governi o le Istituzioni sovranazionali. Le comunità locali di tutto il mondo, soprattutto se unite tra loro, possono dare un grandissimo contributo per una globalizzazione giusta, per uno sviluppo sostenibile.

IL CONTESTO

- ✿ Nel 1992, durante il Summit della Terra a Rio, gli Stati si impegnano nell'Agenda 21, programma d'azione per il XXI secolo a favore dello sviluppo sostenibile, e sottolineano il ruolo essenziale che le comunità locali devono svolgere.
- ✿ Nel 1994, ad Aalborg (Danimarca), si tiene la I Conferenza Europea sulle Città Sostenibili. La Carta di Aalborg costituisce il primo passo per l'attuazione dell'Agenda 21 locale a livello europeo. La sua sottoscrizione comporta un preciso impegno politico alla realizzazione di un processo di azione locale per la sostenibilità ambientale, sociale ed economica.
- ✿ Nel 1999 le amministrazioni pubbliche, riunite a Ferrara, danno vita al Coordinamento Agende 21 locali italiane con il compito di promuovere i processi di Agenda 21 locale in Italia.
- ✿ Nel 2000 il Vertice dei Capi di Stato e di Governo, promosso dall'ONU, definisce i cosiddetti "Obiettivi del Millennio", 8 grandi obiettivi per l'umanità, da conseguire entro il 2015, tra cui la drastica diminuzione della fame, la sostenibilità dell'ambiente, un partenariato globale per lo sviluppo.
- ✿ Nel 2002, durante il Summit mondiale sullo Sviluppo sostenibile a Johannesburg, molti Stati si impegnano a promuovere lo sviluppo sostenibile e particolarmente gli acquisti pubblici etici. A questo titolo, l'impegno delle comunità locali a favore del commercio equo rappresenta un contributo allo sviluppo sostenibile e all'applicazione di un'Agenda 21 locale.

- ✿ Il Consiglio e il Parlamento Europeo adottano il Sesto Programma Comunitario di azione in materia di ambiente. Il Programma promuove il processo di integrazione delle considerazioni ambientali in tutte le politiche ed azioni comunitarie (*Green Public Procurement*). Si sottolinea il ruolo fondamentale delle Pubbliche Amministrazioni nell'azione di sensibilizzazione delle imprese e dei cittadini a favore di modelli di produzione e consumo sostenibili.
- ✿ Nel 2003 il Senato della Repubblica e la Camera dei Deputati approvano all'unanimità due Mozioni a firma Iovene e Fioroni che impegnano il Governo e le Istituzioni a promuovere il Commercio Equo e Solidale, come "originale forma di lotta alla povertà fondata sul commercio".
- ✿ Nel 2004 i governi locali europei si riuniscono nella "Conferenza Aalborg+10 - Ispirare il Futuro" a dieci anni dalla Prima Conferenza Europea sulle Città Sostenibili. Sottoscrivendo gli "Aalborg Commitments" si impegnano a migliorare la qualità della vita locale senza minacciare quella delle persone in altre parti del mondo e delle future generazioni. In particolare a "...promuovere attivamente una produzione e un consumo sostenibili, con particolare riferimento a prodotti eco-certificati e del commercio equo e solidale".
- ✿ Nel 2004 nasce l'Aies, Associazione Interparlamentare per il Commercio Equo e Solidale, cui aderiscono più di cento deputati e senatori di varie forze politiche.

Nel 2005 il Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi ha inviato a Ermete Realacci, Presidente dell'Aies, questa lettera in occasione della Giornata Mondiale delle Botteghe del Mondo:

La "Giornata delle botteghe" è una occasione di riflessione e confronto sul drammatico tema dello sfruttamento del lavoro minorile.

Il contributo fornito dall'associazionismo rafforza l'impegno comune nella tutela dell'infanzia. è un requisito indispensabile per garantire i diritti fondamentali, la giustizia sociale ed economica e un reale sviluppo sostenibile a livello mondiale.

Una rinnovata responsabilità degli stati per assicurare il progresso civile, culturale ed economico delle nazioni più povere potrà dare concreta attuazione ad efficaci politiche di prevenzione e di difesa dei minori.

La vostra iniziativa promuove il commercio equo e solidale, un mezzo efficace che sollecita la ricerca di nuovi modelli di sviluppo nel rispetto e nella valorizzazione della persona umana contro lo sfruttamento dell'infanzia.

Con questa consapevolezza e con vivo apprezzamento rivolgo a lei, egregio presidente, all'associazione interparlamentare per il commercio equo e solidale, agli organizzatori e a tutti i partecipanti alla manifestazione, un cordiale augurio di buon lavoro.

Carlo Azeglio Ciampi



INTRODUZIONE

Equità significa che tutte le persone devono avere pari dignità, meritano rispetto e devono godere degli stessi diritti e di pari opportunità di realizzazione. Il principio di equità esprime quindi l'esigenza di far assumere ai singoli cittadini, alle imprese e alle istituzioni la responsabilità delle proprie scelte economiche, sociali ed ambientali, con la consapevolezza delle ricadute collettive che esse producono, anche sulle generazioni future. Equità implica la solidarietà fra tutti gli esseri umani e con le altre componenti della natura. Il concetto di equità è strettamente collegato al concetto di diversità: il primo presuppone la valorizzazione del secondo tramite un uso responsabile delle risorse ambientali, socioculturali ed economiche.

Il Commercio Equo e Solidale, condividendo pienamente questo approccio, è una particolare forma di partnership commerciale, basata sul dialogo, la trasparenza ed il rispetto, che cerca di garantire una maggiore equità nel commercio internazionale, ritenuto un importante motore dello sviluppo. In particolare, il Fairtrade riconosce ai produttori ed ai lavoratori, messi ai margini dal mercato convenzionale, migliori condizioni di scambio permettendo loro di passare da una posizione di vulnerabilità alla sicurezza ed all'autosufficienza economica. Vengono così garantiti ai produttori il rispetto dei diritti, un margine da investire in progetti sociali e di autosviluppo e la partecipazione attiva alla gestione delle proprie organizzazioni.

In merito alla tutela ambientale, Fairtrade TransFair Italia garantisce che i prodotti certificati rispondano a specifici requisiti ambientali. Gli standards ambientali servono per definire precisi requisiti per le varie colture. Sono previsti requisiti minimi inderogabili e criteri in progress che incoraggiano i produttori ad obiettivi di miglioramento in modo che la tutela dell'ambiente diventi parte integrante di tutta l'attività agricola.

L'obiettivo è quello di preservare i corsi d'acqua, le foreste vergini, gli ecosistemi di rilevante valore, i terreni dal fenomeno dell'ero-

sione e di migliorare il management degli ecosistemi. FLO (Fairtrade Labelling Organizations International - Coordinamento Internazionale dei Marchi di Certificazione), da un lato, richiede alle organizzazioni dei produttori di implementare l'agricoltura a lotta integrata attraverso la progressiva sostituzione dei prodotti chimici con quelli organici, dall'altro spinge i produttori a dotarsi di una certificazione ambientale. Tuttora sono già numerosi i prodotti del Commercio Equo e Solidale provenienti da agricoltura biologica: caffè, cioccolato, tè, banane...



COMMERCIO EQUO MA NON SOLO: IL GREEN PUBLIC PROCUREMENT

La necessità di agire in modo ambientalmente corretto nell'ambito dei processi di governo e dell'economia costituisce una delle questioni centrali degli ultimi anni, anche in riferimento al progressivo interesse dimostrato dalla società in relazione agli effetti negativi dell'uso irrazionale delle risorse naturali. Una tendenza che ha incentivato l'impegno e l'azione della Pubblica Amministrazione nel comparto ambientale, come dimostra l'attivazione sperimentale in alcuni enti pubblici di strumenti e procedure di contabilità ambientale.

Si tratta di una realtà pionieristica, in cui la Provincia di Cremona ha assunto un ruolo centrale lavorando intensamente da ormai tre anni sull'implementazione del metodo GPP (Green public procurement).

Partendo dalla realizzazione del progetto "LIFE Ambiente GPPnet La rete degli acquisti pubblici verdi nel biennio 2002-2004", l'Amministrazione cremonese ha inaugurato un percorso di studio e una concreta esperienza di Green Public Procurement e si è imposta come capofila a livello nazionale in materia di acquisti verdi.

La diffusione dei risultati della sperimentazione e la creazione di un network di amministrazioni interessate (il GPPinfoNET) ha permesso infatti di raccogliere intorno al tema del GPP una serie di soggetti pubblici concretamente intenzionati ad applicare il metodo, attenti all'evoluzione della normativa europea e italiana in materia e impegnati ad affrontare le criticità che innervano la questione al momento dell'attuazione pratica.

Su queste premesse e in linea con l'adesione agli Aalborg Commitments (in particolare i punti 4.4 e 4.5: "Lavoreremo per ricorrere a procedure d'appalto sostenibili e promuovere attivamente una produzione e un consumo sostenibili, con particolare riferimento a prodotti eco-certificati e del Commercio Equo e Solidale"), la Provincia di Cremona ha deciso di proseguire il percorso di applicazione del GPP, allargando la proposta di dialogo e l'introduzione di buone pratiche

d'acquisto a tutte le amministrazioni italiane attraverso la creazione di un Gruppo di Lavoro nazionale sul GPP (GDL).

Costituito dalla Provincia di Cremona in accordo con l'Associazione nazionale Coordinamento delle Agende 21 locali Italiane, il GDL è nato per rispondere alle problematiche più importanti in materia di implementazione del GPP, con l'intenzione di intervenire concretamente per individuare gli ostacoli a questo processo e trovare soluzioni praticabili a fronte di una normativa giovane e spesso poco efficace.

Particolarmente il GDL si pone gli obiettivi di diffondere l'introduzione dei criteri ecologici e sociali nelle procedure d'acquisto delle amministrazioni pubbliche e di definire un metodo di lavoro elaborato dalle e per le pubbliche amministrazioni che faciliti questo processo. In questo senso l'iniziativa si propone come luogo produttivo per dare sistematicità e applicabilità al GPP, attraverso il confronto e la collaborazione sinergica tra pubbliche amministrazioni diverse per esperienze e dimensioni.

Il metodo di lavoro che userà il GDL è quello del cosiddetto Libro Aperto sugli Acquisti Verdi, che si configura come un manuale collettivo, alla cui redazione parteciperanno tutti gli aderenti al Gruppo di Lavoro, su misura delle amministrazioni locali e in continuo aggiornamento. L'intento infatti è di costruire un documento da pubblicare on line sviluppato sullo schema domanda-risposta, capace di individuare i quesiti che le amministrazioni si pongono nella messa in pratica del GPP, offrendo linee guida puntuali e concrete quali possibili soluzioni.

Particolarmente, il manuale si pone l'obiettivo di raccogliere un vasto ventaglio di argomenti relativi al GPP, ognuno dei quali curato da un referente di ogni ente coinvolto:

- ✿ Che cos'è il GPP: cosa si intende per Green Public Procurement, le definizioni condivise.
- ✿ Il quadro politico: i riferimenti internazionali, europei e nazionali in materia di GPP.

Il quadro giuridico e l'iter del bando verde: modalità di inserimento dei criteri ecologici nei bandi di gara, sistemi di controllo e verifica, commissioni di gara, sistemi di deterrenza.

- Come favorire l'attuazione del GPP in un ente locale/regionale: la comunicazione interna/esterna, la formazione, le delibere, il rapporto con il PEG, il piano d'azione.
- L'integrazione del GPP con gli altri strumenti di sostenibilità e di economia solidale: A21L, EMAS, Contabilità Ambientale, Piano di Gestione Ambientale Urbana (PGAU), Commercio Equo e Solidale.
- I prodotti "verdi": i costi, la disponibilità sul mercato, il reperimento dei criteri ecologici.
- Il GPP nei parchi: l'arretratezza del sistema dei parchi, le necessità conoscitive, la disponibilità di prodotti a livello locale, le opportunità.
- I sistemi di incentivazione del GPP: l'azione nazionale, l'azione delle Regioni, l'azione delle Province.

A corredo della realizzazione del Libro Aperto, il lavoro del GDL prevede anche la creazione di una banca dati di bandi verdi per favorire lo scambio di esperienze e fornire esempi pratici alle amministrazioni digiune di GPP. La diffusione dell'attività del GDL è affidata alla redazione di 6 numeri bimestrali del bollettino GPPinfoNET per aggiornare e informare sui progressi del lavoro.

È importante sottolineare che, parallelamente alla creazione del GDL, la Provincia di Cremona ha continuato ad arricchire il proprio lavoro sul GPP anche sotto il profilo della comunicazione e della diffusione di dati ed esperienze sul tema. Segno di questo sforzo è la riorganizzazione del sito del progetto GPPnet, come dimostra il nuovo dominio www.compraverde.it. Il sito infatti, oltre ad ospitare le informazioni e gli aggiornamenti sul GDL, affronta il tema del GPP affiancando ai risultati del progetto cremonese le esperienze di altre amministrazioni, con la realizzazione di una banca dati di bandi verdi e lo svilup-

po di una sezione (ancora in costruzione) sulla normativa in materia di GPP.

Per informazioni sul Gruppo nazionale di Lavoro:

www.compraverde.it

Agenda 21

agenda21@provincia.cremona.it

tel. 0372/406672

La segreteria tecnica: n.vetri@ecosistemi-srl.it





2. LA CAMPAGNA
"CITTÀ EQUOSOLIDALI"

Il commercio equo è un eccellente mezzo, complementare alle pratiche di cooperazione decentrata, non soltanto per informare e sensibilizzare i cittadini sul problema degli squilibri economici e ambientali, ma anche e soprattutto per permettere loro di agire concretamente.

I prodotti del Commercio Equo e Solidale sono realizzati rispettando i criteri della sostenibilità ambientale. Una grande parte dell'esperienza equosolidale è legata al mondo della produzione biologica o della cosiddetta "lotta integrata".

La campagna "Città Equosolidali" intende raccogliere l'esperienza dei "Green Public Procurement", proponendo di collegarla ad un'idea di "Social Public Procurement", laddove l'impegno per la sostenibilità ambientale e quello per la sostenibilità sociale si riconoscano e si sostengano a vicenda.

La campagna "Città Equosolidali" intende coinvolgere gli Enti locali italiani perchè contribuiscano ad una sempre maggiore diffusione dell'esperienza del Commercio Equo e Solidale.

La campagna "Città Equosolidali" è promossa da Fairtrade TransFair Italia, Coordinamento nazionale degli Enti locali per la pace ed i diritti umani, Coordinamento delle Agende 21 locali italiane.





3. | **COME DIVENTARE UNA
"CITTÀ EQUOSOLIDALE"**

APPROVARE UNA MOZIONE DI INDIRIZZO SUL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

L'adesione dell'Ente locale viene sancita da una Mozione di indirizzo, approvata dal Consiglio Comunale, Provinciale o Regionale, con cui L'Amministrazione si impegna a:

- ✿ inserire nei propri consumi i prodotti del Commercio Equo e Solidale (ad esempio, utilizzo di caffè e bevande equosolidali nei distributori automatici; di zucchero equo, ecc.);
- ✿ introdurre i prodotti equosolidali nelle mense scolastiche, del personale e in altri luoghi della ristorazione collettiva gestiti dall'ente locale;
- ✿ realizzare iniziative formative nella realtà in cui i prodotti vengono inseriti (in particolare nelle scuole);
- ✿ sensibilizzare il proprio personale e i cittadini valorizzando le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale operanti sul proprio territorio.

In allegato (Allegato 1) sono riportati degli esempi di mozioni (comunali o regionali), che il Consiglio può utilizzare per l'elaborazione della propria mozione di indirizzo.

SOTTOSCRIVERE LA QUOTA DI ADESIONE ALLA CAMPAGNA

L'adesione alla campagna "Città Equosolidali" prevede la sottoscrizione una tantum di una quota di adesione. Tale quota andrà a finanziare le varie attività della campagna (segreteria, comunicazione e promozione) e i costi per l'elaborazione del materiale informativo che gli Enti locali potranno utilizzare nelle attività di sensibilizzazione sopra indicate.

Annualmente sarà elaborato da Fairtrade Italia un rapporto sulla campagna in cui sarà inserita anche una descrizione dettagliata del budget.

La quota di adesione varia in base al numero degli abitanti per quanto riguarda i Comuni; rimane invece invariata per tutte le Province e le Regioni. Riportiamo di seguito la tabella con le relative quote.

DESCRIZIONE ENTE LOCALE	QUOTA DI ADESIONE
Comuni fino a 5.000 abitanti	250 euro
Comuni da 5.000 a 25.000 abitanti	500 euro
Comuni da 25.000 a 100.000 abitanti	750 euro
Comuni da 100.000 in su	1.250 euro
Provincia	2.000 euro
Regione	5.000 euro

Il 5% delle quote annuali versate andrà a sostenere il progetto di Beatriz Aurora, pittrice di origine cilena, per la valorizzazione della cultura degli indios del Chiapas (vedi capitolo 4).

COMPILARE LA SCHEDA DI ADESIONE

La scheda di adesione, che si può scaricare direttamente dal sito www.cittaequosolidali.it, va compilata e inviata via fax allo 049 8750910.

Assieme alla scheda di adesione deve essere inviata anche:

- ☀ copia della Mozione approvata;
- ☀ copia del versamento effettuato per il pagamento della quota di adesione.

DIVENTARE UNA CITTÀ EQUOSOLIDALE

All'Ente locale verrà dato l'attestato di "Città equosolidale" con una cerimonia che evidenzia le iniziative realizzate e quelle in cantiere.



INSERIRE I PRODOTTI EQUI

- ☀ Per iniziare: il caffè equo
Prendere un caffè è un gesto che la maggior parte di noi compie ogni giorno. Il caffè viene consumato in ufficio, nei ristoranti, nei ricevimenti ufficiali, ecc...
Il caffè del Commercio Equo e Solidale è disponibile in polvere, in grani e in cialde ed è possibile utilizzarlo sia nei distributori automatici che nelle macchine per espresso.
- ☀ Altri prodotti
Oltre al caffè, molti altri prodotti possono essere consumati all'interno delle pubbliche amministrazioni:
 - ☪ tè
 - ☪ succhi di frutta
 - ☪ cioccolato
 - ☪ zucchero
 - ☪ bibite fredde
 - ☪ riso
 - ☪ frutta fresca
- ☀ Dove
 - ☪ I distributori automatici
I prodotti equi e solidali possono essere inseriti nei distributori automatici presenti negli spazi della pubblica amministrazione, distributori di bibite calde, fredde e snack. I distributori potranno contenere esclusivamente prodotti equosolidali o solo una parte.
 - ☪ Le mense
Si può prevedere l'inserimento dei prodotti del commercio equo in tutti i luoghi di ristorazione, nelle mense dei dipen-

denti o nelle mense scolastiche, dove in molti casi già sono presenti prodotti biologici.

Oggi, quasi il 50% dei prodotti equosolidali è anche biologico e l'ente locale, in questo modo, può introdurre nella propria offerta questo duplice elemento di qualità.

☺ I rinfreschi

In molte occasioni gli Enti locali hanno la necessità di accompagnare iniziative pubbliche, convegni, cerimonie e manifestazioni con un rinfresco: l'offerta dei prodotti equosolidali rappresenta una scelta di valore e di qualità.

☺ Come

Per inserire i prodotti del Commercio Equo e Solidale è necessario che siano previsti riferimenti specifici all'interno dei bandi di gara relativi alle forniture alimentari, come già molti Enti locali italiani hanno fatto.

In allegato 2 sono riportati esempi di bandi di gara relativi a diverse tipologie di ristorazione collettiva o di fornitura per i distributori automatici, in cui sono previsti i prodotti del Commercio Equo e Solidale.





4. | UNA CAMPAGNA SOSTENIBILE

Anche la campagna "Città Equosolidali" si pone obiettivi di sostenibilità sociale e ambientale. Per questo, già dalla sua nascita, ha deciso di adottare alcuni criteri nelle scelte di comunicazione, per valorizzare gli strumenti e i soggetti. Il logo scelto, realizzato da una cooperativa sociale che si occupa di servizi per la comunicazione, rispecchia lo spirito della campagna: la rete del Commercio Equo e Solidale che è rete di produttori e di consumatori, è inserita in un mappamondo e mette in collegamento Nord e Sud. All'interno, si stagliano i profili della città che partecipa a questo processo e può essere effettivamente motore di cambiamento degli stili di vita e dei consumi. Abbiamo scelto inoltre di privilegiare il supporto web e su cd piuttosto che il cartaceo e, laddove necessario, abbiamo utilizzato carta riciclata e certificata Emas Iso 14001.

La campagna sostiene inoltre un progetto di Commercio Equo e Solidale: il 5% della quota di adesione versata dalle pubbliche amministrazioni servirà a sostenere il progetto di Beatriz Aurora tra gli indigeni del Chiapas.

Beatriz Aurora è nata a Santiago del Cile, figlia dello storico madrilenno Leopoldo Castedo e della pianista catalana Pilar Mira, entrambi espatriati alla fine della guerra civile spagnola. Dopo il colpo di stato di Pinochet ha ripetuto l'esperienza dei genitori rifugiandosi prima in Spagna, poi a Cuba ed infine in Messico, dove ha iniziato a dipingere esponendo le sue opere nelle gallerie di molti paesi d'America ed Europa.

Da lì, la cultura e la lotta delle comunità indigene del Chiapas divengono il soggetto preferito del suo lavoro che, nei suoi quadri, trova un mezzo di comunicazione immediato e facilmente comprensibile da tutti. A partire dal 1999 apre a San Cristobal de las Casas un piccolo negozio con l'intenzione di offrire a queste comunità un luogo dove poter esporre e vendere i loro lavori. Grazie alla vendita dei biglietti e delle cartoline con i soggetti dei quadri di Beatriz, il negozietto si è ingrandito ed è diventato il punto di riferimento per le comunità della regione. Da un suo dipinto abbiamo tratto le stampe dei poster che vengono consegnati al momento del conferimento del titolo di "Città

Equosolidale", decorati dalla cornice lavorata da una cooperativa sociale padovana.





5. | **ALLEGATO 1**
| **SCHEDA DI ADESIONE**

SCHEDA DI ADESIONE

Una volta approvata la Mozione sul Commercio Equo e Solidale, l'Ente locale deve inviare via fax allo **049 8750910**:

- la scheda di adesione;
- copia della Mozione approvata;
- copia del versamento effettuato presso Banca Popolare Etica sul c/c n. 513322 intestato a Fairtrade TransFair Italia (ABI 5018 - CAB I2100 - CIN R), causale "Quota di adesione Campagna Città Equosolidali"

Nome dell'Ente locale _____		
Indirizzo _____		
CAP _____	Città _____	
Tel. _____	Fax _____	e-mail _____

Nome del referente interno all'Ente _____		
Tel. _____	Fax _____	e-mail _____

Data di approvazione della mozione _____
--

Azioni che l'Ente locale si impegna a realizzare:

Segreteria Organizzativa Campagna Città Equosolidali Fairtrade TransFair Italia Passaggio De Gasperi 3 - 35131 Padova - Tel 049 8750823 - Fax 049 8750910 info@cittaequosolidali.it - www.cittaequosolidali.it
--





6. | **ALLEGATO 2**
| **ESEMPI DI MOZIONE**

MOZIONE COMUNE DI MILANO

I sottoscritti consiglieri comunali:

PRESO ATTO

Che la Camera dei Deputati in data 29/5/2003 ha deliberato una mozione su questo argomento in cui venivano esposte in modo chiaro ed articolato le ragioni che la sostenevano,

PREMESSO

- ☀ Che il prezzo del caffè grezzo negli ultimi cinque anni è crollato dell'80 per cento, passando dai 550 dollari al quintale del 1997 agli attuali cento dollari, con costi di produzione superiori al costo di vendita;
- ☀ Che la stessa sorte ha avuto il prezzo del cacao, il quale, dopo circa 15 anni nei quali il cacao grezzo ha aumentato il suo valore, nel 2000 ha toccato il suo record negativo ventennale e tale tendenza continua, creando notevoli problemi ai Paesi produttori e alle centinaia di migliaia di persone che vivono della coltivazione delle piante del cacao;
- ☀ Che il caffè è la terza merce scambiata nel mondo dopo petrolio e acciaio, con una sua organizzazione, l'Organizzazione internazionale del caffè (Oic) ed una borsa internazionale;
- ☀ Che questo crollo è dovuto ad un forte aumento della produzione, con l'aggiunta di un nuovo Paese produttore (il Vietnam), e ad un consumo dal basso tasso di crescita;
- ☀ Che oggi il 40 per cento del mercato mondiale del caffè è nelle mani di quattro grandi multinazionali e che questa grande con-

centrazione, secondo i dati della Banca mondiale, è una delle cause che ha fatto scendere il costo del chicco grezzo dell'80 per cento, lasciando nelle mani dei coltivatori solo il 7 per cento del prezzo finale di un etto di caffè lavorato;

- ☀ Che la coltivazione del caffè è una risorsa fondamentale per numerosi Paesi, dall'America latina al sud-est asiatico, ed occupa oltre cinquanta milioni di lavoratori e milioni di imprese agricole, prevalentemente di piccole e medie dimensioni;
- ☀ Che il totale della produzione mondiale, secondo i dati del 2001, è stata di 110 milioni di sacchi, 60 chili l'uno, con un consumo totale di 102 milioni di sacchi;
- ☀ Che a seguito di questa crisi, le organizzazioni umanitarie prevedono che, solo nel centro America, circa un milione e mezzo saranno le persone ridotte alla fame;

CONSIDERATO

- ☀ Che negli ultimi anni il commercio equo e solidale si è rilevato uno dei modi più efficaci per promuovere lo sviluppo;
- ☀ Che la Carta europea dei criteri del commercio equo e solidale recita: "Il commercio equo e solidale è un approccio alternativo al commercio convenzionale; esso promuove giustizia sociale ed economica, sviluppo sostenibile, rispetto per le persone e per l'ambiente, attraverso il commercio, l'educazione e l'azione politica. Il suo scopo è riequilibrare i rapporti con i Paesi economicamente meno sviluppati, migliorando l'accesso al mercato e le condizioni di vita dei produttori svantaggiati, attraverso una più equa distribuzione dei guadagni. Il commercio equo e solidale è una relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione: produttori, lavoratori, "Botteghe del mondo", importatori e consumatori.

Il commercio equo e solidale:

- a) promuove migliori condizioni di vita nei Paesi economicamente meno sviluppati, rimuovendo gli svantaggi sofferti dai produttori per facilitarne l'accesso al mercato;
- b) tramite la vendita di prodotti, divulga informazioni sui meccanismi economici di sfruttamento, favorendo e stimolando nei consumatori la crescita di un atteggiamento alternativo al modello economico dominante e la ricerca di nuovi modelli di sviluppo;
- c) organizza rapporti commerciali e di lavoro senza fini di lucro e nel rispetto e valorizzazione delle persone;
- d) promuove i diritti umani, in particolare dei gruppi e delle categorie svantaggiate;
- e) mira alla creazione di opportunità di lavoro a condizioni giuste, tanto nei Paesi economicamente svantaggiati come in quelli economicamente sviluppati;
- f) favorisce l'incontro fra consumatori critici e produttori dei Paesi economicamente meno sviluppati;
- g) sostiene l'autosviluppo economico e sociale;
- h) stimola le istituzioni nazionali ed internazionali a compiere scelte economiche e commerciali a difesa dei piccoli produttori, della stabilità economica e della tutela ambientale;
- i) promuove un uso equo e sostenibile delle risorse ambientali;

- ✿ Che nella carta italiana i criteri del commercio equo e solidale, sottoscritta dalla maggior parte delle Botteghe del mondo e degli importatori del commercio equo italiani, sono accolti questi stessi principi;
- ✿ Che l'esperienza del commercio equo e solidale si è rivelato un importante strumento per favorire lo sviluppo dell'uomo e per promuovere regole internazionali in materia economica e commerciale ispirate a maggiore giustizia ed equità tra nord e sud del mondo;
- ✿ Che il principale obiettivo del commercio equo e solidale, a breve termine, è fornire maggiori opportunità ai piccoli produttori e ai lavoratori dei Paesi in via di sviluppo e, in tal modo, apportare un contributo alla promozione di uno sviluppo sociale ed economico durevole per le loro popolazioni;
- ✿ Che a più lungo termine, il commercio equo e solidale mira a orientare il sistema commerciale internazionale in un senso più equo, istituendo un esempio ed esercitando pressioni su Governi, organizzazioni internazionali e imprese, affinché ne riconoscano e adottino le componenti principali;
- ✿ Che il commercio equo e solidale opera in senso positivo sulla sensibilizzazione globale in merito alle relazioni nord-sud, soprattutto attraverso il rafforzamento della cooperazione da cittadino a cittadino;
- ✿ Che il commercio equo e solidale garantisce ai produttori un rapporto continuativo ed un "prezzo equo", cioè che copre i costi di produzione, di esportazione, di importazione e di distribuzione ed anche le necessità primarie del produttore. Il "prezzo equo" in alcuni casi è determinato sulla base degli standard internazionalmente riconosciuti, come ad esempio il prezzo equo minimo

per il caffè, che si basa su quei 120 dollari per 100 libbre fissati come prezzo minimo negli accordi internazionali, in altri le organizzazioni del commercio equo e i produttori stabiliscono di comune accordo il "prezzo equo", sulla base del costo delle materie prime, del costo del lavoro locale, della retribuzione dignitosa e regolare contro lo sfruttamento del lavoro minorile. Il "prezzo equo" viene mantenuto anche nei casi in cui crolli il prezzo, garantendo comunque al produttore, grazie all'eliminazione di tutte quelle intermediazioni speculative dalla filiera produttiva e distributiva, un sicuro guadagno;

- ☀ Che in Europa sono nati diversi marchi di garanzia nazionali per la necessità di inserire i prodotti equo e solidali anche in canali distributivi tradizionali nazionali: il primo di essi, Max Havelaar, è stato fondato nel 1986 in Belgio, per poi diffondersi in Francia, Svizzera, Danimarca, Finlandia, Norvegia e Svezia; di seguito, sono nati TransFair International in Germania, Austria, Lussemburgo, Giappone, Stati Uniti, Canada e Italia; in Inghilterra il marchio di garanzia porta il nome di Fair Trade Foundation e in Irlanda di Irish Fair Trade Network;
- ☀ Che in Italia, dopo la nascita del marchio di garanzia TransFair, gestito dall'associazione TransFair Italia, associazione senza scopo di lucro costituita da organizzazioni che operano nel campo della solidarietà, della cooperazione internazionale, dell'educazione allo sviluppo e aderente a FLO (Fair Trade Label Organization), nel 1994, per i prodotti del commercio equo e solidale, prima presenti in Italia solo nelle Botteghe del mondo (circa 200 punti vendita nel 1995) e in alcuni canali di piccolo dettaglio, è iniziata la diffusione in mercati più ampi e, in particolare, in alcune catene della grande distribuzione organizzata;
- ☀ Che secondo i dati provenienti da varie agenzie di ricerca, i prodotti equi e solidali sono disponibili in circa il 35 per cento della distribuzione italiana;

- ☀ Che dai dati relativi all'anno 2000, tratti da "Fair Trade in Europe 2001", risulta che in Italia le Botteghe del mondo - organizzazioni no profit che vendono prodotti equi e solidali - sono 374, in Europa 2.740 in 18 Paesi. I supermarket che vendono prodotti del commercio equo e solidale sono 2.620 in Italia, 43.100 in 18 Paesi europei; Che gli importatori sono 7, con l'esclusione delle Botteghe che importano direttamente in Italia, 97 in 18 Paesi europei; i volontari sono 1.500 in Italia, 96.000 in 18 Paesi europei, con un fatturato stimato superiore ai 16.100.000 euro in Italia, 369.000.000 euro in Europa;

VALUTATO

- ☀ Che numerosi comuni italiani hanno emanato specifiche delibere per favorire l'uso di prodotti equi e garantiti nelle manifestazioni pubbliche promosse dagli enti locali e da organismi del decentramento;
- ☀ Che le regioni Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Toscana, Veneto e Umbria hanno emanato apposite leggi regionali per la promozione e lo sviluppo del commercio equo e solidale;
- ☀ Che il Parlamento europeo ha approvato una risoluzione l'8 ottobre 1991 sul sostegno attivo ai piccoli coltivatori di caffè del terzo mondo, mediante una politica mirata di approvvigionamento e di introduzione di tale prodotto di provenienza del commercio equo e solidale nelle istituzioni comunitarie;
- ☀ Che il Parlamento europeo ha approvato una risoluzione sulla promozione del commercio equo e solidale fra nord e sud, la n. A3-0373/93 del 19 gennaio 1994;
- ☀ Che nel 1998 è stata approvata dal Parlamento europeo la risoluzione n. 198/98 sul commercio equo e solidale, nella quale, tra l'altro, si chiede alla Commissione europea:

"a) di fare in modo che il sostegno al commercio equo e solidale diventi elemento integrante della politica estera di cooperazione allo sviluppo e commerciale dell'Unione europea, compreso lo sviluppo di codici di condotta per le società multinazionali operanti nei Paesi in via di sviluppo e, in particolare, di garantire un adeguato coordinamento tra le direzioni e i servizi competenti, nonché di istituire le necessarie strutture amministrative per metterlo in pratica.

b) che la promozione del commercio equo e solidale sia inserita come strumento di sviluppo nella conclusione di un nuovo accordo con i Paesi dell'Africa, dei Caraibi e del Pacifico (Acp)";

- ☀ Che la comunicazione della Commissione europea al Consiglio sul commercio equo e solidale del 1999 recita: "Va rilevato che, se il commercio equo e solidale può essere considerato come una forma di "commercio leale", di solito il termine viene utilizzato per designare pratiche commerciali non solo moralmente corrette, ma specificamente intese a rafforzare la posizione economica dei piccoli produttori, che, altrimenti, rischiano di trovarsi marginalizzati dai flussi di scambio convenzionali. Si parla più propriamente di "commercio leale" o di "pratiche commerciali moralmente corrette" in riferimento alle attività delle società multinazionali operanti nei Paesi in via di sviluppo (per esempio codici di condotta), intese a dimostrare le loro responsabilità etiche e sociali nei confronti dei dipendenti;
- ☀ Che la citata comunicazione della Commissione al Consiglio del 1999 ha definito al punto due che la pratica del commercio equo e solidale favorisce particolarmente i piccoli produttori, soprattutto agricoltori e artigiani, i quali spesso vivono in regioni rurali periferiche e non producono in quantità sufficiente per esportare direttamente, cosicché dipendono da intermediari, sia per la vendita dei prodotti che per l'assunzione di credito. Alcuni di essi

hanno cercato di ridurre tale dipendenza associandosi in cooperative e mettendo in comune risorse, attrezzature e competenze tecniche e, talvolta, anche servizi collettivi, come la sanità e l'istruzione;

- ☀ Che le organizzazioni commerciali alternative possono dare una spinta decisiva allo sviluppo di queste cooperative, con il pagamento di un prezzo equo e con la prestazione di assistenza di vario tipo;
- ☀ Che tra le iniziative di questo genere possono rientrare il pagamento di anticipi ai produttori e l'instaurazione di rapporti contrattuali che offrano a questi ultimi una sicurezza a lungo termine. In questo modo viene garantita la stabilità dei redditi, facilitando la pianificazione e l'investimento, e i produttori possono esercitare un maggiore controllo sulla trasformazione e commercializzazione dei loro prodotti. Una parte del reddito può essere persino utilizzata per accrescere la capacità, per esempio in vista della costituzione di organizzazioni di produttori o per l'allestimento di strutture che permettano di aggiungere valore, come la trasformazione del caffè;
- ☀ Che va sottolineato che i profitti ricavati dal commercio equo e solidale vanno a beneficio di un'intera comunità e non di singoli individui e che tale commercio fa leva sulla consapevolezza e la scelta critica del consumatore finale che decide talvolta di pagare un prezzo maggiore per determinati prodotti, sia per la loro qualità che per il loro valore etico;
- ☀ Che il concetto di commercio equo e solidale si applica principalmente agli scambi tra Paesi in via di sviluppo e Paesi economicamente avanzati. Esso non incide direttamente sui beni prodotti all'interno dell'Unione europea, dove le norme sociali ed ambientali sono già sancite dalla legge;

- ☀ Che le azioni in materia di commercio equo e solidale sorgono per iniziativa di organizzazioni non governative private. Esse si basano su un sistema di incentivi, nel senso che poggiano sulla scelta dei consumatori e non cercano di manovrare il commercio o di erigere barriere per impedire l'accesso al mercato di taluni Paesi. Il consumatore ha così la possibilità di elevare il tenore di vita dei produttori nei Paesi in via di sviluppo, grazie ad un approccio sostenibile ed orientato verso il mercato;
- ☀ Che la Commissione europea, nella comunicazione n. 366 del 2002, "Promoting an European framework for Corporate Social Responsibility", nel paragrafo 3.4, "Social and eco-labels", e nella comunicazione n. 416 del 2002, "Promoting Core Labour Standards and Improving Social Governance in the Context of Globalisation", paragrafo 5.3, "Private and voluntary schemes for the promotion of core labour standards: Social labelling and industry codes of conduct", sostiene la necessità di sistemi chiari di certificazione sociale e definisce, tuttavia, l'esperienza dei marchi di garanzia di commercio equo e solidale come una delle esperienze più avanzate di certificazione sociale;
- ☀ Che i prodotti attualmente venduti nell'Unione europea, attraverso le varie iniziative di commercio equo e solidale, sono principalmente caffè, manufatti artigianali, tè, cioccolato, frutta secca, miele, zucchero, banane ed altri, tra i quali recano attualmente il marchio di garanzia di commercio equo e solidale: caffè, cacao, banane, zucchero, miele, tè, succhi, riso, fiori e palloni. Secondo le stime, il fatturato nell'Unione europea si aggirava intorno a 175 milioni di euro nel 1994 e tra i 200 e i 250 milioni di euro nel 1997;
- ☀ Che di questo fatturato globale, il 60 per cento circa è costituito da prodotti alimentari, di cui il caffè rappresenta a sua volta la

metà. Tuttavia, il caffè equo e solidale rappresenta appena il 2 per cento di tutto il caffè commercializzato nell'Unione europea;

- ☀ Che nell'insieme, l'11 per cento della popolazione dell'Unione europea ha già acquistato prodotti equi e solidali, con ampie variazioni da un Paese all'altro, che vanno dal 3 per cento in Portogallo e Grecia al 49 per cento dei Paesi Bassi;
- ☀ Che la libera imprenditoria, la produzione e la vendita del caffè sono minacciate dalla concentrazione in poche mani del controllo del mercato mondiale, che delocalizza la grande produzione verso aree nuove a più basso costo salariale e sociale, determinando bassissimi costi alla produzione, a cui, peraltro, non corrispondono poi investimenti di sviluppo o diminuzioni di prezzo al dettaglio. È un sistema di globalizzazione selvaggio, che, di fatto, nega qualsiasi libertà di mercato e di concorrenza leale, deprestando il territorio e sfruttando le manodopere locali con forme di lavoro e di remunerazione spesso simili alla schiavitù;

IMPEGNA IL SINDACO E LA GIUNTA

A favorire la diffusione del commercio equo e solidale, come strumento aggiuntivo di sviluppo, con particolare riferimento agli acquisti dell'Amministrazione Comunale e delle istituzioni pubbliche (Municipalizzate o al Comune collegate) nonché alle esigenze dei paesi colpiti dal crollo dei prezzi del caffè, considerando in modo particolare la diversificazione della produzione verso il caffè di qualità speciale e biologica;

A sollecitare in tale direzione le Amministrazioni delle società collegate al Comune che lavorano materie alimentari e che potrebbero sostenere attraverso acquisti mirati il commercio equo e solidale rivolgendosi alle organizzazioni sopra illustrate;

Ad informare, attraverso gli uffici competenti, tutte le realtà appartenenti alle categorie merceologiche del commercio equo e solidale, aderenti alla Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale presenti a Milano, delle iniziative locali (Feste di quartiere, Feste di zona, Feste di via) affinché queste realtà possano parteciparvi con le loro strutture;

Ad individuare spazi adeguati per le iniziative espositive promosse dalle realtà appartenenti alle categorie merceologiche del commercio equo e solidale aderenti alla Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale presenti ed operanti a Milano;

A riconoscere l'importanza dei prodotti del commercio equo solidale garantiti secondo gli standard delle organizzazioni esterne di certificazione del fair trade, come le organizzazioni associate Fairtrade Labelling Organizations, qualora detti standard vengano assimilati a quelli della tradizione giuridica comunitaria e, comunque, a quelli riconosciuti a livello internazionale ed inoltre ad incoraggiare, allo stesso modo, i prodotti importati e commercializzati secondo i criteri stabiliti dalla carta italiana dei criteri del commercio equo e solidale immessi sul mercato italiano da importatori e Botteghe del mondo, che l'hanno sottoscritta;

A svolgere campagne di sensibilizzazione verso l'opinione pubblica sulle esperienze di commercio equo e solidale, quale strumento di contrasto alla povertà.

MOZIONE REGIONE TOSCANA

MOZIONE n. 640 approvata nella seduta del 21 gennaio 2004.
OGGETTO: **Per il sostegno al commercio equo e solidale.**

IL CONSIGLIO REGIONALE

Premesso che:

Negli ultimi anni anche in Italia si è affermato un approccio alternativo alle tradizionali forme di produzione, commercio e consumo, incentrato sul parametro etico. In questo contesto ha assunto un rilievo particolare il settore del commercio equo e solidale, una originale forma di lotta alla povertà basata su un prezzo più equo pagato ai lavoratori, relazioni commerciali durature, opere sociali per le comunità coinvolte, sostenibilità ambientale dei processi di lavorazione. Tale commercio coinvolge oramai un discreto numero di Punti vendita distribuiti in tutto il territorio nazionale, è conosciuto da un numero crescente di consumatori e, in genere, è abbinato ad iniziative di carattere culturale fortemente apprezzate dall'opinione pubblica. La Toscana è la quinta regione in Italia in ordine alla presenza ed al fatturato del commercio equo e solidale ed al numero di volontari, soci, operatori che ruotano attorno a questa esperienza;

Il commercio equo e solidale è stato riconosciuto dal Parlamento europeo (risoluzione n. 198 del 2 luglio 1998), strumento per favorire lo sviluppo dell'uomo e promuovere regole internazionali in materia economica e commerciale ispirate a una maggiore giustizia ed equità tra Nord e Sud e come tale individuato quale settore da sostenere attraverso la creazione di un marchio comune e appositi incentivi commerciali;

Il Parlamento italiano è attualmente impegnato ad individuare le forme più idonee per un riconoscimento legislativo del commercio equo,

mentre la Camera dei Deputati ha recentemente compiuto un atto importante sotto il profilo simbolico, ma anche concreto, scegliendo di acquistare ed usare generi alimentari del commercio equo e solidale nei vari punti di ristoro interni a questo ramo del Parlamento;

La Regione Toscana ha in essere numerosi progetti di cooperazione per lo sviluppo in diverse aree del Sud del pianeta, che sono uno dei risvolti di una politica attenta alle ragioni della solidarietà e della giustizia sociale, ed ha opportunamente fornito il proprio patrocinio ad "Equofesta", prima fiera del commercio equo e solidale che si terrà nel mese di settembre a Firenze;

Per questi motivi

IMPEGNA
LA GIUNTA REGIONALE
ED IL CONSIGLIO REGIONALE

A verificare la possibilità di promuovere e favorire, anche attraverso atti legislativi, l'utilizzo dei prodotti equosolidali nelle scuole e nei diversi enti pubblici;

IMPEGNA
LA GIUNTA REGIONALE
E GLI APPOSITI ORGANISMI DEL CONSIGLIO REGIONALE

A valutare la proposta, da rivolgere ai gestori dei punti di ristoro della Regione Toscana, di acquisto dei prodotti alimentari del mercato equo e solidale nelle forme che si riterranno migliori e possibili.

La presente è mozione è pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Toscana



7. | **ALLEGATO 3**
MODELLI DI BANDO DI GARA

RISTORAZIONE COLLETTIVA

Modello di bando per la ristorazione collettiva (mensa) scolastica con assegnazione di punteggio alle aziende che introducono prodotti del Commercio Equo e Solidale

Art. (da definire) - Criterio di aggiudicazione

L'Appalto sarà affidato con il sistema dell'appalto concorso con l'osservanza delle norme previste dal D.lgs. 157\1995 e successive modifiche e integrazioni, con aggiudicazione, ai sensi dell'articolo 23 comma 1 lettera b) del suddetto decreto legislativo, all'offerta economicamente più vantaggiosa, valutata sulla base dei seguenti elementi, elencati in ordine decrescente di importanza, ai quali è riservato un punteggio massimo di 100 punti, così suddivisi:

	DESCRIZIONE CRITERI	PUNTEGGIO MAX
A	Costo pasto comprensivo della gestione per la refezione scolastica e il centro Socio Educativo	40
A1	Costo pasto comprensivo della gestione per gli asili nido	03
B	Caratteristiche metodologiche ed organizzative per l'esecuzione del servizio e gestione degli imprevisti nella refezione scolastica	15
C	Prodotti DOP "Denominazione di Origine Protetta" e Prodotti IGP "Indicazione Geografica Protetta" con particolare specificità alla Regione Lombardia con elenco dei fornitori, delle derrate e frequenza settimanale di somministrazione prodotti offerti, provenienti da Aziende appartenenti al circuito del commercio equo e solidale e cooperativistico con elenco delle derrate e frequenza settimanale di somministrazione e utilizzo. (I prodotti e i produttori proposti devono rispondere alle caratteristiche previste dalla Mozione del Parlamento Europeo del 2.7.98 n. 198 e comunicazione del Consiglio Europeo del 29.11.1999 - n.619) con elenco dei fornitori, delle derrate e frequenza settimanale di somministrazioneProdotti biologici, esclusivamente provenienti da filiera dedicata Bio con elenco dei fornitori, delle derrate e frequenza settimanale di somministrazione	12
D	Progetti di qualità e miglioramento del servizio con l'indicazione dei tempi e delle modalità di realizzazione	12
E	Garanzie per il trasporto dei pasti veicolati	08
F	Modalità di rilevazione presenze e trasmissione dati al servizio riscossione rette del Comune	08
G	Realizzazione di corsi di formazione e di campagne di comunicazione e informazione per genitori, alunni, docenti	02
	TOTALE	100

Modello di bando per la ristorazione collettiva (mensa) scolastica con la richiesta specifica di alcuni prodotti del Commercio Equo e Solidale:

Art. (da definire) - Caratteristiche merceologiche degli alimenti

Le caratteristiche di seguito evidenziate rappresentano un vincolo-base nella scelta delle materie prime, a tutela della sicurezza igienico-nutrizionale del pasto.

In un'ottica di potenziamento qualitativo globale ed in particolare della palatabilità del piatto, la competenza professionale del gestore può e deve esprimersi nel dettagliare quelle caratteristiche aggiuntive di ogni categoria merceologica che, in relazione alle tecnologie di produzione e distribuzione ed alle caratteristiche del piatto, consentano il raggiungimento di sempre maggiori livelli di performance del servizio e di soddisfazione dell'utenza. In questo senso, ad esempio, il presente documento delinea le caratteristiche delle carni bovine sotto il profilo dei contenuti della legislazione comunitaria, della conformità e dello stato di ingrassamento.

Nella stesura del documento si è evitato di dettagliare espressamente i parametri attribuiti quando già impliciti nella legislazione di settore e nella classificazione merceologica. Si è scelto invece di integrare il livello della normativa con alcune regole e protocolli atti a sviluppare livelli crescenti di rispetto e controllo di qualità.

In questa prospettiva si inseriscono le seguenti clausole:

- ❖ obbligo di certificazione della categoria merceologica ad ogni consegna e messa a disposizione della certificazione stessa, su richiesta degli organi di controllo;
- ❖ esclusione dal ciclo produttivo di alimenti per cui, al momento della somministrazione, sia superato il termine minimo di conservazione;
- ❖ razionalizzazione dei tempi di approvvigionamento delle materie prime non deperibili in modo tale da non determinare uno stoccaggio della stessa merce per oltre 30 gior-

ni; per gli alimenti deperibili il rifornimento deve avvenire con modalità tali da garantire il mantenimento fino al consumo di requisiti di freschezza;

- ❖ obbligo di esibire, su richiesta, un referto analitico comprovante la rispondenza del prodotto alla qualità dichiarata;
- ❖ divieto di congelare pane ed alimenti già scongelati, nonché divieto di congelare altre materie prime acquistate fresche, in assenza di specifiche autorizzazioni da parte dell'ASL.

Nell'obbligo di attivazione di un Sistema HACCP conforme alla direttiva CEE 93/43 e di un Sistema di Qualità conforme alle norme ISO, afferisce in ogni caso la definizione di standard qualitativi merceologici, bromatologici, chimici e microbiologici e di protocolli operativi, atti ad assicurare in ogni fase, anche attraverso opportuni campionamenti, il controllo della qualità delle materie prime.

Prodotti biologici e prodotti dal commercio equo e solidale

I prodotti biologici, vegetali e animali, derivano da produzioni garantite e certificate da organismi esterni riconosciuti dal Ministero dell'Agricoltura.

Le produzioni con metodo biologico escludono l'impiego di prodotti chimici di sintesi e sistemi di forzatura delle produzioni.

Tali prodotti sono disciplinati dal Regolamento CEE n. 2092/91 e dal decreto n. 338 del 25/5/92 del Ministero Agricoltura e Foreste e sono sottoposti a controlli di cui al D.M. 17915/GL775 del 31//12/92 da parte degli Enti competenti; in base a tale Regolamento, per ogni Stato membro è stata definita l'indicazione concernente il metodo di produzione biologico.

Un prodotto può recare in etichetta l'indicazione del prodotto biologico unicamente se:

- ❖ il prodotto deriva da un metodo di produzione agricolo;

- il prodotto è stato ottenuto nel rispetto delle normative specifiche per quanto riguarda prodotti fitosanitari o trattamenti fitoiatrici, detergenti, concimi e ammendanti;
- ☞ nel caso di prodotti composti o trasformati, almeno il 95% degli ingredienti di origine agricola del prodotto è o proviene da prodotti come descritto al punto precedente e gli ingredienti di origine agricola sono tra quelli autorizzati per la produzione con metodi biologici;
- ☞ il prodotto o i suoi ingredienti non sono stati sottoposti, durante la preparazione, a trattamenti mediante raggi ionizzanti o che prevedono l'uso di sostanze non consentite;
- ☞ il prodotto è stato ottenuto senza l'impiego di organismi geneticamente modificati e/o prodotti derivati da tali organismi;
- ☞ il prodotto è stato preparato da un operatore assoggettato alle misure di controllo e deve riportare il nome e/o il numero di codice dell'autorità o dell'organismo di controllo cui è assoggettato l'operatore che ha effettuato l'ultima operazione di preparazione.

Tutti i prodotti biologici devono avere in etichetta il marchio che identifica il prodotto e il nome dell'Ente Certificatore, con relativo numero di riconoscimento.

Al fine di mantenere il livello qualitativo della preparazione dei pasti raggiunto attualmente dal servizio di refezione, dovranno tassativamente essere prodotti biologici i seguenti alimenti:

- ☞ frutta e verdura di stagione.

È fatto assoluto divieto di utilizzo di alimenti e/o preparati O.G.M.

Inoltre la Ditta dovrà provvedere alla somministrazione, almeno n. 1 volte alla settimana, di banane provenienti dal commercio equo e solidale. Tutte le organizzazioni e tutti i produttori appartenenti al circuito equo e solidale che hanno le caratteristiche previste dalla

Mozione del Parlamento Europeo del 02/07/98 A4-198/98 e dalla Comunicazione n. 4 della Commissione al Consiglio Europeo del 29/11/99 - COM 1999/619, sono da intendersi idonee, anche se non associate IFAT.

Modello di bando per la ristorazione collettiva - mensa aziendale per dipendenti comunali

Art. (da definire) - Modalità di aggiudicazione dell'appalto

La gara verrà espletata mediante procedura di Pubblico Incanto (articolo 6, comma 1, lettera a) del Decreto Legislativo 17 marzo 1995 n. 157 con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 23, comma 1, lettera b) del suddetto Decreto Legislativo.

Alle offerte sarà attribuito un punteggio complessivo massimo pari a 100, come dettagliato in centesimi nella tabella che segue.

**Punteggio complessivo massimo pari a 100;
Votazione espressa in centesimi.**

DESCRIZIONE	PUNTEGGIO MAX
1. Offerta economica	50
2. Offerta tecnica (suddivisa nei seguenti punti):	
a. Organizzazione del servizio Descrizione del progetto di servizio che si intende attuare in relazione ai compiti descritti dal presente Capitolato Speciale d'Appalto, suddiviso nelle singole fasi operative, avendo cura di indicare: - le procedure di approvvigionamento, conservazione, preparazione, cottura e distribuzione dei pasti; - il piano di sanificazione e disinfezione del centro cottura. Per ogni fase del servizio si richiede inoltre di indicare gli operatori da adibire al servizio stesso (compreso il responsabile del servizio), specificando per ognuno di essi le mansioni, le ore di servizio giornaliero, le fasce orarie giornaliere, il monte ore settimanale.	14

DESCRIZIONE	PUNTEGGIO MAX
b. Progetto di informatizzazione del servizio di mensa scolastica. Il progetto verrà valutato sulla base dei seguenti criteri di massima: - valutazione generale del progetto; - possesso della certificazione Qualità UNI EN ISO 9000 della softwarehouse.	12
c. Organigramma del personale. Indicazione della qualifica del personale, con particolare riferimento a: - curriculum formativo e professionale di direttore, dietista e cuochi (titolo di studio conseguito, anni di esperienza maturati nel settore, ecc.); - piano di formazione e aggiornamento del personale	10
d. Offerte migliorative - Sostituzione o introduzione di nuove attrezzature, oltre a quelle già previste dal Capitolato Speciale di Appalto; - interventi migliorativi sulle strutture, oltre a quelli già previsti dal Capitolato Speciale di Appalto; - organizzazione di corsi di educazione alimentare, indicandone contenuti, durata e destinatari; - giornate particolari di animazione; - altre offerte migliorative.	10
e. Qualità delle derrate alimentari Prodotti provenienti da agricoltura biologica e altre tipologie di prodotti di cui all'Art. 59, comma 4, della legge 488/99 e prodotti del Commercio Equo e Solidale offerti in aggiunta a quelli specificatamente richiesti dal Comune ...	4
TOTALE	100

Modello di bando/capitolato per la ristorazione collettiva ospedaliera

Art. (da definire) - Approvvigionamento e gestione derrate alimentari

La ditta aggiudicataria dispone l'approvvigionamento delle derrate alimentari da fornitori di propria fiducia. Le materie prime impiegate per la preparazione dei cibi e i prodotti da somministrare agli utenti, devono corrispondere ai requisiti qualificanti 1^a qualità o 1^a scelta.

Le derrate devono avere confezione ed etichettatura conforme alle leggi vigenti: D.Lgs. 27.01.1992 n. 109, D.Lgs. 110/1992 (integrato e parzialmente sostituito dal D.Lgs. 23.6.2003 n.181) e successive modificazioni ed integrazioni, D.Lgs. 111/1992.

Non sono ammesse etichettature incomplete e non in lingua italiana.

La merce deve essere stoccata in ambiente idoneo ad assicurarne la conservazione, confezionata ed imballata nel rispetto delle norme igienico sanitarie che disciplinano la materia.

La ditta aggiudicataria è direttamente responsabile della buona conservazione delle derrate immagazzinate e dei cibi preparati per il confezionamento dei pasti. Qualsiasi conseguenza dannosa derivante da comportamenti non conformi alle prescrizioni di legge (cattiva conservazione, merce avariata, prodotti scaduti, ecc.) fa carico direttamente alla ditta.

La ASL ... , mediante propri incaricati, eserciterà nel corso del contratto un costante e rigoroso controllo sulla qualità delle materie prime e dei prodotti approvvigionati dalla ditta operando, inoltre, verifiche sulla corrispondenza delle merci alle caratteristiche individuate nel presente capitolato. Sarà, inoltre, effettuata attività di vigilanza nei locali del centro di cottura ed in particolare in quelli adibiti a magazzino-deposito per accertare l'ottimale conservazione delle derrate. Se del caso, potranno essere richiesti interventi ispettivi di vigilanza da

parte dell'autorità sanitaria. Qualora i suddetti incaricati riscontrassero difformità alle prescrizioni contenute nel presente capitolato, o accertassero qualità inferiore della merce rispetto a quella stabilita, saranno formulati i richiami ed applicate le penali ai sensi dell'art. ... del presente Capitolato d'Appalto.

Ai sensi e per gli effetti dell'art. 59, punto 4, della Legge 23.12.1999 n. 488 la ditta aggiudicataria dovrà prevedere, nelle diete giornaliere, l'utilizzazione di prodotti biologici, tipici e tradizionali, quelli a denominazione protetta, **nonché ove fosse possibile di prodotti provenienti dal circuito del Commercio Equo e Solidale con riferimento alla Mozione del Parlamento Europeo 198/98/CE e alla Comunicazione 1999/619 della Commissione al Consiglio**, tenendo conto delle linee guida e delle altre raccomandazioni dell'Istituto nazionale della nutrizione.

DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI BEVANDE E SNACK

Modello di bando/capitolato per i distributori automatici di snack e bevande calde e fredde

Art. (da definire) - **Quantità e caratteristiche tecniche**

La quantità e le caratteristiche tecniche delle macchine devono essere quelle di seguito riassunte e specificatamente indicate nell'Allegato A del presente Capitolato con i relativi indirizzi in cui andranno ubicate:

_ n° ... - macchine per l'erogazione di elevate quantità di prodotti per prima colazione (caffè, latte, thè, cappuccino, cioccolato e orzo) idonee per un'ampia autonomia di lavoro; **N.B. in virtù di quanto evidenziato all'art. ... tali distributori automatici dovranno essere caratterizzati in maniera adeguata, mettendo in evidenza la presenza di caffè proveniente dal commercio equo e solidale;**

Ogni distributore funzionante con sistema automatico deve essere in grado di erogare i prodotti con l'inserimento di monete. Oltre che a monete le macchine devono essere in grado di erogare prodotti con sistemi alternativi (tessere, microchip, ecc.). Le macchine devono essere conformi, per caratteristiche tecniche ed igieniche, alle normative vigenti in materia.

Art. (da definire) - **Modalità di aggiudicazione del servizio**

L'Amministrazione Comunale aggiudica il servizio, in esito ad asta pubblica, alla Ditta che presenterà l'offerta economicamente più vantaggiosa, valutata in base ai seguenti criteri e relativi coefficienti espressi in centesimi:

- a) Offerta Economica - max 50 punti
- b) Qualità del servizio offerto - max 45 punti

Verranno presi in considerazione i seguenti parametri, per i quali sarà data particolare importanza, ove possibile, alle caratteristiche a sostegno dell'ambiente:

- b 1) modalità operative nell'espletamento del servizio e condizioni migliorative rispetto a quelle descritte nel presente capitolato (ad esempio indicazioni relative a disponibilità di resti in moneta, posizionamento di macchine scambiatrici di monete, organizzazione in termini di persone e mezzi destinati al servizio in oggetto, tempi di intervento in caso di guasti, ecc...);
max 13 punti
- b 2) prospetto dei prezzi di vendita dei prodotti di consumo (lo schema da riprodurre è quello indicato al successivo art. ... ed i prezzi proposti non dovranno essere superiori a quelli ivi specificati; la commissione provvederà a tradurre in termini percentuali gli sconti offerti (considerando con maggior peso quelli relativi alle bevande calde, al caffè proveniente dal commercio equo e solidale, all'acqua) calcolando poi un'unica percentuale di sconto medio e quindi assegnando i punteggi in maniera inversamente proporzionale);
max 12 punti
- b 3) caratteristiche merceologiche dei prodotti offerti (particolare considerazione sarà rivolta alla proposta di prodotti:
 - di provenienza equo solidale;
 - biologici;
 - essenti o.g.m.s'intende che le suddette attestazioni dovranno essere debitamente documentate da parte della ditta aggiudicataria).
max 10 punti

b 4) Tipologia (dove possibile indicare la classe energetica), anno di fabbricazione ed anno di introduzione sul mercato dei distributori da utilizzare;
max 10 punti

c) Certificazione di qualità - max. 5 punti

Alle ditte in possesso, alla data di scadenza per la presentazione delle offerte, della Certificazione di qualità in conformità delle vigenti norme UNI EN ISO 9000 relativamente al servizio offerto, ai prodotti ed ai distributori automatici verranno assegnati 5 punti.

Alle ditte che non sono in possesso di detta certificazione non verrà assegnato alcun punteggio (zero punti). In caso di Associazione Temporanea d'Impresa si considera posseduto il requisito solo nell'ipotesi in cui la certificazione faccia capo a tutte le ditte partecipanti all'A.T.I. stessa.

L'appalto verrà quindi aggiudicato alla Ditta che avrà totalizzato il maggior punteggio ottenuto dalla somma di tutti i punti parziali sopracitati. In caso di parità di punteggi verrà data prevalenza all'offerta che avrà ottenuto il maggior punteggio per l'elemento prezzo. In caso di ulteriore parità si procederà all'estrazione a sorte. Non sono considerate valide le offerte condizionate, redatte in modo imperfetto, parziali, incomplete, di importo inferiore alla base di gara. Nel caso di presentazione o di ammissione di una sola offerta valida, l'Amministrazione Comunale si riserva, a proprio insindacabile giudizio, di procedere all'aggiudicazione della fornitura oppure di effettuare una seconda gara.

Art. (da definire) - Prodotti di consumo

I prodotti erogati che dovranno essere tutti di prima qualità e conformi alle vigenti norme in materia di prodotti alimentari, consistiranno in bevande analcoliche, bibite, acqua, succhi di frutta, bevande

calde da colazione quali caffè, tè, latte, cappuccino, orzo e cioccolato, merendine dolci o salate preconfezionate a lunga conservazione.

Prezzi massimi di vendita e Caratteristiche dei prodotti

Tipologia prodotti	Euro chiave	Euro moneta
Bevande calde
Bevande calde arricchite ed orzo
Caffè proveniente dal commercio equo
Acqua in PET da 50 cc naturale o frizzante
Bevande in lattina da 33 cc
Bevande in lattina da 25 cc
Bevande in tetrapak da 20 cc
Merendine dolci e salate
Snack vari
Snack equo-solidali/biologici/no o.g.m.
Cialde caffè
Cialde cappuccino, cioccolato

N.B. si precisa che tutte le macchine di distribuzione automatica di bevande calde dovranno obbligatoriamente erogare caffè prodotto con miscele provenienti dal commercio equo e solidale, così come tutte le altre bevande contenenti caffè.

Su ogni macchina dovranno essere ben visibili le etichette con l'indicazione della marca e la composizione dei prodotti oggetto di distribuzione. Si precisa che i prodotti erogati dalle macchine dovranno corrispondere a quanto precisato in sede di gara (vedi art. ... sopra lettera b3) e mantenuti per tutta la durata contrattuale. Ogni variazione dovrà essere preventivamente concordata con l'ufficio competente, il quale si riserva di effettuare gli opportuni controlli e verifiche.

CATERING E BUFFET

Modello di bando/capitolato per il servizio di ristorazione catering

OGGETTO DEL SERVIZIO E LUOGO DI ESECUZIONE

L'appalto ha per oggetto la gestione del servizio di ... L'appalto comprende infine la preparazione, cottura, confezionamento e consegna di pasti per eventi organizzati dall'Amministrazione Comunale nell'arco dell'intero anno, fatta eccezione del mese di agosto, in luoghi da essa indicati.

Punto

Criteri per stabilire l'offerta economicamente vantaggiosa:

Per poter valutare al meglio le capacità imprenditoriali delle imprese partecipanti, l'offerta di gestione del servizio verrà esaminata tenendo conto dei seguenti parametri:

DESCRIZIONE	PUNTEGGIO MAX
PREZZO UNITARIO PASTO	50
PROGETTO TECNICO:	
a) Sistema organizzativo di fornitura del servizio: Organizzazione del servizio; - Sistemi di responsabilità e di controllo in particolare: autocontrollo igienico secondo il metodo HACCP; - Menù invernale ed estivo con relative tabelle dietetiche; - Elenco fornitori e schede tecniche relative alle materie prime acquistate; - Sicurezza; - Struttura organizzativa relativa la personale dell'impresa (gestione, mobilità/sostituzione per ferie, malattie, ecc.); - Gestione di imprevisti, emergenze, modifiche del servizio; - Impegno a realizzare iniziative di educazione alimentare per le scuole materne, elementari e medie del Comune;	25
b) Personale - Organici in servizio (persone ed ore); - Tempi e turni di lavoro; - Metodologie e tecniche operative; - Programmi di lavoro;	15

DESCRIZIONE	PUNTEGGIO MAX
<p>c) Alimenti e menù:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caratteristiche merceologiche delle materie prime; - Proposte di alimenti di diversa qualità e caratteristiche; - Menù per utenze e ricorrenze particolari; - Procedure di gestione delle diete speciali; - Certificazione dei prodotti; 	13
<p>c) Curriculum aziendale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principali commesse negli ultimi 3 anni nell'ambito della ristorazione scolastica; - Fatturato degli ultimi 4 anni relativo alla ristorazione scolastica; - Titoli di studio e professionali dei tecnici/dirigenti; - Certificazione di parte terza del sistema di qualità aziendale in conformità alla norma UNI EN ISO 9001:2000; 	07
<p>d) Proposte aggiuntive di miglioramento del servizio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Integrazione di attrezzature e arredi; - Progetto di gestione completa della registrazione dei pasti forniti e della riscossione delle rette; - Offerta di ulteriori derrate provenienti da agricoltura biologica; - Offerta di frutta proveniente dal Commercio Equo e Solidale. 	10



8. I SOGGETTI PROMOTORI

FAIRTRADE TRANSFAIR ITALIA

Fairtrade TransFair è il marchio di certificazione del Commercio Equo e Solidale in Italia. È un consorzio senza scopo di lucro costituito da organismi che operano nella cooperazione internazionale, nella solidarietà e nel Commercio Equo e Solidale, nato nel 1994 per diffondere nella grande distribuzione i prodotti del mercato equo.

TransFair fa parte di Flo (Fairtrade Labelling Organisations), il coordinamento internazionale dei marchi di garanzia, insieme ad altri 19 marchi che operano in Europa, Stati Uniti, Canada e Giappone. TransFair garantisce che i prodotti con il suo simbolo, che si possono trovare nei supermercati, siano stati lavorati senza causare sfruttamento e povertà nel Sud del mondo e siano stati acquistati secondo i criteri del Commercio Equo e Solidale.

Il sistema FLO - TransFair lavora con 352 organizzazioni di produttori certificati che rappresentano 400 mila strutture di produttori di primo livello. Complessivamente beneficiano del Commercio Equo e Solidale quasi un milione di famiglie di lavoratori in 45 diversi paesi dell'Africa, dell'Asia e dell'America Latina. Sono organizzazioni prevalentemente cooperativistiche, che si impegnano ad una gestione collettiva e democratica della loro struttura e ad impiegare parte dei ricavi in progetti di sviluppo sociale per le comunità e il territorio. Spesso il margine di guadagno Fairtrade consente loro di rendere più agevoli le vie di comunicazione, di accedere all'acqua potabile e all'energia elettrica, di costruire scuole ed ambulatori medici.

Nelle produzioni in cui non è possibile la gestione cooperativistica (come le arance, le banane o la lavorazione semindustriale dei palloni), l'inserimento di aziende nel circuito del Commercio Equo e Solidale è subordinato alla costituzione di un fondo per i lavoratori, del rispetto dei diritti sindacali, della corresponsione di un salario adeguato. I soci di Fairtrade TransFair sono Acli, Acu, Agesci/ Fiordaliso, ANCC - Coop, Arci, Cies, Progetti qualità/ Commercio alternativo, Conapi, Consorzio Etimos, Focsiv, Mag Verona, Mani tese, Movimento consumatori, Unicef

comitato italiano, Unione Sportiva Acli, Coind, Icea - Aiab, Cooperativa la Tortuga, Banca popolare Etica, Legambiente.

Per informazioni:

Fairtrade TransFair Italia

Passaggio De Gasperi 3 - 35131 Padova

tel 049 8750823 - fax 049 8750910

info@transfair.it

www.transfair.it



COORDINAMENTO AGENDE 21 LOCALI ITALIANE

Il Coordinamento Agende 21 locali italiane nasce nel 1999 dopo la III Conferenza PanEuropea di Siviglia della Campagna Europea delle Città Sostenibili, come coordinamento informale italiano di Comuni, Province e Regioni, impegnati in processi di Agenda 21 Locale, le cui principali finalità, così come indicato dalla Carta di Ferrara, sono:

- ✿ il collegamento a rete tra amministrazioni locali "pioniere";
- ✿ lo scambio di esperienze, informazione e conoscenze operative;
- ✿ la definizione comune di strumenti tecnico-scientifici e formazione;
- ✿ la promozione e diffusione nel Paese della Agenda 21;
- ✿ la rappresentanza internazionale delle istanze degli enti coinvolti.

Successivamente, spinto dall'esigenza di rappresentare adeguatamente le istanze dei soci nelle sedi appropriate, si trasforma nel 2001 in Associazione senza fine di lucro, formalmente costituita e dotata di Statuto, un budget e quote di adesione, Organi di direzione e rappresentanza rinnovati ogni biennio, un Regolamento di funzionamento, strumenti di informazione, Gruppi di lavoro permanenti, ecc.

Al Coordinamento inoltre possono partecipare, in qualità di soci sostenitori, Enti e Organismi della società civile impegnati nella promozione e nel sostegno di attività di Agenda 21 locale.

Attualmente il Coordinamento conta 357 associati di cui 311 soci tra Regioni, Province, Comuni, Comunità Montane, Enti Parco e Consorzi di Enti e 46 sostenitori.

Per il raggiungimento dello scopo sociale, l'Associazione si impegna in particolare a:

- 1) Promuovere i principi e la pratica dello sviluppo sostenibile e dell'Agenda 21 locale;
- 2) Favorire e potenziare lo scambio di informazioni sui temi relativi all'Agenda 21 locale tra gli enti e gli operatori coinvolti;

- 3) Monitorare, raccogliere, diffondere e valorizzare studi, ricerche, buone pratiche e in generale esperienze positive di sviluppo sostenibile e di Agenda 21 locale in corso a livello territoriale e locale, promuovendo anche la valorizzazione presso Organismi nazionali e internazionali;
- 4) Promuovere e sviluppare attività di ricerca, confronto e approfondimento specialistico su temi di rilevante interesse nell'attivazione del processo di Agenda 21 locale, in collegamento con le migliori e più accreditate istituzioni pubbliche e private operanti nel settore della ricerca e dello sviluppo tecnologico, nonché con il sistema universitario;
- 5) Promuovere e/o facilitare la costituzione di gemellaggi su processi di Agenda 21 locale;
- 6) Promuovere e/o facilitare la candidatura dell'associazione e/o dei soci a progetti e iniziative internazionali e nazionali;
- 7) Collaborare attivamente con l'Unione Europea, il Governo italiano, la Campagna Europea Città Sostenibili e le altre reti nazionali ed internazionali, nonché con le associazioni di regioni ed Enti locali per la promozione reciproca e per concertare, organizzare e realizzare iniziative congiunte sul tema dello sviluppo sostenibile e dell' Agenda 21 Locale.

Per informazioni:

Segreteria Coordinamento Agende 21 locali italiane

Viale Martiri della Libertà 34 - 41100 Modena

tel 049 8750823 - fax 049 8750910

coordinamento.agenda21@provincia.modena.it

www.a21italy.it

COORDINAMENTO NAZIONALE DEGLI ENTI LOCALI PER LA PACE E I DIRITTI UMANI

Fondato nel 1986, il Coordinamento Nazionale degli Enti locali per la pace e i diritti umani è un'associazione che riunisce i Comuni, le Province e le Regioni impegnate in Italia a promuovere la pace, i diritti umani, la solidarietà e la cooperazione internazionale.

Il Coordinamento è gestito da una Presidenza nazionale, eletta dall'Assemblea, della quale fanno parte 40 Comuni, Province e Regioni.

Il Presidente del Coordinamento Nazionale degli Enti locali per la Pace è Giulio Cozzari, Presidente della Provincia di Perugia.

Le sue finalità sono (articolo 4 dello Statuto):

- 1) promuovere l'impegno costante degli Enti locali e delle Regioni a favore della pace, della solidarietà e della cooperazione internazionale, valorizzandone le iniziative;
- 2) promuovere il coordinamento nazionale e lo sviluppo di iniziative comuni, lo scambio di informazioni ed esperienze tra gli Enti locali e le Regioni impegnati sui diversi problemi della pace;
- 3) approfondire la ricerca e la riflessione politica e giuridica sui compiti degli Enti locali per la pace e i diritti umani;
- 4) realizzare un archivio nazionale dell'attività degli Enti locali per la pace e i diritti umani;
- 5) assicurare il collegamento con le principali associazioni europee e internazionali degli Enti locali, e favorire la partecipazione degli Enti locali italiani alle Conferenze internazionali;
- 6) favorire la collaborazione tra gli Enti locali, le Regioni e le associazioni della società civile che operano per la promozione della pace, dello sviluppo e dei diritti umani;
- 7) promuovere tra la gente - e in particolare tra i giovani - lo sviluppo della cultura e di comportamenti di pace e solidarietà.

Sin dalla sua fondazione, il Coordinamento Nazionale degli Enti locali per la pace e i diritti umani ha cercato di assolvere ai suoi compiti mediante una continua iniezione di stimoli, di proposte e di progetti di pace.

Tra sue le principali attività ci sono la promozione dell'educazione alla pace e ai diritti umani nella scuola, lo sviluppo della solidarietà internazionale e della cooperazione decentrata, l'organizzazione della Marcia per la pace Perugia-Assisi e delle Assemblee dell'Onu dei Popoli, l'impegno per la pace in Medio Oriente, nei Balcani e nel Mediterraneo, la costruzione di un'Europa, strumento di pace e di giustizia nel mondo.

La costante ricerca di un'alleanza con le espressioni più mature della società civile per lo sviluppo del movimento per la pace nel nostro paese ha portato il Coordinamento a promuovere e a sostenere la Tavola della Pace che oggi rappresenta una preziosa sede permanente di confronto e collaborazione tra le organizzazioni della società civile e le istituzioni locali impegnate per la pace.

Oggi il Coordinamento Nazionale degli Enti locali per la pace e i diritti umani, con i suoi attuali quasi 600 enti aderenti, la sua storia e il suo bagaglio di competenze, rappresenta una esperienza unica in Europa e nel mondo: la più vasta rete tematica nazionale di amministrazioni locali e regionali impegnate nella promozione della pace e dei diritti umani. Questo straordinario patrimonio italiano rappresenta una risorsa anche per l'intero sistema internazionale dei poteri locali rappresentato dalla nuova organizzazione mondiale "Unione delle Città e dei Governi Locali Uniti" (UCLG) fondata a Parigi nel 2004.

Per informazioni:

Coordinamento Nazionale Enti locali per la pace e i diritti umani

Via della Viola 1 - 06122 Perugia

tel. 075 5722479 - fax 075 5721234

info@entilocalipace.it

www.entilocalipace.it

campagna



città
equosolidali

*Segreteria organizzativa
Campagna Città Equosolidali:*

*Fairtrade TransFair Italia
Passaggio De Gasperi 3 - 35131 Padova*

Tel. 049 8750823 - Fax 049 8750910

*info@cittaequosolidali.it
www.cittaequosolidali.it*

Con il Patrocinio di



Regione Umbria



Provincia di Firenze



Comune di Roma

