



Fairtrade Italia

società Cooperativa Impresa Sociale

REGOLAMENTO V.01

PER IL COINVOLGIMENTO
DI LAVORATORI E UTENTI
NELL'IMPRESA SOCIALE

Indice

Premessa.....	3
Titolo I – Informazione.....	4
1. Finalità/obiettivi.....	4
2. Periodicità.....	4
3. Destinatari.....	4
4. Definizione dei contenuti dell'informazione.....	6
5. Modalità di condivisione ai destinatari e messa a disposizione delle informazioni.....	7
6. Raccolta feedback (legati alla modalità informativa).....	7
Titolo II – Consultazione e partecipazione.....	8
7. Finalità/obiettivi.....	8
8. Periodicità.....	8
9. Destinatari.....	8
10. Attività di coinvolgimento.....	9
11. Modalità di partecipazione.....	10
12. Altre modalità di confronto e partecipazione.....	12
Titolo III – Informazione e coinvolgimento di altri portatori di interesse.....	13
13. Cittadini consumatori.....	13
14. Informazione ai Cittadini Consumatori.....	13
15. Ascolto e coinvolgimento dei Cittadini Consumatori.....	14
Titolo IV – Disposizioni generali e finali.....	15
16. Monitoraggio.....	15
17. Contatto di riferimento.....	15
18. Modifiche ed entrata a regime del regolamento.....	16

Premessa

Il presente regolamento è adottato in applicazione di quanto previsto dall'art. 11 del Decreto Legislativo 3 luglio 2017 n. 112, in conformità alle relative Linee guida applicative di cui al Decreto 7 settembre 2021 e successive modifiche e/o integrazioni.

Scopo del presente regolamento è di individuare e definire le modalità di coinvolgimento alle attività di Fairtrade Italia dei Lavoratori, degli utenti e degli altri soggetti direttamente interessati dalle attività sociali, cosiddetti stakeholders significativi.

L'uso del genere maschile e del "maschile non marcato" per indicare gli stakeholders significativi nel presente Regolamento, è da intendersi riferito a entrambi i generi - risponde pertanto solo ad esigenze di semplicità del testo.

La Cooperativa Fairtrade Italia fin dalle sue origini ha sempre sostenuto l'importanza del coinvolgimento dei cosiddetti stakeholders nelle attività sociali, e facilita da tempo le diverse occasioni di informazione, consultazione e partecipazione dei suoi diretti interlocutori alle varie iniziative condivise e di incontro, un coinvolgimento che si esplicita in particolar modo quando sono da intraprendere iniziative di rilevanza strategica per la Cooperativa stessa. Anche se da tempo questa prassi è consolidata, in applicazione di quanto richiesto dalla normativa vigente per le Imprese Sociali, con il presente regolamento Fairtrade Italia provvede ad adempiere alle richieste normative e insieme strutturare e codificare con più efficacia le iniziative che già fanno parte del percorso e della vita della Cooperativa, anche eventualmente integrandole con le necessità di legge.

Il presente regolamento definisce pertanto le occasioni e modalità con cui Fairtrade Italia si relaziona con Lavoratori, utenti e altri stakeholder significativi, coinvolgendoli in momenti di informazione strutturati riguardo agli obiettivi delle attività e delle iniziative sociali, in occasioni di consultazione e di diretta partecipazione alla vita della Cooperativa, anche codificandola in luoghi e tempi dedicati. In questo modo la Cooperativa, in quanto Impresa Sociale, vuole creare specifici contenitori in cui gli stakeholder possano esprimere la loro posizione ed esercitare un'influenza sulle decisioni.

La Cooperativa si prefigge lo scopo di individuare tali occasioni di incontro secondo l'adeguatezza e l'efficacia richieste dalla norma di legge, mettendo insieme gli interessi dell'Impresa Sociale con quelli degli stakeholder significativi. A questo scopo, sono previste periodiche occasioni di informazione sull'andamento effettivo e prevedibile dell'attività di Fairtrade Italia, sulla natura e qualità dei beni e servizi erogati, sulla situazione economica ed occupazionale della Cooperativa, sulle eventuali criticità segnalate dall'organo di controllo interno e sulle decisioni che portano cambiamenti significativi e rilevanti sulle condizioni di Lavoratori, utenti e altri diretti interessati.

Il coinvolgimento, secondo quanto espresso dalle relative Linee Guida di cui al DM 7 settembre 2021, si esprime in due modalità:

- **informazione**, intesa come messa a disposizione di informazioni rilevanti sia generiche che specifiche in base ai destinatari, garantendone l'adeguatezza e l'accessibilità;
- **consultazione**, intesa come partecipazione alle attività sociali, agli eventi e alle assemblee (nonché eventualmente agli altri organi sociali secondo quanto previsto dalla normativa vigente) attraverso la nomina di rappresentanti, e come possibilità di esprimere proposte o pareri – non vincolanti, secondo criteri di regolarità ed effettività della partecipazione.

TITOLO I – INFORMAZIONE

1. Finalità/ obiettivi

Secondo quanto previsto dalla normativa, l'attività di informazione dovrà avere contenuti adeguati ed eventualmente specifici.

Le modalità con cui è predisposta assicurano pertanto ai destinatari la possibilità di prendere in esame in modo adeguato e approfondito le informazioni ricevute, e di poter formulare proposte e/o pareri non vincolanti destinati all'organo amministrativo.

2. Periodicità

I contenuti informativi previsti al punto 4 sono messi a disposizione dei relativi destinatari con cadenza almeno annuale. Specifici materiali e strumenti informativi possono essere messi a disposizione con cadenza diversa e più ravvicinata in base a valutazione strategica delle necessità comunicative e/o operative, oppure in base alla rilevanza specifica delle informazioni in riferimento alla categoria di destinatari.

3. Destinatari

I soggetti individuati per le finalità informative di cui al punto 1, e in quanto destinatari diretti della attività di Fairtrade Italia sono:

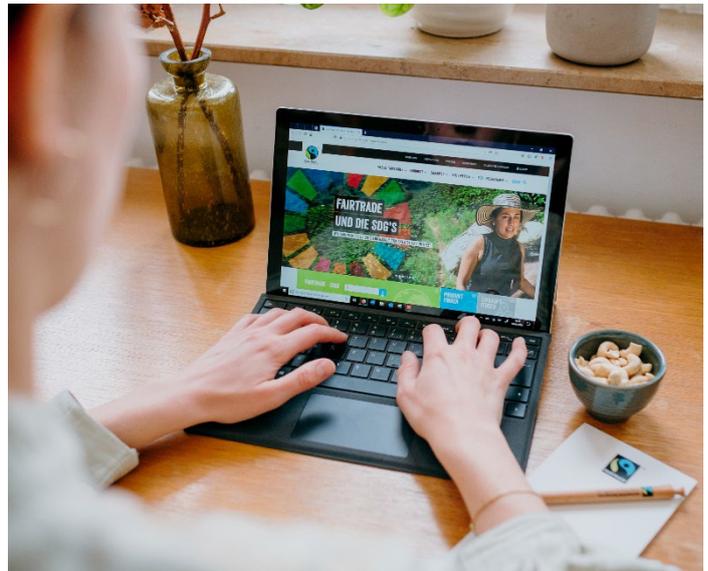
- A. Lavoratori
- B. Fairtrade International (Sistema Internazionale Fairtrade)
- C. Clienti e Partner commerciali

A. **I LAVORATORI** sono le persone che con il loro apporto duraturo e continuativo collaborano stabilmente nell'organizzazione delle attività dell'Impresa, e sono pertanto specificamente interessati a tematiche quali sicurezza e salute sul lavoro (per aspetti eventualmente ulteriori rispetto agli adempimenti di legge già garantiti), welfare aziendale, qualità di vita in azienda, iniziative per la conciliazione vita-lavoro ed il benessere organizzativo. Sono interessati altresì alle tematiche operative e strategiche



riguardanti l'attività economica e istituzionale, nonché la sostenibilità finanziaria della Cooperativa, in quanto Direzione e Organo Amministrativo si avvalgono costantemente dell'apporto sostanziale dei Lavoratori nel definire obiettivi e i piani di sviluppo aziendali.

B. FAIRTRADE INTERNATIONAL: Fairtrade International è un'associazione senza scopo di lucro e multi-stakeholder i cui membri sono più di 25 Organizzazioni Nazionali di Licensing e/o Marketing e 3 Networks dei Produttori (rappresentanti le tre aree geografiche di Africa, Asia e America Latina). Fairtrade International coordina le attività per le sue organizzazioni associate e possiede i Marchi Fairtrade. Tutti i membri del sistema internazionale e le organizzazioni di produttori certificati partecipano al processo decisionale di Fairtrade International attraverso rappresentanti nel Consiglio di Amministrazione e nell'Assemblea Generale di Fairtrade.



Il Sistema Internazionale Fairtrade è interessato in particolare all'andamento delle attività sia economiche che istituzionali, i risultati raggiunti e preventivati (inclusi i dati di bilancio e di budget) e ai piani di sviluppo delineati dalla Cooperativa. Fairtrade International stabilisce modalità e tempistiche regolari di rendicontazione in merito da parte delle sue associate, inclusa Fairtrade Italia.



C. I CLIENTI E PARTNER COMMERCIALI

sono le imprese che si avvalgono dei servizi dell'Impresa Sociale, sia dal punto di vista della licenza del marchio, sia per quanto riguarda le iniziative di partnership e comunicazione. Sono interessati a ricevere informazioni relative alle filiere, agli aggiornamenti del sistema, alle possibili iniziative di collaborazione, alla qualità e all'innovazione dei servizi che Fairtrade Italia promuove, sviluppa e comunica.

I produttori dei paesi di origine delle materie prime Fairtrade, e le loro organizzazioni e comunità sono collocati al centro del Sistema Internazionale Fairtrade (in quanto beneficiari ultimi dei risultati derivanti dalle attività di commercio equo, nonché dalla certificazione ed etichettatura di prodotti di commercio equo). Non sono stati elencati al punto 3.1, perché non sono utenti diretti di Fairtrade Italia. Partecipano invece ai processi di

informazione, consultazione e decision-making all'interno del Sistema Internazionale Fairtrade attraverso propri rappresentanti negli organismi direttivi internazionali (Board e Assemblea Generale), oltre a tutti i gruppi di lavoro e strategici individuati a livello internazionale, come previsto dalla Constitution di Fairtrade International.

4. Definizione dei contenuti dell'informazione

L'informazione ha ad oggetto prima di tutto i contenuti generali relativi a Fairtrade Italia in quanto Impresa Sociale ovvero in generale:

- Report Annuale di attività di Fairtrade Italia; informazioni periodiche sull'andamento economico effettivo e prevedibile delle attività di servizio di Fairtrade Italia; proiezioni di budget, reportistica sull'andamento delle vendite dei prodotti finiti e delle materie prime Fairtrade in Italia; andamento trimestrale e annuale dei diritti di licenza per l'uso del Marchio Fairtrade;
- Rendicontazione periodica e annuale su attività di cooperazione allo sviluppo svolte da Fairtrade Italia s.c.
- Informativa societaria (bilancio di esercizio, relazione revisore e verbale assemblea di bilancio); regolamenti sociali, codice di condotta adottato e policy relative; situazione occupazionale;
- Informative e aggiornamenti sul Sistema Internazionale Fairtrade, sul mercato Fairtrade, sulle aree di produzione delle materie prime Fairtrade, e sulle attività di sensibilizzazione e promozione messe in campo da Fairtrade Italia (tramite sito internet, blog e social networks aziendali)
- Comunicazioni commerciali, advertising dedicato, risultati indagini di mercato, aggiornamenti sui paesi produttori e cooperative di produzione, sugli eventuali prodotti innovativi e sulle relative attività di certificazione;
- risultanze del monitoraggio svolto dal Collegio Sindacale ed eventuali criticità;
- esiti dell'attività di vigilanza prevista per le Imprese Sociali e Società cooperative ed eventuali criticità;



Potranno essere individuati ulteriori contenuti specifici, anche differenziati, indirizzati alle diverse categorie di destinatari, a seconda dell'interesse/esigenza informativa e del target di riferimento:

- (Clienti e Partner commerciali) newsletter dedicata; comunicazione social B2B; database condivisi; workshop di formazione e aggiornamento dedicati; informative di prodotto e brochure B2B; formazione e informazione promoter; business trip di conoscenza diretta delle organizzazioni di produttori nei paesi di origine delle materie prime;
- (Fairtrade International) reportistica inerente alle attività di Fairtrade Italia, condivisa con il Sistema Internazionale Fairtrade, in occasione di Forum Direttori, Assemblea Generale, Workshop periodici e meeting di settore, incontri bilaterali; nonché tramite mailing list e database condivisi;
- (Lavoratori) report attività presentati agli Staff Meeting; comunicazione del Direttore e del Presidente a seguito delle riunioni del Consiglio di Amministrazione, dell'Assemblea o dei meeting

direttivi internazionali; informative sindacali inerenti in particolare la contrattazione collettiva, il welfare aziendale e la sicurezza sul lavoro.

Saranno oggetto di informazione specificatamente dedicata le iniziative o decisioni aziendali che comportino variazioni significative e rilevanti cambiamenti per i destinatari interessati, quali a titolo esemplificativo:

- modifiche statutarie rilevanti che riguardino lo scopo/oggetto sociale o la governance, capaci di incidere di riflesso anche sui destinatari;
- (per i Lavoratori) organizzazione e condizioni di lavoro, contratti, salute e sicurezza sul lavoro, contrattazione aziendale, welfare aziendale;
- (per gli utenti) qualità e innovazioni migliorative di prodotto o nei servizi offerti di portata in termini di impatto particolarmente significativa sugli utenti stessi.

5. Modalità di condivisione ai destinatari e messa a disposizione delle informazioni

Le informazioni pubbliche sono accessibili tramite consultazione del sito internet di Fairtrade Italia (www.fairtrade.it), blog di discussioni anche distinte per settori/tematiche di interesse, social networks aziendali attivi (all'interno del sito web ci sono specifiche sezioni dedicate alla consultazione di documenti e materiali: "Materiali" e "Bilanci e Trasparenza / I nostri Progetti").

Essenziali anche le informazioni accessibili tramite consultazione diretta del sito internet di Fairtrade www.fairtrade.net e dell'organismo certificatore www.flocert.net.

Ulteriori canali informativi telematici distinti dai siti internet sono i Social network aziendali e le newsletter dedicate. Documenti elettronici di presentazione su tematiche specifiche vengono realizzati e condivisi con il pubblico in occasione di incontri di lavoro, formazione, divulgazione.

In ogni caso, come previsto dalle Linee Guida, le informazioni aziendali, una volta organizzate e prodotte, sono archiviate e rese accessibili anche presso la sede legale in modalità elettronica, e se necessario tramite stampa cartacea, attraverso una consultazione a richiesta dell'interessato, eventualmente distinta per categoria di pubblico.

L'interessato può presentare domanda di accesso inviando apposita email di richiesta all'indirizzo email indicato al successivo punto 2 del Titolo III, specificando i dati identificativi, tipologia di soggetto richiedente e l'oggetto dell'interesse di informazioni. L'accesso alle informazioni sarà disponibile entro i 15 giorni successivi al ricevimento della richiesta da parte di Fairtrade Italia, con orari e modalità da concordarsi compatibilmente con l'organizzazione della struttura amministrativa.

6. Raccolta feedback (legati alla modalità informativa)

La pubblicazione delle informazioni messe a disposizione prevede anche strumenti o occasioni di raccolta feedback. La Cooperativa infatti richiede espressamente ai destinatari un riscontro rispetto ai contenuti informativi, come prima attività di coinvolgimento e in aggiunta rispetto alle attività più strutturate e di partecipazione a eventi/assemblee disciplinate nel Titolo successivo.

Le sollecitazioni dagli interlocutori più significativi vengono raccolte attraverso le seguenti modalità:

Utenti Commerciali potenziali: sezione per le "Aziende" del sito internet <https://www.fairtrade.it/per-le-aziende/> "Collabora con noi" (Contattaci)

Clienti, Partner commerciali, organismi internazionali Fairtrade, Lavoratori: contatti diretti elettronici e telefonici dei referenti; mailing list; survey tematiche se ritenuto necessario dal punto di vista operativo e strategico.

A fronte delle azioni di raccolta di valutazioni o pareri su specifiche tematiche i risultati saranno condivisi con le categorie interessate, che potranno quindi esprimere proposte o pareri nelle sedi indicate dal successivo Titolo II.

TITOLO II – CONSULTAZIONE E PARTECIPAZIONE

7. Finalità/obiettivi

La consultazione e la partecipazione avvengono con modalità che possano favorire la partecipazione e la possibilità di influire sulle decisioni dell'Impresa. L'impresa assicura la regolarità temporale dei meccanismi di consultazione, per stimolare il senso di appartenenza e la conoscenza degli strumenti, in modo da promuovere un'effettiva partecipazione e da garantire la possibilità di effettiva rappresentanza degli interessi degli interlocutori coinvolti nell'Impresa sociale.

Sarà quindi attivato il dialogo con le rappresentanze dei soggetti interessati ma potrà anche essere favorita una modalità di consultazione più ampia e/o più diretta e immediata, a seconda di specifiche tematiche o situazioni valutate più generali, eventualmente anche con modalità telematiche.

8. Periodicità

Le attività di consultazione e partecipazione previste al punto 10 hanno cadenza almeno annuale. Specifiche occasioni e attività possono essere proposte con cadenza diversa e più ravvicinata in base alla valutazione strategica delle necessità di consultazione.

9. Destinatari

I soggetti individuati per le finalità di cui al punto 7, e in quanto destinatari diretti dell'attività di Fairtrade Italia sono:

- A. Lavoratori
- B. Fairtrade International (Sistema Internazionale Fairtrade)
- C. Clienti e Partner commerciali

Le categorie sono le medesime indicate come destinatari dell'attività di informazione di cui al precedente Titolo I.

I produttori dei paesi di origine delle materie prime Fairtrade, e le loro organizzazioni e comunità sono collocati al centro del Sistema Internazionale Fairtrade (in quanto beneficiari ultimi dei risultati derivanti

dalle attività di commercio equo, nonché dalla certificazione ed etichettatura di prodotti di commercio equo). Non sono stati elencati al punto 3.1, perché non sono utenti diretti di Fairtrade Italia. Partecipano invece ai processi di informazione, consultazione e decision-making all'interno del Sistema Internazionale Fairtrade attraverso propri rappresentanti negli organismi direttivi internazionali (Board e Assemblea Generale), oltre a tutti i gruppi di lavoro e strategici individuati a livello internazionale, come previsto dalla Constitution di Fairtrade International.

10. Attività di coinvolgimento

Fairtrade Italia individua i seguenti momenti di incontro, informazione e ascolto degli utenti di cui al punto 9:

- **Assemblea Sociale convocata in occasione dell'approvazione del bilancio d'esercizio** (luogo privilegiato di confronto tra base sociale e organo amministrativo con rappresentanti dei Lavoratori e del Sistema Internazionale Fairtrade; ma il cui accesso è eventualmente garantito anche a Clienti e Partner commerciali nelle modalità di cui al punto 5);
- **Annual Report Meeting**, incontro annuale dedicato in particolare ai Clienti e Partner commerciali, per la presentazione dei risultati economici dell'attività, nonché per l'aggiornamento e la discussione riguardanti tematiche strategiche.



In occasione di questi due eventi i destinatari di cui al punto 9 possono:

- A- ESERCITARE IL DIRITTO DI INTERVENTO, senza diritto di voto;
- B- PRESENTARE PROPOSTE eventualmente emergenti;
- C- ESPRIMERE PARERI NON VINCOLANTI sulle materie oggetto di informazione.
- D-

Circostanze eccezionali. In aggiunta a questi eventi svolti con regolare cadenza ordinaria, i destinatari di cui al punto 9 dovranno essere consultati nelle assemblee quando si verificano circostanze eccezionali che vadano ad incidere notevolmente sui relativi interessi, e più in particolare in caso di delocalizzazione, trasferimento, chiusura di sedi o unità produttive, licenziamenti collettivi, rilevanti modifiche statutarie che riguardino variazioni delle attività di interesse generale, modifiche sulla distribuzione degli utili, rinuncia alla qualifica di Impresa Sociale, modifiche alla disciplina del coinvolgimento oggetto del presente regolamento. In questi casi i rappresentanti dovranno essere specificamente consultati sui punti all'ordine del giorno riguardanti i temi sopra indicati. Il consiglio di amministrazione della Cooperativa deve richiedere il loro parere obbligatorio (non vincolante) e deve fornire adeguata motivazione in caso di mancata adesione al parere così espresso.

In caso di superamento dei previsti limiti di legge, i rappresentanti dei Lavoratori ed eventualmente degli altri destinatari di cui al punto 9 hanno altresì il diritto di nominare un rappresentante nell'organo di amministrazione e nell'organo di controllo dell'impresa sociale. Tale nomina avverrà secondo le modalità che saranno previste e meglio specificate in apposita appendice attuativa del presente Regolamento.

• Modalità di partecipazione

ASSEMBLEA ORDINARIA



I rappresentanti prendono parola all'evento per Alzata di Mano.

L'espressione del loro parere (non vincolante) è obbligatorio nei casi previsti dal precedente punto 10 "circostanze eccezionali".

Le proposte o pareri saranno verbalizzati. L'organo amministrativo è tenuto a dare adeguata motivazione, per iscritto, in caso di mancata adesione al parere espresso in sede di evento.

Lavoratori

Ai Lavoratori e alle lavoratrici sarà data comunicazione dell'organizzazione dell'Assemblea con almeno 60 giorni di preavviso rispetto all'evento stesso, tramite informativa interna via posta elettronica da parte della Cooperativa.

I Lavoratori avranno 15 gg di tempo per nominare eventualmente un rappresentante, inviando il nominativo prescelto via posta elettronica o per iscritto e/o in forma cartacea o comunque in una modalità che assicuri la tempestiva ed efficace informazione, all'indirizzo email della Cooperativa indicato al Titolo IV punto 2. La comunicazione dovrà pervenire alla Cooperativa con almeno 15 giorni di anticipo rispetto alla data di convocazione, così da consentire alla Cooperativa di organizzare la partecipazione all'assemblea stessa. Il rappresentante potrà coincidere con il rappresentante sindacale dei Lavoratori.

I Lavoratori potranno anche scegliere di essere rappresentati dai Quadri aziendali.

Sarà cura della Cooperativa convocare il rappresentante/i rappresentanti all'assemblea, con le stesse modalità e tempi previsti dallo statuto per la convocazione dei soci all'assemblea.

Il rappresentante/i rappresentanti dei Lavoratori, coadiuvato/i dalla Direzione e dall'Amministrazione, invieranno ai Lavoratori copia della documentazione che verrà presentata in assemblea, con le stesse tempistiche previste per i soci, e raccoglieranno dagli stessi feedback o quesiti da porre in assemblea, con la modalità che riterranno più opportuna (riscontro per iscritto, questionario, riunione).

La rappresentanza formale in assemblea non preclude al resto dei Lavoratori di presenziare come uditori.

Fairtrade International (Sistema Internazionale Fairtrade).

A Fairtrade International sarà data comunicazione dell'organizzazione dell'Assemblea con almeno 30 giorni di preavviso rispetto all'evento stesso, tramite informativa via posta elettronica da parte della Cooperativa.

Sarà cura della Cooperativa convocare Fairtrade International, nella persona del legale rappresentante, con le stesse modalità e tempi previsti dallo statuto per la convocazione dei soci all'assemblea.

Il legale rappresentante potrà dare delega di partecipazione a un componente dello staff esecutivo di Fairtrade International o ad un altro rappresentante del Sistema Internazionale Fairtrade, e ne informerà Fairtrade Italia con le stesse modalità richieste ai soci.

Il legale rappresentante o suo delegato, riceveranno copia della documentazione che verrà presentata in assemblea, con le stesse tempistiche previste per i soci.

Clienti e Partner commerciali.

L'Ordine del Giorno dell'Assemblea Ordinaria dovrà prevedere un momento dedicato all'incontro e al confronto tra la base sociale e i Clienti e Partner commerciali, con focus non solo sugli aspetti di sostenibilità finanziaria e di governance presentati in Assemblea, ma eventualmente anche su tematiche ritenute strategiche per lo sviluppo delle attività istituzionali di Fairtrade Italia.

Per questa categoria di destinatari non si prevede di attivare uno specifico meccanismo di rappresentanza, che sarebbe difficile da strutturare, a causa dell'estrema eterogeneità dei soggetti che compongono la categoria stessa e della difficoltà aggiuntiva di relazione tra di loro data dagli aspetti di competizione sul mercato.

Ai Clienti e Partner commerciali sarà data quindi comunicazione dell'organizzazione dell'Assemblea con almeno 30 giorni di preavviso rispetto all'evento stesso, tramite informativa via posta elettronica da parte dell'azienda, in modo che sia garantita la tempestiva ed efficace informazione dell'evento.

Sarà cura della Cooperativa convocare Clienti e Partner commerciali tramite posta elettronica certificata, con gli stessi tempi previsti dallo statuto per la convocazione dei soci all'assemblea. Fairtrade Italia chiederà ai Clienti e Partner commerciali di inviare conferma scritta di partecipazione all'assemblea. Le modalità e le tempistiche di conferma saranno esplicitate nella comunicazione di cui sopra.

Si evidenzia per completezza che meccanismi di rappresentanza degli interessi dei Clienti e Partner commerciali sono assicurati anche dalla presenza nella base di sociale di Fairtrade Italia di organizzazioni che rivestono il ruolo di aziende licenziate dei Marchi Fairtrade.

ANNUAL REPORT MEETING

Si tratta di un evento ad invito, esteso a tutti i soggetti che compongono la categoria, senza meccanismi di rappresentanza poiché la partecipazione è diretta. L'invito è esteso a tutti i contatti aziendali di riferimento per le diverse Unità operative di Fairtrade Italia (Direzione, Ufficio commerciale, Ufficio comunicazione, Ufficio Progetti) e in mancanza di contatti specifici, al legale rappresentante dell'azienda.

La Cooperativa darà comunicazione preliminare (data, luogo e titolo dell'evento)

con almeno 30 giorni di preavviso rispetto all'evento stesso, tramite invio di un "Save the Date" per posta elettronica, utilizzando servizi professionali di mailing list, ed eventualmente invito o promemoria diretto del referente per Fairtrade Italia. Con la stessa modalità si procederà ad inoltrare gli Inviti ufficiali con almeno 10 giorni di preavviso rispetto all'evento.



Fairtrade Italia chiederà agli invitati di confermare per iscritto la propria partecipazione all'Annual Report Meeting. Le modalità e le tempistiche di conferma saranno esplicitate nell'invito stesso.

L'evento si svolge, in ogni caso, sia in modalità "fisica" che in diretta streaming dai canali di Fairtrade Italia (Youtube), dando possibilità anche agli assenti di seguire da remoto lo svolgimento dei lavori.

I partecipanti prendono parola all'evento per Alzata di Mano. Le proposte o pareri espressi (non vincolanti) saranno verbalizzati su richiesta del proponente. L'organo amministrativo è tenuto a dare adeguata motivazione, per iscritto, in caso di mancata adesione al parere espresso in sede di evento.

• **Altre modalità di confronto e partecipazione**

Ulteriori attività di consultazione e coinvolgimento settoriale possono essere indirizzate alle diverse categorie di destinatari, a seconda dell'esigenza consultiva, operativa e/o strategica. Più in particolare, si individuano una serie di eventi o occasioni che potrebbero dar vita a momenti di coinvolgimento o confronto per le rispettive categorie indicate:

- (Lavoratori) Meeting direttivi CEO-Presidente; Meeting CEO – SMT; Meeting SMT-staff di unità; Staff Meeting generali; Comunicazione e partecipazione del CEO al CdA; possibilità di partecipazione all'assemblea ordinaria estesa a tutti i Lavoratori; richiesta di partecipazione all'Annual Report Meeting estesa a tutti i Lavoratori con eventuale assunzione del ruolo di relatori su specifiche tematiche oggetto di approfondimento; gruppi di lavoro strategici tra Lavoratori (o loro rappresentanti) e rappresentanti della base sociale in occasione di Assemblee ordinarie o altre riunioni strategiche; Analisi dei bisogni formativi; Formazione interna; Team building;

- (Fairtrade International/Sistema Internazionale Fairtrade) Forum Direttori, Assemblea Generale, Workshop periodici e meeting di settore, incontri bilaterali;

- (Clienti e Partner commerciali) Grande Sfida Fairtrade, Settimane Fairtrade o altre campagne nazionali con coinvolgimento attivo dei partner commerciali; facilitazione su processi consultivi lanciati da FT international; progetti comuni di co-marketing e sensibilizzazione del consumatore; coinvolgimento in progetti di cooperazione o educazione allo sviluppo; business trip nei paesi di origine delle materie prime; survey per customer satisfaction.

Anche in queste sedi le categorie interessate potranno formulare proposte e pareri da sottoporre alla Cooperativa. L'organo amministrativo è tenuto ad esaminare le proposte/pareri nella prima riunione utile successiva alla ricezione della documentazione da parte della Cooperativa, ed è tenuto a dare adeguata motivazione, per iscritto, in caso di mancata adesione al parere espresso.

TITOLO III – INFORMAZIONE E COINVOLGIMENTO DI ALTRI PORTATORI DI INTERESSE

13. Cittadini Consumatori

I Cittadini Consumatori sono coloro che acquistano i beni a marchio Fairtrade nel mercato italiano, e partecipano alle attività promozionali e divulgative promosse da Fairtrade Italia. Sono soggetti anche molto eterogenei che si avvicinano al sistema Fairtrade come consumatori di prodotti di commercio equo e sostenitori di tale mercato per scelta consapevole sul prodotto. Sono destinatari e fruitori finali non solo delle attività di interesse generale di Fairtrade Italia in quanto Impresa Sociale, quanto delle attività di tutto il Sistema Fairtrade internazionale, di cui Fairtrade Italia fa parte.

I Cittadini Consumatori rappresentano una categoria di soggetti molto varia, differenziata, non delimitabile e continuamente variabile che difficilmente può essere oggetto di ordinata e costante tracciabilità da parte di Fairtrade Italia. Per questi motivi tale categoria piuttosto che destinataria delle azioni specifiche di informazione/coinvolgimento previste dal presente Regolamento, continuerà a essere coinvolta nelle varie attività di Fairtrade Italia rivolte al pubblico per promuovere il Sistema Fairtrade e il Commercio equo certificato.

Si ricorda inoltre che fanno già storicamente parte della base sociale, in quanto soci cooperatori, alcune delle Associazioni di Consumatori maggiormente rappresentative dello scenario economico e sociale italiano.

In ogni caso, per completezza si ritiene di indicare al punto seguente le azioni informative e i canali divulgativi indirizzati e accessibili a questa peculiare categoria di portatori di interessi.

14. Informazione ai Cittadini Consumatori

L'informazione ai Cittadini Consumatori ha a oggetto molti dei contenuti già elencati nel TITOLO I :

- Report Annuale di attività di Fairtrade Italia;
- Rendicontazione annuale su attività di cooperazione allo sviluppo svolte da Fairtrade Italia;
- Informativa societaria (bilancio di esercizio, relazione revisore e verbale assemblea di bilancio, regolamenti sociali, codice di condotta);
- Informative e aggiornamenti sul Sistema Internazionale Fairtrade, sul mercato Fairtrade, sulle aree di produzione delle materie prime Fairtrade, e sulle attività di



sensibilizzazione e promozione messe in campo da Fairtrade Italia (tramite sito internet, newsletter dedicata, blog e social networks aziendali);

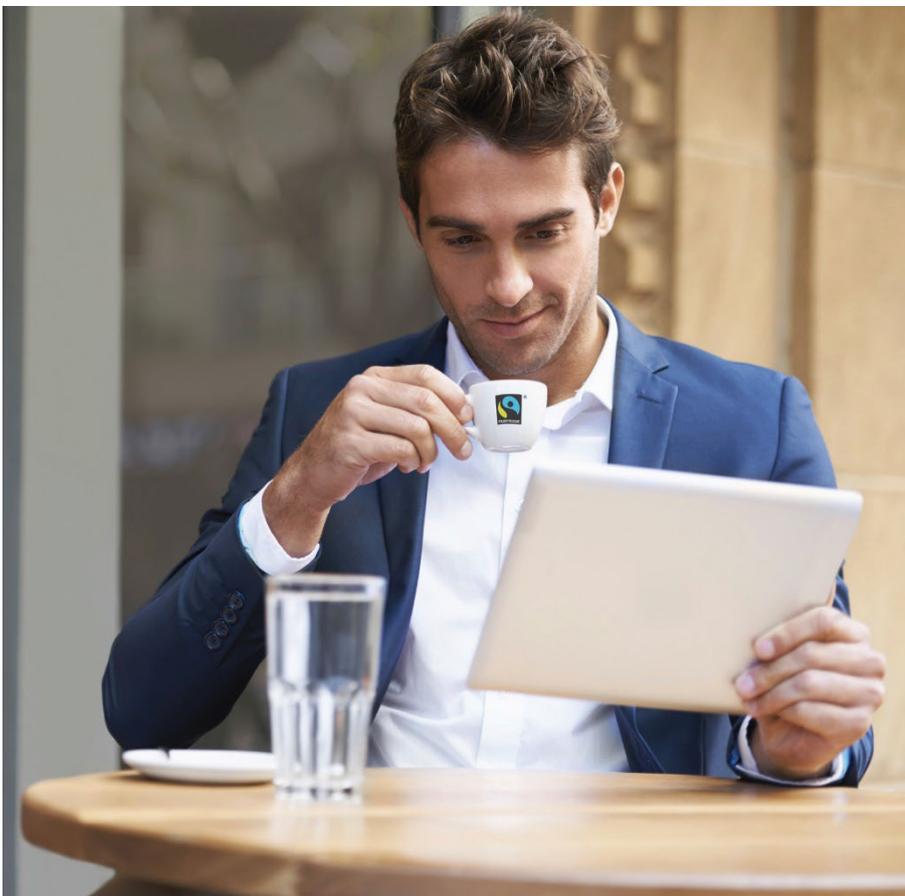
- Reportistica nazionale e internazionale disponibile online nelle sezioni "Materiali" e "Bilanci e Trasparenza / I nostri Progetti" del sito internet aziendale;
- Comunicazioni e advertising dedicato, aggiornamenti sui paesi produttori e cooperative di produzione, sugli eventuali prodotti innovativi e sulle relative attività di certificazione;
- esiti dell'attività di vigilanza prevista per le Imprese Sociali e Società cooperative ed eventuali criticità.

Con particolare riferimento ai Cittadini Consumatori, mettiamo a disposizione:

- newsletter consumatori -dedicata;
- formazione e informazione a punto vendita in occasione delle campagne di promozione annuali (es. Settimane Fairtrade); informative di prodotto e brochure esplicative a punto vendita;
- collaborazione con le pubblicazioni del venditore a punto vendita;
- comunicazione diretta al consumatore tramite collaborazioni con Influencer e professionisti social;
- FAIRTRADE SOCIAL CLUB (community Facebook ad accesso riservato)

15. Ascolto e coinvolgimento dei Cittadini Consumatori

La Cooperativa ha già in atto meccanismi diretti di ascolto e confronto o coinvolgimento attivo dei consumatori, che potranno essere sviluppati e resi sempre più rappresentativi in futuro:



- Community Facebook FAIRTRADE SOCIAL CLUB -accesso riservato (direttamente coinvolta/coinvolgibile in sondaggi, raccolta di opinioni e riflessioni, pareri e suggerimenti che riguardano le scelte di comunicazione operative).
- Social Network (dialogo con la collettività raccolti tramite post pubblici o privati, dirette su specifici argomenti)
- Fairtrade Best Friends, gruppo di Ambassador che hanno ricevuto il titolo di Fairtrade Best Friends per il loro impegno nella sensibilizzazione su Fairtrade e che vengono direttamente coinvolti in attività di comunicazione/promozione;

- campagne di comunicazione/promozione con coinvolgimento attivo dei consumatori nello svolgimento dell'iniziativa, come la World Fairtrade Challenge;
- indagini di mercato sui bisogni dei consumatori, generalmente con cadenza triennale;
- questionari di Feedback raccolti in occasione di eventi di formazione e informazione;
- questionari di Feedback raccolti in occasione di promozioni a Punto Vendita;
- media trip nei paesi di origine delle materie prime.

TITOLO IV – DISPOSIZIONI GENERALI E FINALI

16. Monitoraggio

Le attività oggetto del presente Regolamento saranno oggetto di monitoraggio secondo quanto previsto dalla normativa in materia di Impresa Sociale.

In particolare, secondo quanto disciplinato dalle Linee Guida vigenti, l'organo di controllo dell'Impresa Sociale svolge il monitoraggio della corretta applicazione del presente Regolamento e della sua coerenza alle necessità normative. L'organo di controllo dà conto dell'esito del monitoraggio nel Bilancio Sociale della Cooperativa.

Inoltre, le attività del presente Regolamento saranno oggetto di vigilanza ai sensi di legge.

17. Contatto di riferimento

La Cooperativa Fairtrade Italia individua il seguente indirizzo di riferimento preposto a ricevere comunicazioni riguardanti il presente Regolamento da parte di Lavoratori e utenti:

email: segreteria@fairtrade.it

Ogni comunicazione inviata dovrà avere ad oggetto:

"Regolamento Lavoratori e utenti – Categoria – richiesta/segnalazione/parere/proposta/nomina rappresentante"

La segreteria della Cooperativa provvederà a indirizzare la richiesta al responsabile di riferimento, o eventualmente all'organo amministrativo in caso di proposte/pareri di cui sia previsto l'esame da parte dell'organo amministrativo.

La Cooperativa darà riscontro nel merito della comunicazione entro 30gg ovvero più lungo termine motivato per iscritto con apposita comunicazione.

18. Modifiche ed entrata a regime del regolamento

Il presente Regolamento potrà essere modificato con delibera dell'Assemblea dei soci, nel rispetto di quanto previsto dalla legge, sentito obbligatoriamente il parere dei destinatari delle attività di coinvolgimento oggetto della presente disciplina, che esprimeranno parere con le modalità di cui al precedente punto 10 "Circostanze Eccezionali".

In sede di approvazione del presente Regolamento l'Assemblea dei soci delega l'organo amministrativo, conferendogli ampio mandato, la modifica di punti, articoli, titoli del presente documento, qualora vengano a modificarsi le condizioni normative e contrattuali alla base della presente stesura, limitatamente a quanto concerne l'adeguamento delle stesse. In ogni caso i soci e i destinatari del presente Regolamento dovranno essere tempestivamente informati delle modifiche apportate. Eventuali ulteriori modifiche, qui sopra non contemplate, saranno di competenza dell'Assemblea.

Fairtrade Italia Soc.Coop. Impresa Sociale

Sede legale ed operativa:

Passaggio De Gasperi 3 | 35131 Padova | tel. +39 049 8750823 | fax . +39 049 8750910

www.fairtrade.it | info@fairtrade.it

p.iva 02649970239 | c.f. 93074710232 | Albo Coop A108664 |

Member of Fairtrade International www.fairtrade.net