



Naturland

Fair

STANDARD NATURLAND

FAIR

Versione 11/2024

Indice

I. Contesto di riferimento e principi della certificazione Naturland Fair	3
II. Norme generali per la certificazione Naturland Fair	5
1. Chi può utilizzare la certificazione Naturland Fair?	5
2. Naturland Fair Partnership	6
3. Quali sono i requisiti per la certificazione Naturland Fair e l'uso del marchio Naturland?	6
III. Norme specifiche per la certificazione Naturland Fair	8
1. Requisiti per i PRODUTTORI	8
1.1 Impegno per la società e l'ambiente	8
1.2 Affidabilità e solidarietà	8
1.3 Prezzi equo-solidali	9
1.4 Trasparenza	10
2. Requisiti per i TRASFORMATORI	11
2.1 Impegno per la società e l'ambiente	11
2.2 Affidabilità e solidarietà	11
2.3 Prezzi equo-solidali	12
2.4 Trasparenza	13
3. Requisiti per DISTRIBUTORI	14
3.1 Impegno per la società e l'ambiente	14
3.2 Affidabilità e solidarietà	15
3.3 Prezzi equo-solidali	15
3.4 Trasparenza	16
IV. Glossario	17

Nota sulla leggibilità:

si tratta di un testo specialistico con *Termini tecnici*, i quali sono spiegati nel glossario allegato.

I. Contesto di riferimento e principi della certificazione Naturland Fair

Naturland promuove dal 1982 l'agricoltura biologica in tutto il mondo e si impegna per il suo riconoscimento sociale. La produzione biologica di alimenti preserva gli ecosistemi e la biodiversità, protegge il clima e promuove l'uso sostenibile delle risorse; inoltre, pone le basi per un'alimentazione sana e garantisce un ambiente di lavoro e di vita salubre per agricoltrici e agricoltori contribuendo in modo significativo a preservare e restituire un ambiente degno di essere vissuto per le generazioni future. Già nel 2005 gli Standard NATURLAND sull'agricoltura biologica per i produttori e i trasformatori sono stati ampliati per includere linee guide di responsabilità sociale dettagliate, atte a garantire il rispetto dei diritti umani e del lavoro.

L'impegno internazionale di Naturland per l'agricoltura biologica è stato fin dall'inizio strettamente legato all'idea del commercio equo e solidale. La collaborazione con le aziende del commercio equo-solidale ha avuto inizio già nel 1986 fino a giungere, nel 2010, all'adozione degli Standard Naturland Fair, con lo stretto coinvolgimento delle organizzazioni di produttori e di ulteriori partner. Questo passo si è rivelato sempre più ovvio, dal momento che in tutto il mondo e soprattutto nel *Sud globale* le aziende agricole rurali sono soggette a svantaggi strutturali e soprattutto le piccole realtà di agricoltrici e agricoltori sono sempre a rischio di povertà e fame. Sia le aziende agricole rurali che le cooperative di piccole realtà di agricoltrici e agricoltori sono essenziali per la sicurezza alimentare e la conservazione della biodiversità. I rapporti commerciali eco-solidali tra tutti i soggetti coinvolti nella filiera fino alle consumatrici e ai consumatori costituiscono la base per la sostenibilità ecologica, sociale ed economica.

Gli Standard Naturland Fair si basano sulla definizione internazionale di commercio equo e solidale dell'associazione FINE, concordata nel 2001 dalle organizzazioni mondiali del movimento di commercio equo e solidale. La definizione di commercio equo e solidale è la seguente:

"Il Commercio Equo e Solidale è una partnership economica basata sul dialogo, la trasparenza e il rispetto, che mira a una maggiore equità nel commercio internazionale. Migliorando le condizioni commerciali e assicurando i diritti sociali per produttrici/produttori e lavoratrici/lavoratori svantaggiati/i, in particolare nei Paesi del Sud, il Commercio Equo e Solidale contribuisce allo sviluppo sostenibile. Insieme a consumatrici e consumatori, le organizzazioni del Commercio Equo e Solidale si impegnano a sostenere le aziende produttrici sensibilizzando l'opinione pubblica e promuovendo campagne di informazione volte a cambiare le regole e le pratiche del sistema convenzionale del commercio mondiale"

La certificazione Naturland Fair si basa su rigorosi requisiti ecologici (gli Standard biologici di Naturland per la produzione e la trasformazione e sul rispetto dei diritti umani e dei lavoratori (Standard Naturland sociali). A questi la certificazione aggiunge quattro principi fondamentali:

- (1) Impegno per la società e l'ambiente
- (2) Affidabilità e solidarietà
- (3) Prezzi equo-solidali
- (4) Trasparenza

Questi quattro principi sono finalizzati a un commercio con orientamento etico. L'obiettivo è consentire alle persone coinvolte nella produzione e nella trasformazione dei prodotti Naturland Fair di ottenere un *reddito* o un *salario di sussistenza*. Per questo motivo, nel settore altamente competitivo della produzione alimentare globalizzata, la certificazione Naturland Fair non crea concorrenza tra i mercati locali e globali, ma li collega nel miglior modo possibile attraverso la produzione e la commercializzazione di prodotti biologici ed eco-solidali. L'autosufficienza degli approvvigionamenti, la sicurezza alimentare della popolazione regionale e la realizzazione del diritto umano universale all'alimentazione sono di primaria importanza in questo contesto.

I suddetti obiettivi possono essere raggiunti solo in stretta collaborazione con i soci di Naturland e gli altri operatori. Grazie alla sua aderenza al *Forum Fairer Handel e.V. (FFH)*, Naturland è quindi in costante dialogo con le principali figure che operano nel commercio equo e solidale. Inoltre, il suo comitato consultivo

internazionale, il Naturland World Advisory Board, offre da statuto un servizio di consulenza per l'ulteriore sviluppo degli Standard Naturland Fair.

Oggi il commercio equo e solidale è sostenuto da ulteriori concetti di sviluppo, quali il "*Buen Vivir*" in America Latina, la "*Felicità Nazionale Lorda*" in Bhutan e l'*Economia del Bene Comune* in Europa, i quali hanno tutti in comune che all'obiettivo di una crescita economica sfrenata contrappongono un'alternativa orientata al bene comune e guidata da valori etici. Ciò è sempre più sostenuto e richiesto anche da una nuova generazione di operatori economici. Con lo slogan "Le persone prima del profitto" molte start-up che si impegnano per l'implementazione di soluzioni di imprenditoria socialmente responsabile stanno assumendo posizioni sempre più in linea con il commercio equo e solidale e a favore di un consumo consapevole. L'obiettivo è quello di unire le forze e lavorare insieme per un futuro sostenibile e degno di essere vissuto.

II. Norme generali per la certificazione Naturland Fair

1. Chi può utilizzare la certificazione Naturland Fair?

Naturland Fair è una certificazione aggiuntiva volontaria per le aziende produttrici e i trasformatori nonché per il commercio specializzato dei prodotti biologici Naturland. Nella filiera di approvvigionamento di Naturland Fair ogni partecipante assume una propria posizione rendendo necessaria la differenziazione dei requisiti per la certificazione:

PRODUTTORE

La produzione agricola di prodotti vegetali e/o animali è al centro dell'attività operativa dell'azienda agricola/organizzazione di produttori.

- I **produttori indipendenti** (non aderenti a un'organizzazione di produttori) che **commercializzano direttamente** i loro prodotti **con il marchio Naturland Fair** necessitano di una propria certificazione Naturland Fair e si impegnano a rispettare i criteri indicati nei punti **II.3. e III.1.** dei presenti Standard. *I produttori indipendenti, che si limitano a effettuare forniture ai trasformatori o distributori Naturland Fair, non hanno bisogno di una propria certificazione Naturland Fair.*
- Le **organizzazioni di produttori** che **commercializzano direttamente** i loro prodotti con il marchio **Naturland Fair** o li **forniscono a trasformatori o distributori Naturland Fair** necessitano di una propria certificazione Naturland Fair. Esse si impegnano a rispettare i criteri di cui ai punti **II.3. e III.1.** dei presenti Standard. Anche l'agricoltura a contratto rientra in questa categoria.

Quando i presenti Standard fanno riferimento a **PRODUTTORE/I** si intendono esclusivamente le suddette categorie soggette a certificazione.

TRASFORMATORI

La trasformazione delle materie prime agricole è il punto focale delle attività economiche dell'azienda.

- I **trasformatori di prodotti Naturland Fair** necessitano di una propria certificazione Naturland Fair. Esse si impegnano a rispettare i criteri di cui ai punti **II.3. e III.2.** dei presenti Standard.
- Rientrano in questo gruppo altresì i **soggetti erogatori del premio equo (cfr. III.1.3.2.)**, anche qualora non eseguano alcuna operazione di trasformazione ma affidino l'incarico a terze parti.

I **trasformatori per conto terzi e i soggetti analoghi che operano** nella filiera Naturland Fair non hanno bisogno di una propria certificazione Naturland Fair. Tuttavia, è necessaria un'ispezione secondo gli Standard Naturland per la trasformazione. La tracciabilità delle merci viene controllata nell'ambito delle ispezioni normali di Naturland.

Quando nei presenti Standard si parla di **TRASFORMATORE/I**, si intende esclusivamente la suddetta categoria soggetta a certificazione.

DISTRIBUTORI (gdo)

Nel caso delle aziende di distribuzione il focus dell'attività economica è incentrato sulla commercializzazione e la vendita di prodotti sia con il marchio del produttore sia con marchio privato.

- Solo le **aziende distributrici con un assortimento biologico al 100%** possono ricevere la certificazione Naturland Fair per i **loro prodotti a marchio privato**. Esse si impegnano a rispettare i criteri di cui ai punti **II.3. e III.3.** dei presenti Standard.

Le **aziende distributrici** che si limitano a **commercializzare** il marchio di un produttore o un trasformatore non devono soddisfare ulteriori requisiti, in quanto questi sono stati già controllati presso il produttore o il distributore.

La certificazione Naturland Fair non è richiesta per operatori che svolgono unicamente funzione di **distributori** di prodotti e materie prime Naturland Fair. La tracciabilità delle merci viene controllata nell'ambito delle ispezioni normali di Naturland.

Quando nei presenti Standard si parla di **DISTRIBUTORE/I** si intendono esclusivamente le suddette categorie soggette a certificazione.

Assegnazione per l'esercizio di ruoli diversi

Nelle filiere equo-solidali di Naturland un PRODUTTORE potrebbe essere anche TRASFORMATORE e, viceversa, un TRASFORMATORE può anche rivendere i prodotti certificati direttamente alla clientela finale. Solo le aziende che non sono PRODUTTORI o TRASFORMATORI, ma che vendono alla clientela finale una gamma di prodotti biologici al 100%, possono richiedere la certificazione dei loro prodotti come DISTRIBUTORI con il marchio Naturland Fair.

2. Naturland Fair Partnership

Gli operatori che hanno raggiunto nel loro intero portafoglio un livello avanzato di attuazione dei principi di sostenibilità ecologica, sociale ed equa, possono richiedere una certificazione dell'intera azienda oltre alla certificazione del prodotto. Devono essere soddisfatte le seguenti condizioni:

- La produzione, trasformazione e distribuzione di almeno il 70% dell'intera gamma di prodotti deve avvenire nel rispetto degli Standard Naturland Fair.
- Le materie prime certificate Naturland Fair costituiscono almeno il 70% del valore netto di acquisto di materie prime per tutti i prodotti oppure almeno il 70% del fatturato complessivo netto dell'azienda viene generato da prodotti certificati Naturland Fair.

Per la restante parte delle materie prime occorre dimostrare, secondo la Lista delle priorità Naturland Fair, che esse non sono disponibili nel commercio equo e solidale.

Queste aziende, oltre al marchio Naturland Fair, sui loro prodotti possono anche evidenziare la certificazione "Naturland Fair Partnership" della propria azienda nell'immagine pubblica.

3. Quali sono i requisiti per la certificazione Naturland Fair e l'uso del marchio Naturland?

La certificazione Naturland Fair è una certificazione di prodotto olistica, il cui requisito è una certificazione biologica Naturland in corso di validità, che include il rispetto degli Standard Naturland in materia di responsabilità sociale. Tali Standard includono i regolamenti per le condizioni elementari della certificazione Naturland Fair: diritti umani, libera scelta del lavoro, libertà di associazione, accesso ai sindacati, uguaglianza, diritti dei minori, salute e sicurezza, condizioni di lavoro (contratti, parità di trattamento, retribuzione, pagamenti per vitto e alloggio, orario lavorativo, prestazioni sociali, corsi di aggiornamento). Con la certificazione Naturland Fair le organizzazioni devono anche impegnare i loro trasformatori per conto terzi a rispettare gli Standard Naturland in materia di responsabilità sociale. Per alcuni prodotti (ad es. il pesce selvaggio) a cui non si può applicare il termine "biologico", la corrispondente certificazione Naturland è la base per la certificazione Fair.

Il rispetto degli Standard Naturland Fair viene controllato nell'ambito di un audit annunciato, svolto almeno una volta all'anno da parte di organismi di controllo indipendenti e viene verificato anche attraverso visite non annunciate presso le aziende agricole, da parte degli incaricati di Naturland e.V. Solitamente gli audit annunciati hanno luogo nell'ambito dell'ispezione BIO effettuata da Naturland a scadenza annuale. Alle persone che effettuano le ispezioni deve essere consentito l'accesso illimitato e la possibilità di visionare tutte le aree rilevanti dell'azienda o della società.

Promozione dell'agricoltura e della cultura rurale nel mondo

I prezzi di produzione e le condizioni commerciali su una base equa contribuiscono in modo significativo a garantire il sostentamento e la sostenibilità dell'economia agricola rurale, in particolare nelle regioni economicamente svantaggiate.

I TRASFORMATORI e i DISTRIBUTORI di prodotti Naturland Fair per l'acquisto di materie prime da regioni economicamente svantaggiate danno priorità ai prodotti delle organizzazioni di organizzazioni di piccoli agricoltori. Nel Nord globale (Paesi OCSE) si privilegiano i prodotti di aziende agricole rurali e con forme di agricoltura sociale e socialmente innovativa.

Etichettatura dei prodotti certificati Naturland Fair

Ogni ingrediente con certificazione Fair proveniente da produzione agricola deve essere riportato nell'elenco degli ingredienti, specificando inoltre la percentuale totale di prodotti agricoli con certificazione Fair. L'obiettivo è quello di realizzare prodotti al 100% con materie prime certificate Naturland Fair.

I prodotti ottenuti da una sola materia prima possono essere certificati Naturland Fair solo se la materia prima proviene esclusivamente da commercio equo-solidale, secondo la Lista delle priorità Naturland Fair.

Per un prodotto composto da diverse materie prime si applica invece il seguente principio: tutto ciò che è reperibile da fonti certificate Naturland Fair deve essere ottenuto da tali fonti. Un prodotto composto da più ingredienti può essere certificato Naturland Fair se la quota di ingredienti da commercio equo-solidale,

secondo la Lista delle priorità Naturland Fair, risulta superiore al 50% (peso delle materie prime agricole trasformate, senza aggiunta di acqua e/o sale) del totale degli ingredienti e purché si dimostri che i restanti ingredienti non sono reperibili con qualità equo e solidale. L'ingrediente che dà il nome a un prodotto composto da più materie prime deve essere di qualità Naturland Fair.

Lista delle priorità Naturland Fair

- a) È di assoluta priorità l'uso di materie prime certificate Naturland Fair
- b) Le materie prime con altre certificazioni relative al commercio equo e solidale possono essere utilizzate previa verifica di equipollenza e autorizzazione scritta da parte della commissione di certificazione di Naturland.

Tracciabilità

Per garantire trasparenza e controllabilità deve essere consentita in ogni momento la tracciabilità delle materie prime e dei prodotti intermedi nella filiera Naturland Fair. Le diverse qualità di certificazione devono sempre essere separate. Solo in casi eccezionali, su richiesta motivata, è consentita la miscelazione fisica di prodotti Naturland Fair con prodotti Naturland bio o di altre associazioni biologiche. A tal fine occorrono le misure e i documenti seguenti:

- Documentazione dei prodotti Naturland Fair sui documenti di acquisto e di vendita (contratto, fattura, bolla di consegna, ecc.)
- Etichettatura chiara delle materie prime e dei prodotti Naturland Fair con il termine "Naturland Fair" o il logo Naturland Fair.

Utilizzo del marchio

L'uso del marchio Naturland Fair è disciplinato da un contratto di licenza da stipulare con la società Naturland Zeichen GmbH. È consentito esclusivamente l'uso del marchio "*Naturland Fair*" autorizzato dalla Naturland Zeichen GmbH.

III. Norme specifiche per la certificazione Naturland Fair

1. Requisiti per i PRODUTTORI

1.1 Impegno per la società e l'ambiente

Il PRODUTTORE di prodotti certificati Naturland Fair partecipa attivamente alla promozione di un'economia equo-solidale e sostenibile. Si espone pubblicamente in questa dichiarazione di missione e la evidenzia mediante il suo impegno sociale. L'organizzazione di produttori del Sud globale promuove quindi lo sviluppo sociale ed economico dei suoi soci e si assicura che essi ricevano i benefici del Commercio equo e solidale.

1.1.1 Dichiarazione sui principi del Commercio equo e solidale

¹Firmando la "Dichiarazione sui principi del Commercio equo e solidale" di Naturland, il PRODUTTORE si impegna pubblicamente a mettere in pratica nella sua attività i principi del commercio equo e solidale di Naturland. Inoltre, garantisce che i soci e il personale siano consapevoli dei vantaggi del commercio equo e solidale.

La valutazione dell'attuazione di questi principi e degli Standard Naturland Fair avviene almeno ogni 3 anni tra il PRODUTTORE e Naturland. Ciò comporta l'identificazione del potenziale, la definizione di misure specifiche e l'avvio di processi di sviluppo aziendale personalizzati.

1.1.2 Impegno per il bene comune

Il PRODUTTORE con prodotti certificati Naturland Fair dimostra impegno sociale e/o sostiene progetti che promuovono il bene comune. Impegnandosi, ad esempio, nella tutela concreta dell'ambiente, collaborando in associazioni di pubblica utilità e/o sostenendo iniziative ambientali, sanitarie, educative, sociali e culturali.

Un PRODUTTORE con commercializzazione diretta nel Nord globale introduce nel proprio assortimento e promuove i prodotti Naturland Fair del Sud globale che sono coerenti con il proprio orientamento e con le esigenze della sua clientela, al fine di sostenere le partnership Naturland Fair di quel Paese.

Il PRODUTTORE deve adoperarsi per formare la consapevolezza ambientale di tutte le persone coinvolte nel processo operativo e perseguire costantemente l'obiettivo di possibili miglioramenti ecologici. Il suo comportamento consapevole nei confronti dell'ambiente è evidente, ad esempio, in fatto di prevenzione e smaltimento dei rifiuti, misure di risparmio energetico e tutela ambientale, riduzione delle emissioni e protezione del clima.

1.1.3 Acquisto delle materie prime a livello regionale

I rapporti commerciali equo-solidali funzionanti si basano su strutture locali consolidate o in via di sviluppo, piuttosto che sull'intercambiabilità globale. Nell'acquisto di materie prime, merci e risorse operative (mangimi, sementi, merci per la commercializzazione diretta, ecc.), il PRODUTTORE deve privilegiare le fonti regionali o rinnovabili, purché reperibili nel rispetto del suo fabbisogno di quantità e qualità. Si consideri che va data la priorità alla produzione locale per il sostentamento della popolazione.

1.2 Affidabilità e solidarietà

I rapporti commerciali con l'obiettivo di una partnership a lungo termine pongono le loro basi su dialogo, affidabilità e rispetto reciproco, contribuendo così a garantire a lunga scadenza una maggiore prevedibilità, sicurezza e stabilità per tutti i partner commerciali.

1.2.1 Accordi chiari sull'acquisto dei prodotti

Un PRODUTTORE deve definire con i propri soci accordi chiari sull'acquisto dei prodotti dei propri soci. Questi, oltre a essere trasparenti devono essere concordati su base reciproca e disciplinare almeno il periodo, il luogo, la quantità e il prezzo.

1.2.2 Rapporto commerciale a lungo termine

La cooperazione pluriennale incentrata sulla partnership è la base decisiva per rapporti commerciali equi. L'obiettivo dovrebbe quindi essere una cooperazione affidabile e a lungo termine che copra almeno 3 anni e comprenda sempre una pianificazione annuale e quantitativa congiunta.

¹ Un apposito modello viene fornito da Naturland.

1.2.3 Garanzia comune della qualità

Le misure di garanzia della qualità sono coordinate congiuntamente almeno una volta all'anno tra i partner commerciali a monte e a valle della filiera del commercio equo e solidale. Occorre garantire una chiara comunicazione reciproca e una procedura definita di comune accordo sulle misure da attuare in caso di problemi qualitativi o di fornitura.

1.2.4 Comportamento cooperativo

L'equità prevede anche una condotta cooperativa nei confronti degli altri PRODUTTORI. A tal fine il PRODUTTORE deve cercare di favorire uno scambio di conoscenze ed esperienze e puntare alla cooperazione e alla collaborazione con altri produttori. Ciò dovrebbe semplificare l'accesso ai programmi di sostegno o alle infrastrutture e rafforzare il movimento del commercio equo e solidale.

1.3 Prezzi equo-solidali

I prezzi equo-solidali per i prodotti agricoli e le materie prime dovrebbero consentire al PRODUTTORE di assicurarsi non solo il proprio sostentamento ma anche quello del proprio personale e dei membri del suo nucleo.

1.3.1 Prezzi minimi equo-solidali

Riguardo alla definizione dei prezzi, il PRODUTTORE farà riferimento ai calcoli vigenti dei redditi di sussistenza specifici della propria regione, se disponibili. Il prezzo equo-solidale deve in ogni caso consentire ai PRODUTTORI di pagare al proprio personale (anche in caso di lavoro stagionale) almeno il salario minimo nazionale previsto dagli Standard Naturland sulla responsabilità sociale, con l'obiettivo di poter erogare un salario di sussistenza.

Il parametro di riferimento è dato dalla media dei costi di produzione consueti nella regione o dei costi specifici dell'azienda. Inoltre, si tiene conto di un adeguato profitto (ricarico) per investimenti futuri e per il reddito equo.

Vengono applicate le seguenti procedure:

Nelle regioni economicamente svantaggiate:

- a) In mancanza di dati sufficienti per calcolare i costi di produzione, *nelle regioni economicamente svantaggiate* può essere applicato come base per il calcolo del prezzo minimo equo-solidale il sistema internazionale del prezzo minimo garantito (Fairtrade Labelling Organizations FLO). Il calcolo deve essere di data non anteriore a tre anni. Se l'attuale prezzo del mercato mondiale per il prodotto è superiore al prezzo minimo secondo il Fair Minimum Price System (FLO) dovrà essere pagato il prezzo del mercato mondiale.
- b) Se non esiste un prezzo minimo equo-solidale (Fair Minimum Price, FLO) attualmente introdotto a livello internazionale per i prodotti biologici, viene pagato un prezzo che superi di almeno il 10% il prezzo di mercato locale.

Negli Stati membri dell'OCSE:

il calcolo del prezzo minimo equo-solidale negli Stati membri dell'OCSE si orienta alla media mobile di un quinquennio, nel terzo superiore dei prezzi medi di mercato per la qualità biologica. Inoltre, possono essere pagate maggiorazioni fisse.

1.3.2 Premio equo

I PRODUTTORI con sede in *regioni economicamente svantaggiate* ricevono un premio equo da un partner della filiera che commercializza i prodotti certificati Naturland Fair. Se per un prodotto esiste un tasso minimo per il premio equo, introdotto a livello internazionale, almeno questo tasso verrà pagato ai PRODUTTORI. Se non esiste un tasso minimo verrà pagato, come parametro di riferimento, almeno il 10 % del prezzo "franco a bordo" (FOB "Free on Board") della merce agricola.

I pagamenti del premio equo devono essere gestiti su un conto corrente apposito e sempre in modo rintracciabile.

Il premio equo viene utilizzato per il finanziamento di interventi nel settore sociale, educativo, sanitario e ambientale oppure come reddito aggiuntivo per le piccole realtà di agricoltrici e agricoltori. In caso di raccolta spontanea e/o di mancanza di infrastrutture condivise, si possono definire altre aree di utilizzo.

La procedura decisionale sull'utilizzo del premio equo deve attenersi ai principi democratici. Le decisioni sull'utilizzo del premio equo saranno prese da un comitato eletto almeno ogni 4 anni dai produttori

indipendenti e/o dai dipendenti dei PRODUTTORI interessati. Tutte le persone aventi diritto di voto devono essere informate per tempo della data delle elezioni. Nella composizione dell'organo decisionale si deve garantire che i gruppi di interesse esistenti siano adeguatamente rappresentati. Possono essere eletti anche i membri della direzione, ma non possono avere la maggioranza dei voti.

L'organo decisionale fornisce periodicamente (almeno una volta all'anno) informazioni sull'utilizzo dei fondi sia ai produttori indipendenti e ai dipendenti (forza lavoro) sia alle/ai partner commerciali (su richiesta). Esso inoltre garantisce che vengano valutate le misure già attuate. Dei risultati viene redatto un apposito verbale.

1.3.3 Diritto al prefinanziamento

I PRODUTTORI che risiedono nelle regioni economicamente svantaggiate e che sono particolarmente deboli dal punto di vista finanziario e/o non hanno accesso a prestiti bancari accettabili, possono richiedere un prefinanziamento alle condizioni specificate nella Parte III.2.3.5.

1.4 Trasparenza

La trasparenza a tutti i livelli è un requisito essenziale per i rapporti del commercio equo e solidale di Naturland e per creare una base di fiducia.

1.4.1 Divulgazione della struttura aziendale

Il PRODUTTORE dovrà fornire su richiesta il proprio organigramma aziendale e comunicare a Naturland le proprie partecipazioni azionarie.

1.4.2 Trasparenza verso consumatrici e consumatori

Il PRODUTTORE informa Naturland e i partner commerciali sull'utilizzo del premio equo (vedi III.1.3.2.), affinché a loro volta possano trasmettere le informazioni alle consumatrici e ai consumatori.

2. Requisiti per i TRASFORMATORI

2.1 Impegno per la società e l'ambiente

Il TRASFORMATORE di prodotti certificati Naturland Fair partecipa attivamente alla promozione di un'economia equa e sostenibile. Questi si impegna pubblicamente nella sua dichiarazione di missione e lo evidenzia attraverso il suo impegno sociale. La base per la certificazione di Naturland Fair è una comprovata attività di Social Business.

2.1.1 Missione e strategia di attuazione per il commercio equo e solidale

In una dichiarazione di missione del commercio equo e solidale Il TRASFORMATORE attesta per iscritto le modalità con cui i principi del commercio equo e solidale Naturland vengono praticati nella sua azienda. Questo documento descrive la figura del TRASFORMATORE come Social Business e mostra in che modo vengono vissute trasparenza e partecipazione. La dichiarazione di missione deve poter essere consultata dal pubblico.

Con una strategia di implementazione il TRASFORMATORE si adopera costantemente a sviluppare ulteriormente le proprie pratiche in relazione agli Standard Naturland Fair pianificando e documentando, per un periodo di 3 anni, le misure/innovazioni realizzabili e concrete, con le quali può promuovere un miglioramento socio-ecologico per la comunità in generale. Questo processo rafforza la partecipazione del personale dipendente e la rispettiva consapevolezza della responsabilità condivisa nei confronti dell'azienda e dell'ambiente. Ciò può avvenire anche, ad esempio, nel contesto di Bilanci ecologici e del Bilanci del Bene Comune.

Oltre ad attuare i principi del commercio equo e solidale, il TRASFORMATORE si assicura che il personale dipendente sia consapevole dei benefici del commercio equo e solidale.

2.1.2 Impegno per il bene comune

Un TRASFORMATORE con prodotti certificati Naturland Fair mostra un alto livello di impegno sociale e promuove attivamente progetti che puntano al bene comune, impegnandosi, ad esempio, nella tutela concreta dell'ambiente, collaborando in associazioni di pubblica utilità e/o sostenendo iniziative ambientali, sanitarie, educative, sociali e culturali.

Inoltre, l'attività di commercializzazione si accompagna ad attività formative o promozionali per informare e aggiornare le consumatrici e i consumatori in merito alle relazioni commerciali e le partnership equo-solidali.

Anche i flussi finanziari e gli investimenti hanno una rilevanza sociale: nella fattispecie, il TRASFORMATORE può intensificare il proprio impegno sociale mediante investimenti finanziari operativi in linea con una strategia di "finanza etica/sostenibile". Ciò può avvenire, ad esempio, attraverso fornitori di servizi di capitale orientati al bene comune.

Il TRASFORMATORE deve formare la consapevolezza ambientale di tutte le persone coinvolte nel processo operativo e perseguire costantemente l'obiettivo di possibili miglioramenti ecologici. Il suo comportamento consapevole nei confronti dell'ambiente si riflette in obiettivi di gestione specifici in materia di prevenzione e smaltimento dei rifiuti, misure di risparmio energetico e di protezione ambientale, riduzione delle emissioni e protezione del clima.

2.1.3 Acquisto di materie prime e prodotti a livello regionale

I rapporti commerciali equo-solidali funzionanti si basano su strutture locali consolidate o in via di sviluppo, piuttosto che sull'intercambiabilità globale. Nell'acquisto di materie prime, merci, mezzi di produzione e forniture energetiche, il TRASFORMATORE deve privilegiare le fonti regionali o rinnovabili, purché disponibili nel rispetto del suo fabbisogno di quantità e qualità. Si consideri che va data la priorità alla produzione locale per il sostentamento della popolazione.

Se ciò è legato alla promozione dell'agricoltura rurale nelle regioni economicamente svantaggiate, l'approvvigionamento di materie prime in queste regioni può essere prioritario rispetto alla regionalità.

2.1.4 Struttura aziendale aperta

Il TRASFORMATORE ha un'adeguata politica di co-determinazione per coinvolgere il personale nei processi decisionali. A tal fine, nell'ambito di un continuo dialogo all'interno della sua organizzazione, verranno recepiti attivamente i suggerimenti del personale a tutti i livelli. Il TRASFORMATORE pratica il principio dell'inclusione. Ciò significa che nessuna persona all'interno dell'azienda deve essere esclusa, discriminata o svantaggiata.

2.2 Affidabilità e solidarietà

I rapporti commerciali con l'obiettivo di una partnership a lungo termine pongono le loro basi su dialogo, affidabilità e rispetto reciproco, contribuendo così a garantire a lunga scadenza una maggiore prevedibilità, sicurezza e stabilità per tutti i partner commerciali.

2.2.1 Contratti

Un contratto tra il TRASFORMATORE e le sue ditte fornitrici garantisce l'affidabilità dei rapporti commerciali e costituisce il quadro di riferimento per lo sviluppo del commercio dei prodotti Naturland Fair; inoltre, include la definizione e il rispetto della data di pagamento, la durata del contratto commerciale e gli accordi contrattuali in caso di cessazione del rapporto, una definizione precisa del caso giuridico di "forza maggiore", un meccanismo di risoluzione delle controversie in caso di conflitti e il diritto di risoluzione del contratto per entrambe le parti contraenti.

2.2.2 Rapporti commerciali a lungo termine

La cooperazione pluriennale incentrata sulla partnership è la base decisiva per rapporti commerciali equi. L'obiettivo dovrebbe quindi essere una cooperazione affidabile e a lungo termine che copra almeno 3 anni e comprenda sempre una pianificazione annuale e quantitativa congiunta.

2.2.3 Garanzia comune della qualità

Le misure di garanzia della qualità sono coordinate congiuntamente almeno una volta all'anno tra i partner commerciali a monte e a valle della filiera del commercio equo e solidale. Occorre garantire una chiara comunicazione reciproca e una procedura definita di comune accordo sulle misure da attuare in caso di problemi qualitativi o di fornitura.

2.2.4 Comportamento cooperativo

La correttezza comprende anche il comportamento rispetto al mercato e nei confronti della concorrenza. A tal fine il TRASFORMATORE deve cercare di favorire gli scambi di conoscenze ed esperienze con altre aziende e attuare misure di promozione della trasparenza ogniqualvolta sia possibile. Questo rafforza il movimento del Commercio Equo e Solidale.

2.3 Prezzi equo-solidali

I prezzi equo-solidali per i prodotti agricoli e le materie prime dovrebbero consentire ai PRODUTTORI di assicurarsi non solo il proprio sostentamento ma anche quello del proprio personale e dei membri del loro nucleo.

2.3.1 Prezzi minimi equo-solidali

Riguardo alla definizione dei prezzi, il TRASFORMATORE farà riferimento ai calcoli vigenti dei redditi di sussistenza specifici della propria regione, ove disponibili. Il prezzo equo-solidale deve in ogni caso consentire ai PRODUTTORI di pagare al proprio personale (anche in caso di lavoro stagionale) almeno il salario minimo nazionale previsto dagli Standard Naturland sociali. Il valore target è il salario di sussistenza.

Il parametro di riferimento è dato dalla media dei costi di produzione consueti nella regione o dei costi specifici dell'azienda. Inoltre, si tiene conto di un adeguato profitto (ricarico) per investimenti futuri e per il reddito equo.

Vengono applicate le seguenti procedure:

Nelle regioni economicamente svantaggiate:

a) In mancanza di dati sufficienti per calcolare i costi di produzione, *nelle regioni economicamente svantaggiate* può essere applicato come base per il calcolo del prezzo minimo equo-solidale il sistema internazionale del prezzo minimo garantito (Fairtrade Labelling Organizations FLO). Il calcolo deve essere di data non anteriore a tre anni. Se l'attuale prezzo del mercato mondiale per il prodotto è superiore al prezzo minimo secondo il Fair Minimum Price System (FLO) dovrà essere pagato il prezzo del mercato mondiale.

b) Se non esiste un prezzo minimo equo-solidale (Fair Minimum Price, FLO) attuale a livello internazionale per i prodotti biologici, viene pagato un prezzo superiore di almeno il 10% rispetto al prezzo di mercato locale.

Negli Stati membri dell'OCSE:

il calcolo del prezzo minimo equo-solidale negli Stati membri dell'OCSE si orienta alla media mobile di un quinquennio, nel terzo superiore dei prezzi medi di mercato per la qualità biologica. Inoltre, possono essere

pagate maggiorazioni fisse.

2.3.2 Definizione congiunta dei prezzi

I prezzi vengono stabiliti di comune accordo tra i PRODUTTORI e i TRASFORMATORE sulla base del prezzo minimo equo-solidale.

Il TRASFORMATORE non dovrà utilizzare un accordo sul pagamento di un prezzo equo-solidale per ridurre le condizioni di prezzo in altri accordi contrattuali o per compensarle in qualsiasi altro modo.

2.3.3 Premio equo

Il TRASFORMATORE deve pagare un premio equo ai PRODUTTORI che risiedono in regioni economicamente svantaggiate. In casi eccezionali, si può concordare che sia un'altra entità della catena di fornitura a pagare.

Se per un prodotto esiste un tasso minimo per il premio equo, introdotto a livello internazionale, almeno questo tasso verrà pagato ai PRODUTTORI. Se non esiste un tasso minimo verrà pagato, come parametro di riferimento, almeno il 10 % del prezzo "franco a bordo" (FOB "Free on Board") della merce agricola. Il premio equo è gestito democraticamente dai PRODUTTORI (cfr. capitolo III.1.3.2.).

2.3.4 Pagamento tempestivo

Deve essere garantito il pagamento puntuale del prezzo e del premio. Ciò significa che il pagamento del prezzo (o la differenza di prezzo in caso di pagamento anticipato) e del premio equo al PRODUTTORE da parte dell'acquirente deve avvenire in tempi brevi, al massimo entro 15 giorni dal ricevimento della merce. Un termine diverso può essere concordato per iscritto tra l'Acquirente e il PRODUTTORE. In questo caso, il pagamento deve essere effettuato entro 30 giorni da fine trimestre.

2.3.5 Prefinanziamento

I PRODUTTORI delle regioni economicamente svantaggiate, particolarmente deboli dal punto di vista finanziario o che non hanno accesso a prestiti bancari accettabili, hanno diritto a richiedere un prefinanziamento per i raccolti. Se le condizioni di cui sopra sono soddisfatte, deve essere concesso fino al 60% del volume dell'ordine. I tassi di interesse per il prefinanziamento non possono essere superiori a quelli per il rifinanziamento dei prestiti del TRASFORMATORE utilizzati a tale scopo. Il periodo per la restituzione viene stabilito per iscritto.

Il prefinanziamento può essere rifiutato nel caso in cui sussista un maggiore rischio che i PRODUTTORI non possano rispettare i termini di restituzione del credito ovvero non siano in grado di fornire le quantità concordate. In questo caso, l'acquirente, che dovrebbe fornire un prefinanziamento, deve segnalarlo a Naturland e indicare le motivazioni.

2.4 Trasparenza

La trasparenza a tutti i livelli è un requisito essenziale per i rapporti del commercio equo e solidale di Naturland e per creare una base di fiducia.

2.4.1 Divulgazione della struttura aziendale

I TRASFORMATORE rendono note a Naturland le loro partecipazioni societarie e le loro strutture proprietarie e forniscono il loro organigramma aziendale.

2.4.2 Trasparenza verso la clientela

Un rapporto corretto con la/il cliente si basa su una promessa di qualità corretta e veritiera.

Alle/ai clienti vengono fornite informazioni veritiere sul PRODUTTORE, sulla regione di origine e sui metodi di produzione da parte di tutte le entità di una filiera equo-solidale.

3. Requisiti per DISTRIBUTORI

3.1 Impegno per la società e l'ambiente

Il DISTRIBUTORE di prodotti certificati Naturland Fair partecipa attivamente alla promozione di un'economia equo-solidale e sostenibile. Questi si impegna pubblicamente nella sua dichiarazione di missione e lo evidenzia attraverso il suo impegno sociale. La base per la certificazione di Naturland Fair è una comprovata attività di Social Business.

3.1.1 Missione e strategia di attuazione per il commercio equo e solidale

In una dichiarazione di missione del commercio equo e solidale il DISTRIBUTORE definisce in forma scritta il modo in cui i principi del commercio equo e solidale di Naturland vengono praticati nella sua azienda. Questo documento illustra l'immagine del DISTRIBUTORE come Social Business e mostra come vengono messe in atto la trasparenza e la partecipazione. La dichiarazione di missione deve poter essere consultata dal pubblico. IL DISTRIBUTORE si impegna inoltre a rispettare le pratiche del commercio equo e solidale.

Con una strategia di implementazione il DISTRIBUTORE si adopera costantemente per sviluppare ulteriormente le proprie pratiche in relazione agli standard Naturland Fair pianificando e documentando, per un periodo di 3 anni, le misure/innovazioni realizzabili e concrete, con le quali può promuovere un miglioramento socio-ecologico per la comunità in generale. Questo processo rafforza la partecipazione del personale dipendente e la rispettiva consapevolezza della responsabilità condivisa nei confronti dell'azienda e dell'ambiente. Ciò può avvenire anche, ad esempio, nel contesto di Bilanci ecologici e Bilanci del Bene Comune.

Oltre a mettere in pratica i principi del commercio equo e solidale, il DISTRIBUTORE si assicura che il suo personale sia consapevole dei benefici del commercio equo e solidale.

3.1.2 Impegno per il bene comune

Con i prodotti certificati Naturland Fair il DISTRIBUTORE dimostra un alto livello di impegno sociale e sostiene attivamente i progetti orientati al bene comune. Impegnandosi, ad esempio, nella tutela concreta dell'ambiente, collaborando in associazioni di pubblica utilità e/o sostenendo iniziative ambientali, sanitarie, educative, sociali e culturali.

IL DISTRIBUTORE sostiene in particolare le aziende agricole Naturland in tutto il mondo, ad esempio per mezzo di filiere corte o con un fondo per progetti di agricoltura rurale. Inoltre, la comunicazione aziendale verrà integrata con attività formativa o promozionale per informare e aggiornare le consumatrici e i consumatori in merito alle relazioni commerciali e le partnership equo-solidali.

Anche i flussi finanziari e gli investimenti hanno una rilevanza sociale: nella fattispecie il DISTRIBUTORE può intensificare il proprio impegno sociale effettuando investimenti finanziari aziendali in linea con una strategia di "finanza etica/sostenibile". Ciò può avvenire, ad esempio, attraverso fornitori di servizi di capitale orientati al bene comune.

Il DISTRIBUTORE deve formare la consapevolezza ambientale di tutte le persone coinvolte nel processo operativo e perseguire costantemente l'obiettivo di miglioramenti ecologici. Il suo comportamento consapevole nei confronti dell'ambiente si riflette in obiettivi di gestione specifici in materia di prevenzione e smaltimento dei rifiuti, misure di risparmio energetico e di protezione ambientale, riduzione delle emissioni e protezione del clima.

3.1.3 Acquisto di materie prime e prodotti a livello regionale

I rapporti commerciali equo-solidali funzionanti si basano su strutture locali consolidate o in via di sviluppo, piuttosto che sull'intercambiabilità globale. Nell'acquisto di beni, mezzi di produzione e forniture energetiche si privilegiano le fonti regionali o rinnovabili, purché siano disponibili in base ai requisiti di quantità e qualità.

Se ciò è legato alla promozione dell'agricoltura rurale nelle regioni economicamente svantaggiate, l'approvvigionamento di materie prime in queste regioni può essere prioritario rispetto alla regionalità.

3.1.4 Struttura aziendale aperta

Il DISTRIBUTORE adotta un'adeguata politica di co-determinazione per coinvolgere il personale nei processi decisionali. A tal fine, nell'ambito di un continuo dialogo all'interno della sua organizzazione, verranno recepiti attivamente i suggerimenti del personale a tutti i livelli.

Il DISTRIBUTORE pratica il principio dell'inclusione, il che significa che nessuna persona all'interno dell'azienda deve essere esclusa, discriminata o svantaggiata.

3.2 Affidabilità e solidarietà

I rapporti commerciali con l'obiettivo di una partnership a lungo termine pongono le loro basi su dialogo, affidabilità e rispetto reciproco, contribuendo così a garantire a lunga scadenza una maggiore prevedibilità, sicurezza e stabilità per tutti i partner commerciali.

3.2.1 Contratti

Un contratto tra il DISTRIBUTORE e i suoi fornitori garantisce l'affidabilità dei rapporti commerciali e costituisce il quadro di riferimento per lo sviluppo del commercio dei prodotti Naturland Fair; Inoltre, include la definizione e il rispetto della data di pagamento, la durata del contratto commerciale, gli accordi contrattuali in caso di cessazione del rapporto commerciale, una definizione precisa del caso giuridico di "forza maggiore", un meccanismo di risoluzione delle controversie in caso di conflitti e il diritto di entrambe le parti contraenti di risolvere il contratto.

3.2.2 Rapporti commerciali a lungo termine

La cooperazione pluriennale incentrata sulla partnership è la base decisiva per rapporti commerciali equi. L'obiettivo dovrebbe quindi essere una cooperazione affidabile e a lungo termine che copra almeno 3 anni e comprenda sempre una pianificazione annuale e quantitativa congiunta.

3.2.3 Garanzia comune della qualità

Le misure di garanzia della qualità sono coordinate almeno una volta all'anno di comune accordo con il partner commerciale a monte della filiera del commercio equo e solidale. Occorre garantire una chiara comunicazione reciproca e una procedura definita di comune accordo sulle misure da attuare in caso di problemi qualitativi o di fornitura.

3.2.4 Comportamento cooperativo

La correttezza comprende anche il comportamento rispetto al mercato e nei confronti della concorrenza. L'impegno e l'attuazione pratica di pratiche di commercio equo e solidale svolgono un ruolo fondamentale in questo senso. A tal fine il TRASFORMATORE deve cercare lo scambio di conoscenze ed esperienze con altre aziende e attuare misure di promozione della trasparenza ogniqualvolta sia possibile. Questo rafforza il movimento del Commercio Equo e solidale.

3.3 Prezzi equo-solidali

I prezzi equi per i prodotti agricoli e le materie prime dovrebbero consentire ai PRODUTTORI di assicurarsi non solo il proprio sostentamento ma anche quello del proprio personale e dei loro soci.

3.3.1 Politica dei prezzi equa e trasparente

Attraverso la sua politica dei prezzi il DISTRIBUTORE garantisce che nelle aree a monte della catena di approvvigionamento di Naturland Fair possano essere pagati prezzi equi secondo gli Standard Naturland Fair (vedi sezioni III.1.3.1. e III.2.3.1.).

Le quotazioni sono trasparenti, eque e comprensibili per tutti i partner commerciali. Attraverso un dialogo regolare e l'adeguamento dei prezzi il DISTRIBUTORE si adopera per garantire che i redditi di sussistenza possano essere pagati sulla base dei calcoli specifici per ogni regione all'interno di catene di approvvigionamento equo e solidale.

3.3.2 Definizione congiunta dei prezzi

I prezzi vengono stabiliti di comune accordo tra PRODUTTORI, TRASFORMATORI e il DISTRIBUTORE sulla base del prezzo minimo garantito. L'obiettivo è quello di stabilire le quotazioni attraverso prezzi d'orientamento e regolamenti di adeguamento equi in accordi quadro congiunti che includano i PRODUTTORI, i TRASFORMATORI e il DISTRIBUTORE in questione². L'obiettivo è garantire un reddito e un salario di sussistenza alle aziende produttrici, alla mano d'opera stagionale e al personale dipendente.

² L'articolo 210a del Regolamento (UE) 2021/2117 sull'Organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli dell'UE (OCM) consente di derogare al divieto di cartello se nelle catene di approvvigionamento alimentare vengono perseguiti standard di sostenibilità che vanno oltre i requisiti di legge. In base al Regolamento, i progetti di sostenibilità possono essere implementati lungo l'intera catena di fornitura come "soluzione di settore" in conformità con la legge antitrust.

Il DISTRIBUTORE non dovrà utilizzare un accordo sul pagamento di un prezzo equo-solidale per ridurre le condizioni di prezzo in altri accordi contrattuali o per compensarle in qualsiasi altro modo.

3.3.3 Premio equo

Ai PRODUTTORI delle regioni economicamente svantaggiate deve essere riconosciuto un premio equo. Di norma, questo viene pagato da un TRASFORMATORE della filiera equo-solidale. In casi eccezionali, si può concordare che sia il DISTRIBUTORE a pagarlo. Se per un prodotto esiste un tasso minimo per il premio equo, introdotto a livello internazionale, almeno questo tasso verrà pagato ai PRODUTTORI. Se non esiste un tasso minimo verrà pagato, come parametro di riferimento, almeno il 10 % del prezzo “franco a bordo” (FOB “Free on Board”) della merce agricola.

Il premio equo è gestito democraticamente dai PRODUTTORI (cfr. capitolo III.1.3.2.).

3.3.4 Pagamento tempestivo

In caso di acquisto diretto da un'Organizzazione di Produttori Naturland Fair si applica il regolamento sul pagamento tempestivo di cui alla Parte III.2.3.4.

3.3.5 Prefinanziamento

In caso di acquisto diretto da PRODUTTORI di regioni economicamente svantaggiate, particolarmente deboli dal punto di vista finanziario o che non hanno accesso a prestiti bancari accettabili, su richiesta deve essere concesso il prefinanziamento per i raccolti (vedere le condizioni al punto III.2.3.5.).

3.4 Trasparenza

La trasparenza a tutti i livelli è un requisito essenziale per i rapporti del commercio equo e solidale di Naturland e per creare una base di fiducia.

3.4.1 Divulgazione della struttura aziendale

I DISTRIBUTORI comunicano a Naturland le loro partecipazioni societarie e le loro strutture proprietarie e forniscono il loro organigramma aziendale.

3.4.2 Trasparenza verso consumatrici e consumatori

Un rapporto corretto con la/il cliente si basa su una promessa di qualità corretta e veritiera. IL DISTRIBUTORE comunica in modo trasparente i principi etici del suo lavoro di pubbliche relazioni e pubblicità nella sua dichiarazione di missione.

Tutte le parti di una filiera equo-solidale forniscono alle consumatrici e ai consumatori informazioni veritiere sui PRODUTTORI, sulla regione di origine e sui metodi di produzione.

I margini della filiera di almeno un prodotto esemplare di Naturland Fair sono presentati in modo trasparente alle consumatrici e ai consumatori.

IV. Glossario

Termine tecnico	Definizione
Agricoltura rurale	<p>Ai fini dei presenti Standard, per agricoltura rurale si intende a livello mondiale una forma di agricoltura in cui l'azienda è gestita, nella maggior parte dei casi, da una famiglia o da una comunità. Agricoltura rurale non è un termine di chiara definizione, ma si contrappone all'agricoltura industriale, in cui la massimizzazione del profitto, la scalabilità e l'ottimizzazione sono spesso l'obiettivo principale, a prescindere dalle possibili conseguenze per l'ambiente, il suolo, gli animali o le persone. Integrandosi nei cicli economici regionali, l'agricoltura rurale contribuisce alla conservazione delle regioni rurali.</p> <p>L'agricoltura rurale nel Sud globale si riferisce a una forma di agricoltura praticata da piccole realtà agricole, aziende familiari e comunità. In generale, queste aziende rurali sono di piccole dimensioni (< 5 ettari) e con un basso fatturato annuo (< 25.000 euro), secondo il Regolamento biologico dell'UE (UE) 2018/848. Sono un'importante fonte per la sicurezza alimentare e il sostentamento di gran parte della popolazione locale.</p>
Azienda produttrice	Le aziende produttrici comprendono agricoltrici e agricoltori, aziende agricole, giardiniere/i, viticoltrici/ori, apicoltrici/ori, acquacoltrici/ori, raccoglitrici/ori e operatrici/ori forestali.
Certificazione del prodotto	La certificazione Naturland Fair è una certificazione di prodotto. Ciò significa che controlla il rispetto degli Standard Naturland Fair lungo l'intera catena di fornitura di un prodotto e con il marchio Naturland Fair ne fornisce una prova visibile. Naturland Fair pone espressamente l'accento sul valore aggiunto e sulle catene di fornitura equo-solidali e quindi segue il prodotto dal campo all'acquirente finale.
Costi di produzione	Costi sostenuti per la produzione di un prodotto, ossia i costi agricoli per la manodopera e il personale dipendente, i terreni e i mezzi di produzione.
Economia/Bilancio del Bene Comune	<p>L'Economia del Bene Comune (ECG) è un "modello economico che si prefigge di creare una cultura economica etica". In alternativa all'attuale concezione dell'economia, si basa sui valori di dignità umana, responsabilità ecologica, solidarietà, giustizia sociale, codeterminazione dei lavoratori e trasparenza. Le organizzazioni orientate al bene comune allineano le loro attività a questi valori.</p> <p>Il Bilancio del Bene Comune (BBC) è uno strumento di valutazione per persone private, Comuni, aziende e istituzioni per attestare l'impatto positivo di tali entità sul bene comune.</p>
Fairtrade Labelling Organizations (FLO)	<p>L'associazione tedesca Fairtrade Labelling Organizations (FLO) International ha sviluppato diversi standard per il commercio equo e solidale.</p> <p>FLOCERT GmbH è la società che si occupa di ispezione e certificazione.</p>
Finanza etica/sostenibile	Finanza etica (o "finanza equo-solidale" o "finanza sostenibile") definisce l'uso responsabile del denaro, ad esempio investendo con banche etiche o investendo in attività finanziarie i cui fondi non vengano utilizzati in processi economici che implicino violazioni dei diritti umani e del lavoro, inquinamento ambientale, corruzione o produzione di armi.
Forme di agricoltura socialmente innovative	Includono, ad esempio, l'agricoltura sociale e solidale. La prima è la combinazione di agricoltura e lavoro sociale, in cui vengono create offerte per persone con esigenze speciali. Le fattorie diventano luoghi di terapia o di apprendimento, mentre agricoltrici e agricoltori possono diversificare il loro reddito. È così che l'agricoltura incontra l'imprenditoria sociale. Con l'agricoltura solidale si forma una comunità economica tra l'azienda orticola e le consumatrici e i consumatori, in cui vengono condivisi i costi, i rischi e il raccolto del lavoro agricolo. L'obiettivo è raggiungere l'indipendenza dalle pressioni del mercato e creare un settore agricolo fervido e responsabile.
Forum Fairer Handel (FFH)	Il Forum Fairer Handel (FFH) è dal 2002 l'organizzazione ombrello e la voce politica del commercio equo e solidale in Germania a cui aderisce anche Naturland e.V.
Maggiorazioni fisse	Le maggiorazioni fisse sono una prestazione aggiuntiva su base volontaria che può essere corrisposta ai produttori dei Paesi OCSE.
Nord globale - Sud globale	I termini Nord globale e Sud globale intendono descrivere la situazione dei Paesi del mondo globalizzato in un modo che sia il più possibile libero da pregiudizi e da gerarchie (anche se si critica il fatto che ciò non sia riuscito) al fine di evidenziare rapporti di disuguaglianza e dipendenza. I termini vanno pertanto intesi solo in misura

Termine tecnico	Definizione
	limitata in senso geografico. I Paesi del Sud globale sono quindi politicamente, economicamente o socialmente svantaggiati (vedi anche Paesi economicamente svantaggiati). I Paesi del Nord globale, invece, si trovano in una posizione privilegiata in termini di prosperità, libertà politica e sviluppo economico.
OCSE	L'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (in inglese: <i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i> ; OCSE) è un'organizzazione internazionale con 34 Paesi membri che si occupa del coordinamento delle politiche economiche. L'OCSE si basa su principi democratici e di economia di mercato. È nata nel 1961 dalla OECE, che a partire dal 1948 ha realizzato i piani per la ricostruzione economica (piano Marshall) rafforzando la collaborazione in Europa.
Pratiche di commercio equo e solidale	Sulla base delle esperienze esistenti e sempre più preoccupanti della pratica commerciale, il network tedesco "Economia di mercato equa ed ecologica" (FÖM) ha formulato cinque pratiche commerciali di base per una gestione equa del commercio: 1) I termini dei contratti concordati sono formulati in modo chiaro e comprensibile e sono concordati da entrambe le parti contrattuali su un piano di parità e in uno spirito di partnership. 2) Aziende produttrici e distributrici contribuiscono in egual misura ai costi di introduzione e implementazione degli Standard sociali e di sostenibilità, che fungono da base per le attività commerciali comuni. 3) Ogni azienda si assume il rischio economico della propria area di business sotto la propria responsabilità. 4) Gli investimenti per la propria azienda sono a carico di ciascun partner contrattuale. I contributi agli investimenti vengono concordate solo su una base di partnership, nell'interesse di entrambe le parti. I contratti sono privi di formulazioni che comportino oneri unilaterali per una delle parti.
Prezzi d'orientamento	I prezzi d'orientamento si riferiscono alla determinazione dei prezzi pagati dal primo acquirente al produttore. Hanno un carattere di prezzo di riferimento (funzione di indicatore) rispetto ai margini fissi e mirano a influenzare il comportamento delle aziende rispetto ai prezzi.
Prezzo FOB	<i>Free on Board</i> si riferisce a un tipo di spedizione nella quale l'entità venditrice si occupa delle formalità relative all'esportazione, mentre l'acquirente si accolla il trasporto della merce sulla base di un apposito contratto. <i>Free on Board</i> si riferisce a una formula contrattuale degli Incoterms (<i>International Commercial Terms</i>) per le transazioni commerciali con l'estero.
Reddito di sussistenza	Per reddito di sussistenza si intende il reddito di un'agricoltore o un agricoltore derivante dalla vendita dei propri prodotti e sufficiente, in un determinato luogo, a garantire a tutti i membri della famiglia un tenore di vita dignitoso. Esso include cibo, acqua, alloggio, istruzione, assistenza sanitaria, trasporti, abbigliamento e altri bisogni essenziali, compresa la preparazione ad eventi imprevisti (come definito dall'Iniziativa per le Filiere Agricole Sostenibili).
Regioni economicamente svantaggiate	Per regioni economicamente svantaggiate si intende l'elenco dei Paesi dell'Organizzazione Internazionale per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), che definisce i Paesi per i quali i flussi finanziari sono riconosciuti come Aiuto Pubblico Allo Sviluppo (Development Assistance Committee (DAC) List of Official Development Assistance Recipients (ODA)).
Salario di sussistenza	Il salario di sussistenza è la retribuzione che una/un dipendente riceve per una normale settimana lavorativa in un determinato luogo e che è sufficiente a garantire un tenore di vita dignitoso per sé e per la propria famiglia. Esso include cibo, acqua, alloggio, istruzione, assistenza sanitaria, trasporti, abbigliamento e altri bisogni essenziali, compresa la copertura di eventi imprevisti (secondo la definizione della <i>Global Living Wage Coalition</i>).
Sistema di prezzi minimi garantiti (FLO)	Per molti alimenti del commercio equo e solidale esiste un prezzo minimo stabilito dall'associazione Fairtrade Labelling Organizations (FLO) che deve essere pagato alle coltivatrici e ai coltivatori dal primo acquirente di un prodotto. L'obiettivo è coprire i costi di produzione delle aziende produttrici e assorbire le fluttuazioni dei prezzi sul mercato globale. Se a causa delle fluttuazioni dei prezzi per un determinato prodotto il prezzo del mercato mondiale è superiore al prezzo minimo equo, l'acquirente deve pagare il prezzo più alto del mercato mondiale.

Termine tecnico	Definizione
Social Business	<p>Anche: Imprenditorialità sociale, Social Entrepreneurship</p> <p>L'obiettivo primario di un Social Business (in italiano: impresa sociale) è la soluzione di sfide sociali in campo sociale o ecologico. Questo obiettivo viene raggiunto grazie all'utilizzo continuo di risorse imprenditoriali e si traduce in soluzioni nuove e innovative. Nasce dall'interazione di tre dimensioni: la dimensione sociale (risolvere le sfide sociali come obiettivo primario), la dimensione imprenditoriale (approccio imprenditoriale, innovazione nonché strutture di finanziamento sostenibile e stabile) e la dimensione di governance (che include processi decisionali democratici, trasparenza e obiettivi d'impatto garantiti) (come definito dall'associazione tedesca "Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland" e.V.).</p>
Trasformazione per conto terzi/trasformatore per conto terzi	<p>Le trasformazioni per conto terzi sono fasi o attività esternalizzate (lavorazione, stoccaggio, trasformazione o trasporto) dei prodotti certificati Naturland Fair che il partner Naturland commissiona a terze parti ovvero che non svolge nella propria azienda.</p>

Naturland

Verband für ökologischen Landbau e.V.
Kleinhaderner Weg 1
82166 Gräfelfing | Germania

Tel. +49 (0)89-898082 - 0
Fax +49 (0)89-898082 - 90

naturland@naturland.de
www.naturland.de

Presidio: Eberhard Räder*, Moritz Reimer*, Udo Rumpel*, Jörg Hansen, Isabell von Oertzen, Zeno Plattl-Fünfkirchen
(* Presidio al sensi del § 26 BGB)

registrata come organizzazione no-profit - Vereinsregister AG München VR10697, Sitz: München - USt-ID-Nr: DE152124581



Naturland