



**UNIVERSITA' CATTOLICA DEL SACRO CUORE  
CENTRO DI RICERCHE SULLA COOPERAZIONE**

**Working Paper n. 5**

Emilio Colombo - Patrizio Tirelli  
(Università degli Studi di Milano-Bicocca)

**Il valore sociale delle attività del commercio  
equo e solidale: l'impatto sui produttori**

Ricerca su "Il commercio equo e solidale.  
Analisi e valutazione di un nuovo modello di sviluppo"

Milano, maggio 2007

**UNIVERSITA' CATTOLICA DEL SACRO CUORE  
CENTRO DI RICERCHE SULLA COOPERAZIONE**

**Working Paper n. 5**

**Il valore sociale delle attività del commercio  
equo e solidale: l'impatto sui produttori**

Emilio Colombo - Patrizio Tirelli  
(Università degli Studi di Milano-Bicocca)

Milano, maggio 2007

Ricerca su "Il commercio equo e solidale.  
Analisi e valutazione di un nuovo modello di sviluppo"

## CENTRO DI RICERCHE SULLA COOPERAZIONE

### Comitato Direttivo:

prof. Gian Paolo Barbetta  
dott. Franco Caleffi  
prof. Vincenzo Cesareo  
prof. Francesco Cesarini (Direttore)  
dott. Antonio Cicchetti  
prof. Michele Grillo  
prof.ssa Cristiana Schena

\*\*\*\*\*

*Obiettivo della ricerca dal titolo **“Il commercio equo e solidale. Analisi e valutazione di un nuovo modello di sviluppo”**, condotta in collaborazione con il Dipartimento di Economia Politica dell’Università degli Studi di Milano-Bicocca, è fornire una prima valutazione quantitativa dell’impatto delle attività di commercio equo in Italia e presso i produttori dei paesi in via di sviluppo. La ricerca analizza anche le relazioni tra il commercio equo ed i mercati di alcune materie prime alimentari (caffè e banane) e propone alcune riflessioni relative al miglioramento della regolazione e delle norme sul fenomeno, al fine di promuoverne la diffusione.*

La ricerca è sostenuta da: Direzione Generale Cooperazione allo Sviluppo del Ministero Affari Esteri, Compagnia di San Paolo, Assessorato alla Cultura della Provincia di Milano, ACRI, Fondazione Cassa di Risparmio di Parma, Fondazione Cassa di Risparmio di Piacenza-Vigevano e Comune di Milano.

Indice	
1. Introduzione e sintesi dei principali risultati	3
2. Lo sviluppo economico: fattori chiave	8
3. Le cause del sottosviluppo	10
4. Sviluppo economico e commercio equo e solidale	12
5. L’impatto del Comes sui singoli produttori: una analisi degli studi di impatto	15
5.1 Analisi dei singoli progetti	16
5.2 Metodologia di analisi	18
5.3 I singoli progetti	19
6. Analisi dell’archivio dei produttori	38
7. Analisi di un campione di casi studio: una indagine quantitativa	46
7.1 Descrizione del campione osservato	46
7.2 Descrizione della mission dichiarata	49
7.3 Servizi erogati in conseguenza della collaborazione con il Comes	50
7.4 Canali attraverso cui si sviluppa la collaborazione con il Comes	50
7.5 Effetti sul capitale umano e sociale.	53
7.6 Processo decisionale	54
7.7 Servizi educativi	54
7.8 Servizi sanitari	55
7.9 Analisi quantitativa	59
Bibliografia	62
Appendice	64



## **1. Introduzione e sintesi dei principali risultati<sup>1</sup>**

Questo rapporto si propone di analizzare l'impatto del Commercio Equo e Solidale (Comes) sui produttori. Ciò nell'ipotesi che la semplice contabilizzazione del volume d'affari del Commercio Equo non possa dar pienamente conto dei benefici prodotti, sia a causa di evidenti e ben note imperfezioni nei mercati finanziari e dei beni, sia a causa di esternalità ambientali di formazione del capitale umano e sociale. Infatti il Comes svolge attività commerciali finalizzate anche alla formazione di capitale umano, al trasferimento di tecnologie e alla tutela ambientale.

Dal punto di vista strettamente operativo, nella fase iniziale della ricerca si prevedeva una valutazione degli effetti degli interventi in loco, mediante la diffusione di questionari calibrati in modo da rendere possibili elaborazioni statistiche basate sull'analisi di dati qualitativi, da diffondersi in stretta collaborazione con esponenti del Comes e utilizzando le strutture del Comes e dei produttori locali per la diffusione e compilazione dei questionari.

Si prevedevano i seguenti risultati:

- Identificazione degli effetti delle iniziative Comes sul “benessere” dei produttori, sia in termini di incremento del reddito, che di miglioramento delle condizioni di lavoro;
- Quantificazione dell'accumulazione di capitale umano in seguito all'avvio di attività produttive che prevedono la partnership con il Comes;
- Valutazione degli spill-over sulle economie locali (indotto, iniziative imitative, ecc.);
- Valutazione dell'impatto ambientale delle iniziative (recupero aree degradate, sviluppo di iniziative profittevoli ed ecosostenibili in alternativa ad attività caratterizzate da un elevato consumo di risorse ambientali);
- Valutazione dell'impatto complessivo sulle comunità locali di cui fanno parte soggetti coinvolti in una partnership con il Comes (iniziative in campo educativo e/o socio-sanitario, cambiamenti nella struttura relazionale della comunità);
- Identificazione dei fattori critici di successo o meno delle iniziative. Tra questi possiamo includere le modalità specifiche di intervento del Comes (sostegno finanziario, analisi dei mercati di sbocco, design dei prodotti, sostegno tecnologico, consulenza organizzativa, rafforzamento della presenza dei produttori sul mercato locale, le caratteristiche dei produttori coinvolti (skills preesistenti, modalità di organizzazione delle attività produttive come imprese commerciali o cooperative), la specializzazione produttiva, la presenza di fattori “esterni” quali le caratteristiche dei sistemi economici locali, la presenza di

---

<sup>1</sup> Si ringraziano Gianpaolo Barbetta per numerosi ed incisivi commenti, Viviana Fanan e Tommaso Reggiani per raccolta ed elaborazione dati.

meccanismi di valutazione congiunta (tra Comes e produttori) dell'andamento dell'attività, l'esistenza di adeguati incentivi ai produttori.

In sede di attuazione della ricerca, la diffusione di un questionario direttamente rivolto ai produttori si è rivelata estremamente difficile, di fatto impossibile nei limiti del budget della ricerca. Infatti da una prima analisi è emerso come le organizzazioni di commercio equo italiane collaborino soprattutto con istituzioni (Cooperative di servizi, ong, altri enti non profit) che a loro volta svolgono attività di intermediazione (coordinamento, raccolta di prodotti, diffusione di informazioni, mediazione linguistica, stipula di contratti ecc.) per conto e in nome di una platea molto vasta di piccolissimi produttori, per la stragrande maggioranza organizzati su base familiare, spesso non raggiungibili né per via telefonica né a mezzo internet come originariamente previsto. Da un confronto con gli operatori Comes è anche emerso come una strategia di contatto diretto avrebbe incontrato difficoltà di comunicazione spesso insormontabili sia per motivi linguistici sia per il livello di educazione, in numerosi casi oggettivamente molto basso.

Si è pertanto optato per una strategia alternativa. In primo luogo è stato concordato con Transfair Italia l'accesso al database FLO per quanto riguarda i produttori di commodities alimentari che commerciano con organizzazioni Comes in Italia. Questo database contiene dati economici sull'attività di importazione, indicazioni circa la dimensione produttiva e organizzativa dei gruppi di produttori, sulle caratteristiche istituzionali e sulla mission delle organizzazioni che li raggruppano. Infine per ciascuna di queste istituzioni è stato reso disponibile un rapporto, redatto da esperti indipendenti da Transfair Italia, riguardo all'evoluzione della collaborazione nel tempo.

In secondo luogo è stata incaricata AGICES (organizzazione che riunisce tutte le organizzazioni di commercio equo in Italia) di costruire, in collaborazione con esperti del nostro gruppo di ricerca, un database equivalente a quello di Transfair Italia in merito alle importazioni di prodotti artigianali <sup>2</sup>.

Le finalità di questa seconda operazione sono duplici. Da una parte costruire un archivio dei produttori del commercio equo in Italia, dall'altra costruire, integrando dati economici e interviste a testimoni privilegiati, un numero consistente di casi studio in grado di rappresentare, in modo statisticamente significativo, le caratteristiche e l'evoluzione dei produttori coinvolti nell'esportazione di prodotti artigianali. In questo modo è stato possibile costruire un campione di 89 produttori localizzati nel Sud del mondo, di cui 38 produttori di beni agricoli e 51 di beni manifatturieri. Per ognuno di questi produttori sono disponibili informazioni relative alla struttura organizzativa, produttiva e commerciale. Inoltre i casi studio forniscono una descrizione anche delle attività in campo sociale, educativo e sanitario, intraprese con l'apporto del Comes.

---

<sup>2</sup> Natura e caratteristiche del data set sono illustrate nella sezione 7.

In terzo luogo si sono analizzati con attenzione gli studi preesistenti sull'impatto del Comes.

Da questo punto di vista i risultati della nostra indagine e quanto emerge dalla letteratura preesistente si prestano ad una lettura complementare. Da una parte la letteratura è contraddistinta da un certo numero di casi studio che, per una specifica comunità, cercano di individuare gli "effetti incrementali" della collaborazione con il Comes. Dall'altra la nostra indagine fornisce un quadro di insieme del tipo di interazione tra i produttori e il Comes, fotografando la "qualità" dell'interazione tra produttori, comunità locali e Comes. In altri termini, per una medesima comunità locale, il tipico case-study esistente in letteratura analizza l'impatto del Comes con riferimento a uno status quo preesistente in assenza di una collaborazione con il Commercio Equo. Per la stessa comunità locale la nostra indagine concentra l'attenzione sui seguenti aspetti: i) gli obiettivi che la comunità dichiara di voler raggiungere attraverso la partecipazione al Comes; ii) i canali di collaborazione e i servizi erogati dal Comes; iii) le specifiche forme organizzative adottate per partecipare al Comes, nonché l'esistenza di azioni, conseguenti alla collaborazione con il Comes, volte a migliorare i sistemi sanitario ed educativo a livello locale. In questo modo cercheremo di misurare la qualità del processo piuttosto che i cambiamenti intervenuti nel tempo. Ciò a causa dell'evidente impossibilità di condurre un'analisi diretta su ampia scala.

Anticipando le nostre conclusioni, che tengono conto sia degli studi pre-esistenti che dell'analisi basata sul nostro dataset, è possibile sottolineare i seguenti aspetti. Con riferimento all'analisi della letteratura:

- Dal punto di vista produttivo il contributo più rilevante del Commercio Equo sembra essere il fatto che esso fornisca informazioni essenziali e trasparenti circa il funzionamento del mercato, consentendo ai produttori esclusi di parteciparvi e ad altri, pur presenti, di parteciparvi in condizione meno subalterna.
- Spesso la quantità prodotta e commercializzata attraverso il canale Comes rappresenta una frazione limitata del volume d'affari complessivo. In questi casi isolare l'effetto del commercio Equo risulta estremamente difficile. Dunque è difficile quantificare il miglioramento economico determinato dalla partecipazione al network Comes da parte delle realtà di produttori interessate.
- Tuttavia l'analisi condotta permette di evidenziare un chiaro effetto positivo sul capitale sociale delle comunità. L'impiego del fair premium<sup>3</sup> sul prezzo, l'applicazione dei criteri

---

<sup>3</sup> Maggiorazione rispetto al prezzo di mercato/prezzo equo destinato a finanziare varie iniziative sociali nelle comunità in cui operano i produttori (si veda Barbetta 2006 per approfondimenti).

Comes<sup>4</sup> e la collaborazione con la realtà del commercio equo ha permesso di aumentare il grado di coesione sociale tramite meccanismi decisionali maggiormente democratici e trasparenti. Inoltre il maggior coinvolgimento delle donne sia nel processo produttivo che in quello decisionale ha costituito un chiaro elemento positivo nello sviluppo sociale della comunità.

- Anche l'attenzione all'ambiente e alla agricoltura biologica ha contribuito ad incrementare il capitale sociale delle realtà analizzate dato che, nel caso della produzione di prodotti agricoli, ha permesso uno sviluppo che fosse in sintonia con l'ambiente nel rispetto delle tradizioni locali.

Con riferimento specifico all'analisi svolta sul campione di dati predisposto da Agices/FLO i nostri principali risultati possono essere così riassunti:

- L'analisi della mission dichiarata dai produttori mostra come sia prevalente l'obiettivo di sviluppo sociale ed economico. Una notevole importanza riveste anche l'affrancamento dagli intermediari commerciali e la possibilità di sviluppare un commercio indipendente. Al contempo i fattori politico-ideali sembrano minoritari. Sorprendente è il dato relativo alla menzione dell'importanza del prezzo equo: solo l'11% dei casi analizzati riporta nella propria mission la menzione della realizzazione di un prezzo equo per i beni prodotti.
- L'apporto del commercio Equo solidale si realizza, oltre che nel miglioramento delle condizioni economiche, anche tramite la realizzazione di una serie di servizi di varia natura che risultano estremamente rilevanti per lo sviluppo della comunità.
- Inoltre l'analisi quantitativa mostra come le azioni di formazione del Comes siano specificamente disegnate sulle caratteristiche e soprattutto sul grado di sviluppo delle comunità locali: "interventi di base" sono prevalentemente rivolti a supporto delle comunità più deboli, mentre interventi più sofisticati, a sostegno della qualità della produzione, caratterizzano prevalentemente l'interazione con le comunità più forti.
- Ne complesso la nostra indagine rileva che le comunità locali siano contraddistinte da livelli organizzativi relativamente poco sofisticati e beneficino soprattutto di un supporto Comes nei servizi (educativi, sanitari ed infrastrutturali) di base, come è tipico di società che si trovano ancora nelle fasi iniziali dello sviluppo (produttori agricoli su scala ridotta e laboratori artigianali). Ad esempio con riferimento alla qualità del processo decisionale delle organizzazioni la collaborazione con il Comes ha portato soprattutto ad uno sviluppo degli

---

<sup>4</sup> Si veda Barbetta 2006.

elementi di democrazia e genere mentre gli aspetti di efficienza e rapidità risultano meno rilevanti. Con riferimento al contributo del Comes al processo educativo della comunità le forme di intervento riguardano soprattutto l'alfabetizzazione e programmi di training orientati a fornire alla comunità semplici strumenti per la gestione economico-amministrativa.

Risultano quindi evidenti complementarità tra l'azione del Comes con le comunità locali e le finalità tipiche della cooperazione allo sviluppo a favore delle realtà più povere. L'azione autonoma ed autosufficiente del Comes, pur efficace, è inevitabilmente limitata dalla difficoltà di generare un surplus di risorse disponibili operando come qualunque altra impresa in mercati internazionali competitivi. Un altro aspetto che vale la pena sottolineare, riguarda la possibilità di sviluppare in loco le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo, coinvolgendo esperti nell'ambito della cooperazione. Questo è un ambito per definizione esterno all'attività di impresa del Comes, la cui attivazione potrebbe avere effetti fortemente positivi. La collaborazione con gli organismi che governano la cooperazione avrebbe un impatto moltiplicativo sulla dimensione e sull'efficacia dell'impatto sociale del Comes. Tali ambiti di collaborazione potrebbero riguardare:

- La mobilitazione di risorse orientate a programmi educativi socio sanitari e infrastrutturali a sostegno delle comunità che già collaborano con il Comes, facendo leva sulle sinergie con il progetto produttivo in essere.
- L'attivazione di collaborazioni con personale specializzato sul versante della cooperazione allo sviluppo: dopo tutto le organizzazioni di Fair Trade devono per natura essere concentrate nelle attività di certificazione, di sviluppo della filiera produttiva e di commercializzazione del prodotto finale.
- La progettazione e l'organizzazione di forme di collaborazione con istituzioni locali. E' possibile infatti prevedere: i) il coinvolgimento diretto di ONG locali; ii) interventi che, in collaborazione con le istituzioni pubbliche locali, facilitino per i produttori l'accesso al credito locale. Sarebbe improponibile caricare le organizzazioni di Fair Trade di questi ulteriori compiti che possono invece rientrare nelle finalità istituzionali della cooperazione allo sviluppo.

Per concludere, proponiamo alcune riflessioni critiche sulla base della nostra esperienza. Le difficoltà che abbiamo incontrato nel condurre la ricerca e il suo "ri-orientamento" testimoniano di una evidente sottovalutazione, da parte di Comes-Italia, del problema della valutazione e del monitoraggio dell'impatto sui produttori. Le organizzazioni di commercio equo italiane dispongono

in varia misura, anche in relazione alle proprie dimensioni, di “comitati di valutazione” delle iniziative. Allo stato, anche sulla base della documentazione resa disponibile, in nessun caso abbiamo rilevato un meccanismo di analisi sistematica degli effetti delle collaborazioni, con l’eccezione di TransFair. In parte è possibile che ciò dipenda da un atteggiamento “culturale” per cui le azioni di commercio equo avrebbero soprattutto il carattere di testimonianza di meccanismi di commercio fondamentalmente alternativi rispetto a quelli di mercato. In parte ciò sembra dipendere da un problema oggettivo: la valutazione dell’impatto sui produttori comporta impegni economici molto onerosi, difficilmente sostenibili da organizzazioni che operano al limite della sostenibilità economica. Poiché in buona misura l’impatto sui produttori deriva da azioni in cui il Comes di fatto surroga iniziative di intervento pubblico a supporto dello sviluppo, riteniamo che la valutazione dell’impatto sui produttori sia uno degli ambiti più importanti in cui considerare la possibilità di un impegno pubblico a favore del Comes. Infine alcune riflessioni in merito all’autoreferenzialità del Comes. Come detto in precedenza, la collaborazione con TransFair ha messo in evidenza l’esistenza di un canale sofisticato di valutazione dell’impatto del Comes sui produttori. Ciò avviene in virtù dell’azione a livello internazionale di FLO (Fair Trade Labelling Organization) cui TransFair aderisce. Bisogna tuttavia sottolineare come buona parte delle informazioni dell’archivio FLO non ci siano state rese disponibili in quanto ritenute “commercialmente sensibili” neppure a condizione che i ricercatori venissero impossibilitati a riconoscere i codici identificativi del progetto al di là della specializzazione produttiva e del paese di localizzazione. Si configura quindi, anche nei settori del Comes più sensibili a questo problema, una sostanziale autoreferenzialità nel valutare le conseguenze delle proprie azioni.

## **2. Lo sviluppo economico: fattori chiave**

L’approccio più tradizionale della teoria economica, il cosiddetto approccio neoclassico, sottolinea che lo sviluppo economico dipende sostanzialmente da un mix tra il rapporto capitale/lavoro e il progresso tecnologico (assunto esogeno). Secondo questo approccio per crescere i paesi poveri devono accumulare capitale (utilizzando investimenti diretti da parte dei paesi ricchi) così che il progresso tecnologico possa agire sul maggiore stock di capitale favorendo la crescita.

Le più recenti teorie della crescita endogena esplicitano le determinanti del progresso tecnico rendendolo endogeno, ovvero determinato anch’esso dalle azioni e scelte economiche degli individui. In quest’ottica il progresso tecnologico risulta determinato in modo fondamentale da una serie di fattori quali il livello di capitale umano, la struttura dei diritti di proprietà (che a sua volta

influenza in modo cruciale la possibilità di sfruttare i brevetti e le invenzioni), la forma di mercato ecc.

Una delle caratteristiche fondamentali che accomuna i fattori propulsivi della crescita secondo la teoria della crescita endogena è costituita dall'elevato livello di esternalità ad essi connesso: se un individuo investe fortemente in istruzione parte del beneficio viene esternalizzato alla società che nel suo complesso guadagna dall'incremento del livello di educazione medio della popolazione.

E' noto che la presenza di esternalità rende il mercato inefficiente nella allocazione delle risorse. Questo è infatti il motivo per cui la letteratura economica sull'argomento suggerisce che in questo ambito vi possa essere materia di intervento statale.

Una delle determinanti della crescita che maggiormente risulta negli studi teorici e che trova un evidente sostegno empirico è costituita dal commercio internazionale. La teoria del commercio mostra che la specializzazione e lo scambio basato sui vantaggi comparati permette di incrementare il livello di benessere dei paesi che partecipano allo scambio indipendentemente del loro grado di sviluppo. Il motivo risiede nel fatto che il commercio è considerato semplicemente come un modo di produzione indiretto (invece di produrre sia il bene A che il bene B, è più conveniente che un paese si specializzi nella produzione del bene per il quale ha un vantaggio comparato e che lo usi come merce di scambio, tramite il commercio, per ottenere l'altro bene).

D'altro canto la teoria del commercio internazionale sottolinea che esso possa essere anche la causa di effetti redistributivi tendendo a premiare maggiormente i possessori dei fattori di produzione usati con maggiore intensità nei settori nei quali il paese nutre un vantaggio comparato. In questo ambito si apre un ulteriore campo di intervento da parte dello stato che tramite appropriate politiche può compensare gli effetti redistributivi del commercio internazionale.

Un altro fattore propulsivo fondamentale per la crescita è costituito dal capitale umano nelle sue diverse connotazioni, sia come livello di educazione di base (rilevante per le economie sottosviluppate) che come livello di educazione superiore (rilevante per le economie avanzate). Proprio mettendo in risalto l'elemento di esternalità connesso al capitale umano, la letteratura sottolinea come quest'ultimo sia rilevante nella crescita dei paesi sia direttamente sia perché permette di aumentare il rendimento di altri fattori.

Recentemente, grazie ai lavori iniziali di Coleman (1988) ripresi successivamente da Woolcock (1998), Dasgupta e Serageldin (2000) e Grootaert e van Bastelar (2002) è stato sottolineato che lo sviluppo può dipendere anche dalla presenza di capitale sociale, inteso come l'insieme di tutte

quelle norme implicite e regole informali che permettono lo sviluppo di relazioni di reciprocità e di fiducia tra gli individui, favorendo lo sviluppo di azioni collettive. Un esempio classico sotto questo profilo è il lavoro di Putnam (1995). Putnam, Leonardi e Nanetti (1993) hanno effettuato un'analisi del caso italiano, sostenendo che il maggior sviluppo del Nord Italia rispetto al Sud possa essere dovuto alla maggior dotazione di capitale sociale.<sup>5</sup> Esempi ancora più evidenti possono essere forniti dalle economie povere e sottosviluppate ove lo Stato è debole e non è in grado di fornire nemmeno i beni pubblici essenziali. Ciò risulta particolarmente vero per i beni pubblici locali per i quali occorre un coinvolgimento diretto di tipo volontaristico degli individui al fine di limitare il problema di free riding (si pensi ad esempio alla costruzione di una scuola o di un ospedale). In queste circostanze la presenza di capitale sociale può offrire una valida alternativa: i club o i network basati su motivazioni non economiche hanno tipicamente dei leaders che sono in grado di mobilitare risorse o coinvolgere individui su base volontaristica affinché possano fornire i necessari beni pubblici.

In conclusione, dopo anni di dibattiti e contrapposizioni possiamo dire che la teoria economica ha raggiunto un punto di equilibrio che vede il mercato ed il commercio internazionale come elementi essenziali e positivi per promuovere lo sviluppo economico pur riconoscendo che da una parte vi sono numerose situazioni in cui, in assenza di interventi, il mercato fallisce e dall'altra il commercio internazionale può apportare benefici che non risultano necessariamente distribuiti in modo equo.

### **3. Le cause del sottosviluppo**

Secondo l'approccio delineato in precedenza dunque le cause del sottosviluppo vanno ricercate in tutti quei fattori che non permettono agli individui di un paese di cogliere le opportunità di crescita offerte dal progresso tecnologico e dal commercio internazionale. Sviluppo del capitale umano, del sistema dei diritti di proprietà, del sistema infrastrutturale, stabilità socio politica costituiscono dunque le precondizioni per lo sviluppo, ovvero quell'insieme di fattori che mettono gli individui nelle condizioni di sfruttare le opportunità che vengono loro offerte.

È interessante a questo proposito utilizzare l'esempio del commercio internazionale dato che esso costituisce il canale tramite il quale il commercio Equo cerca di favorire lo sviluppo. Esiste un ampio dibattito sul tema dell'accesso al mercato per i paesi poveri. L'accesso al mercato ha un profilo sia interno che esterno. Dal punto di vista esterno si riferisce alle elevate tariffe e dazi all'importazione imposti dai paesi avanzati su molti beni in cui si sono specializzati i paesi più poveri, come ad esempio i prodotti agricoli. Non permettendo l'accesso al proprio mercato, i paesi

---

<sup>5</sup> Le teorie basate sul capitale sociale non sono a loro volta scritte da critiche, soprattutto relative alla notevole difficoltà di fornire ipotesi testabili empiricamente. Si veda in proposito Durlauf (2002)

avanzati non permettono ai paesi poveri di sfruttare le opportunità offerte dal commercio stesso. Esiste tuttavia anche una seconda dimensione del tema dell'accesso al mercato, più microeconomica ed interna ai singoli paesi in via di sviluppo. I singoli produttori devono infatti essere messi nelle condizioni di accedere al mercato internazionale. La mancanza di infrastrutture (strade, ponti ecc.) limita fortemente la possibilità per i produttori localizzati in zone interne al paese di accedere alle principali vie o ai principali porti di scambio. Analogamente la presenza di una catena di distribuzione – commercializzazione fortemente frammentata e costellata da numerosi intermediari riduce fortemente il potere contrattuale del produttore che deve accontentarsi di rendimenti esigui. Inoltre l'assenza di un sistema finanziario sviluppato ed efficiente (caratteristica precipua di molti paesi poveri) non permette ai produttori di far fronte alla volatilità intrinseca nel mercato di molti prodotti agricoli, né di implementare una adeguata politica di investimenti. Un basso livello di capitale umano e di conoscenze non permette ai produttori di applicare le tecniche di produzione maggiormente idonee per incrementare la produttività e di attuare le più efficienti forme organizzative. Infine l'assenza di un adeguato sistema di diritti di proprietà (ad esempio causato da un sistema politico-sociale fortemente instabile) non permette ai produttori di appropriarsi interamente dei benefici delle proprie azioni. Infine, l'assenza di un insieme di norme condivise che regolino lo sviluppo e la crescita di una comunità locale o di una società nel suo complesso non permette la nascita del capitale sociale della stessa.

Dal punto di vista teorico il tema delle precondizioni necessarie perché si verifichi lo sviluppo economico è affrontato dalla teoria dei Basic Needs o dei Bisogni Fondamentali di cui uno dei massimi esponenti è Paul Streeten<sup>6</sup>. Tale teoria parte dal presupposto che la produttività può essere aumentata solo quando gli individui sono almeno sani, ben nutriti, hanno dei vestiti, un'abitazione ed un minimo di istruzione. Oltre a questi elementi cosiddetti materiali ve ne sono molti altri che rientrano in un'altra sfera: la soddisfazione personale, la possibilità di partecipare alla vita sociale ed alle decisioni dell'ambiente in cui si vive, il bisogno di democrazia, le relazioni interpersonali, ecc. Tale teoria propone investimenti per innalzare il livello qualitativo della vita al di sopra di uno standard minimo (il livello di sussistenza). A questa teoria si collegano molti dei lavori del nobel Fogel secondo il quale il livello nutrizionale è in grado di influenzare in modo decisivo la produttività degli individui e quindi il livello di reddito di una intera società.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Si veda a questo proposito Streeten (1982).

<sup>7</sup> Si veda Fogel (2004)

#### **4. Sviluppo economico e commercio equo e solidale**

Pur partendo da presupposti spesso diversi, il Comes affronta il tema dello sviluppo e del commercio internazionale in modo complementare alle teorie sopra delineate.

La corresponsione di un prezzo equo, e soprattutto il prefinanziamento erogato ai produttori, cerca di superare una delle cause principali della esclusione di molti paesi poveri dallo sviluppo: l'assenza di un mercato finanziario che da una parte permetta ai singoli produttori di assicurarsi di fronte alle diverse condizioni climatiche e ambientali e dall'altra permetta una adeguata politica di investimenti a costi che non siano proibitivi.

Inoltre il fatto che il "premio" pagato dal mercato equo debba essere impiegato dalla comunità locale per finanziare iniziative di carattere sociale (costruzione di edifici comuni, scuole, ecc.) riconosce l'importanza del capitale sociale nello sviluppo economico. Più in generale l'enfasi sulla stabilità della partnership, sul funzionamento cooperativo delle istituzioni che regolano l'attività dei produttori, sul contributo del Comes allo sviluppo della comunità locale anche attraverso l'investimento in strutture sanitarie contribuisce alla formazione di trust (capitale sociale).

Anche la forte attenzione conferita dal Comes all'istruzione professionale da una parte e al livello di educazione complessivo della comunità con la quale vengono instaurate le relazioni di cooperazione riflette l'importanza attribuita al capitale umano nello sviluppo della società.

Considerando infine i criteri che il Comes attua nella scelta dei partner del Sud e nella successiva conduzione del rapporto di scambio, emerge una notevole consonanza con i principali fattori di sviluppo delineati precedentemente. Il fatto che una comunità, al fine di diventare partner del Comes debba essere una organizzazione democratica, pratici giuste condizioni di lavoro, persegua l'ecosostenibilità come principio nella produzione, conservi la cultura e la tradizione locale e promuova l'autosviluppo e il reinvestimento in iniziative sociali e nella produzione, costituiscono elementi che sembrano concretizzare ciò che la teoria prescrive per favorire lo sviluppo economico e la crescita. In questo modo gli strumenti risultano compatibili con l'obiettivo di creare autosviluppo nelle comunità di produttori del Sud del mondo.

##### 4.1 L'impiego di standard da parte del Comes nelle relazioni con produttori e lavoratori<sup>8</sup>

Un elemento cruciale che contraddistingue l'azione del Comes a favore dello sviluppo economico e sociale è costituito dall'adozione di standard nelle relazioni con produttori e lavoratori. Le

---

<sup>8</sup> In allegato sono riportati sia i documenti ufficiali relativi agli standard Comes, sia le "note esplicative" emesse dallo stesso Comes a supporto degli standard.

condizioni di produzione e lavoro nei paesi in via di sviluppo differiscono notevolmente a seconda del tipo di bene che viene prodotto. E' noto ad esempio che la maggior parte del caffè e del cacao è coltivato da piccoli produttori e contadini. Al contrario la produzione di banane in America Centrale è tipicamente realizzata in aziende agricole di grandi dimensioni. Ovviamente mentre nel primo caso è importante per i produttori la corresponsione di un prezzo equo e la realizzazione del fair premium, nel secondo caso risultano rilevanti le condizioni in cui operano i numerosi lavoratori. Questo è il motivo per cui il Comes produce due standard distinti, uno per i piccoli produttori e uno per le organizzazioni che impiegano lavoratori dipendenti.

In genere gli standards del Comes operano una distinzione tra *requisiti minimi*, che devono essere rispettati affinché i produttori possano essere certificati come parte del network Comes, e *requisiti "mobili"* o "in progress" che mirano ad incoraggiare i singoli produttori e le singole organizzazioni a progredire continuamente.

Anche se esistono elementi specifici nei diversi standard, gli standard per il lavoro dipendente e per i piccoli produttori hanno numerosi elementi in comune. In particolare

- **Sviluppo sociale:** con riferimento ai piccoli produttori gli standard Comes richiedono la nascita e lo sviluppo di una struttura organizzativa che metta i produttori nelle condizioni di portare i prodotti al mercato. Il che implica il superamento della fase di autoconsumo e la finalizzazione dell'attività di produzione al commercio. Inoltre il processo decisionale che caratterizza l'organizzazione deve essere democratico e trasparente e favorire il più possibile la partecipazione attiva di tutti gli individui della comunità. Ovviamente non deve essere tollerata alcuna forma di discriminazione di sesso o altro tipo. Con riferimento ai lavoratori gli standard Comes impongono al produttore il rispetto dei minimi standard lavorativi sanciti dall'ILO (soprattutto in termini assicurativi e sanitari), l'impegno a non impiegare lavoro minorile, il rifiuto di impiegare. Ai lavoratori deve essere garantita la libertà di associazione.
- **Sviluppo economico.** Per tutte le tipologie produttive il Comes richiede che gli acquirenti paghino un "premio" rispetto al prezzo di mercato. Tale premio dovrebbe essere impiegato per promuovere lo sviluppo sostenibile da parte dei singoli produttori. Il premio è indirizzato sia ai produttori che ai lavoratori e in questo secondo caso i datori di lavoro hanno il compito di impiegare il premio per migliorare le condizioni lavorative dei propri

dipendenti. Inoltre gli standard Comes impongono agli acquirenti l'estensione di forme di prefinanziamento, in caso di richiesta da parte dei produttori.

- **Sviluppo ambientale:** gli standard Comes sono molto dettagliati ed esigenti in relazione al rispetto e alla salvaguardia dell'ambiente. E' richiesta la minimizzazione dell'uso di prodotti chimici, un uso efficiente e sicuro dei rifiuti, il mantenimento del livello di fertilità del suolo, il risparmio nell'uso di acqua e il divieto nell'uso di organismi geneticamente modificati. Gli standard Comes non rendono obbligatoria la produzione biologica anche se quest'ultima è fortemente incentivata da un apposito premio erogato in aggiunta al premio equo.

Esistono tuttavia elementi di diversità tra gli standard adottati per i piccolo produttori e quelli impiegati per i lavoratori.

- **Standard per piccoli produttori.** Si specifica che i produttori devono essere i) di piccole dimensioni che non impiegano lavoratori dipendenti in forma continuativa e che gestiscono la propria attività personalmente o con il contributo dei familiari. ii) il processo di distribuzione dei profitti all'interno di una organizzazione deve rispondere a precisi criteri democratici e di equità
- **Standard per i lavoratori:** in essi viene specificato che i) il premio equo deve essere gestito da un comitato congiunto (joint body) in cui partecipano sia i lavoratori che i datori di lavoro ii) è vietato l'impiego di lavoro forzato o minoril, iii) deve essere garantita la libertà associativa e di contrattazione, iv) le condizioni lavorative devono rispettare minimi standard sanitari e di sicurezza

In aggiunta ai documenti ufficiali contenenti gli standard il Comes ha prodotto anche dei "documenti esplicativi" associati ad essi che esplicitano in maggiore dettaglio alcuni punti rilevanti.

In particolare:

- **Standard per piccoli produttori.** In questo caso viene posta una notevole enfasi all'impiego del premio pagato dal Comes. Gli standard specificano che "il premio deve essere impiegato per il miglioramento delle condizioni socio-economiche dei piccoli produttori, delle loro famiglie e delle comunità in cui operano". I documenti esplicativi indicano anche alcuni suggerimenti relativamente all'uso del premio, che deve essere impiegato a beneficio di tutta la comunità in modo da avere un impatto duraturo sulle condizioni socio-economiche. I campi di impiego del premio suggeriti sono numerosi, tra i più rilevanti sono indicati: formazione ed educazione, infrastrutture sociali, servizi di

pubblica utilità, sviluppo culturale, programmi indirizzati alla riduzione delle differenze tra generi, tutela ambientale, forme di assistenza finanziaria e micro-credito

- **Standard per i lavoratori.** Nel caso dei lavoratori l'enfasi viene posta primariamente sulle norme che disciplinano la tutela dei diritti dei lavoratori ad associarsi e ad essere rappresentati da sindacati, il diritto del sindacato a contrattare condizioni di lavoro in forma collettiva, il diritto dei lavoratori ad operare in condizioni lavorative sicure e salubri.

## **5. L'impatto del Comes sui singoli produttori: una analisi degli studi di impatto**

Questo paragrafo presenta una analisi dei casi studio più note relativi allo studio dell'impatto del commercio equo sulla produttività e sul benessere economico e sociale delle comunità interessate.

Dal punto di vista metodologico la valutazione delle iniziative svolte segue generalmente il *sustainable livelihood approach* (SLA) che costituisce il framework maggiormente utilizzato per analizzare e monitorare lo sviluppo delle comunità locali da parte delle organizzazioni non governative e molte istituzioni internazionali.<sup>9</sup> Il SLA tende a ribaltare la prospettiva tradizionalmente impiegata nella valutazione dei progetti di sviluppo: anziché valutare i progressi di un particolare progetto sulla base di parametri predefiniti ed esogeni (ad esempio il miglioramento delle condizioni di vita misurate dal Pil pro capite, il miglioramento delle condizioni sanitarie misurate dall'aspettativa di vita alla nascita ecc.), questo approccio tende a favorire una sorta di autovalutazione da parte della comunità: sono gli stessi individui oggetto degli interventi a definire gli indicatori di sviluppo e di povertà in base ai quali viene misurato il progresso delle iniziative e dei progetti intrapresi. Il SLA non è tuttavia esente da limiti: in primo luogo, essendo un approccio di tipo "bottom up" non permette una facile comparabilità dei parametri di valutazione impiegati nei diversi progetti; in secondo luogo non permettendo una forte standardizzazione è caratterizzato da una predominanza di informazioni di carattere qualitativo rispetto a quelle di carattere quantitativo.

Di seguito vengono riportati i numerosi studi di impatto presenti nella letteratura e le valutazioni ad essi collegate. Volendo raccogliere alcune considerazioni riassuntive possiamo sottolineare i seguenti aspetti:

---

<sup>9</sup> Il Sustainable Livelihood Approach è un approccio olistico allo sviluppo economico che critica l'approccio tradizionale allo sviluppo nella misura in cui quest'ultimo tende a scomporre la povertà nelle sue componenti economiche, sociali ecc. Lo SLA, partendo dalla evidente diversità tra le persone povere nel mondo, sottolinea l'importanza di disegnare delle politiche di sviluppo che siano "people centered" ovvero che partano dal basso. Lo SLA è attualmente impiegato da numerose istituzioni, in particolare ONG ma anche da diverse organizzazioni internazionali quali la FAO. Il British Department for International Development (DFID) segue da tempo lo SLA nella implementazione dei propri progetti e ha prodotto una serie di note guidelines che ne specificano l'adozione. Per approfondimenti si vedano Carney (1998) e Scoones (1998).

- Dal punto di vista produttivo il contributo più rilevante del commercio Equo sembra essere il fatto che esso fornisca informazioni essenziali e trasparenti circa il funzionamento del mercato. Ciò risulta particolarmente vero nel commercio delle commodities dove la conoscenza del mercato risulta cruciale per pianificare e organizzare la produzione in modo efficiente.
- Spesso la quantità prodotta e commercializzata attraverso il canale COMES rappresenta una frazione limitata del volume d'affari complessivo. In questi casi isolare il contributo precipuo del commercio Equo risulta estremamente difficile. Dunque è difficile quantificare il miglioramento economico determinato dalla partecipazione al network Comes da parte delle realtà di produttori interessate.
- Tuttavia l'analisi dei casi studio permette di evidenziare un chiaro effetto positivo sul capitale sociale delle comunità. L'impiego del fair premium, l'applicazione dei criteri Comes e la collaborazione con la realtà del commercio equo ha permesso di aumentare il grado di coesione sociale tramite meccanismi decisionali maggiormente democratici e trasparenti. Inoltre il maggior coinvolgimento delle donne sia nel processo produttivo che in quello decisionale ha costituito un chiaro elemento positivo nello sviluppo sociale della comunità.
- Anche l'attenzione all'ambiente e alla agricoltura biologica ha contribuito ad incrementare il capitale sociale delle realtà analizzate dato che, nel caso della produzione di prodotti agricoli, ha permesso uno sviluppo che fosse in sintonia con l'ambiente nel rispetto delle tradizioni locali.
- Infine molto positivamente sono state valutate le numerose iniziative intraprese in collaborazione con il Comes per orientate ad incrementare il livello di capitale umano della comunità.

### 5.1 Analisi dei singoli progetti

Al fine di facilitare la lettura si è provveduto ad organizzare i singoli casi per categoria merceologica. La Tabella 1 fornisce una rappresentazione sintetica dei casi analizzati.

**Tabella 1: Casi studio analizzati**

Organizzazione	CATEGORIA MERCEOLOGICA	ASSETTO PRODUTTIVO	LOCAZIONE GEOGRAFICA
Artisans du Monde	Artigianato	Atelier familiari / organizzazioni collettive	Bangladesh, Cile, Nepal, Burkina Faso, Bolivia
Unión Majomut	Caffè	Cooperativa	Messico (Chiapas)
Coffee Program, APECA	Caffè	Cooperativa	Haiti
Coocafè	Caffè	Consorzio di cooperative	Costa Rica
Oxfam	Caffè	Cooperativa	Tanzania
Quebrada Azul	Caffè	Cooperativa	Venezuela
Uciri	Caffè	Cooperativa	Messico
Oxfam	Cacao	Cooperativa	Ghana
Maquita	Cacao	Organizzazione religiosa	Ecuador
Oxfam	Miele	Cooperativa	Messico (Oaxaca)
Volta River Estates	Banane	Impresa commerciale	Ghana
Finca 6	Banane	Cooperativa	Repubblica Dominicana
ATF	Manufatti	Produttori	India e Bangladesh
Ten Thousand Village	Manufatti	Artigiani	Porto Rico
Oxfam	Vetro soffiato	Assoc. Produttori	Guatemala

Come si può notare i casi analizzati trattano per la maggior parte materie prime, in particolare il caffè e il cacao, mentre solo una minoranza si occupa di manufatti e artigianato. L'assetto produttivo maggiormente scelto è quello della cooperativa, che risulta il più funzionale rispetto al territorio e agli obiettivi da realizzare, anche se in molti casi si tratta di unioni di cooperative facenti capo a una cooperativa centrale.

I progetti sono tutti localizzati in paesi in via di sviluppo dove la povertà è una realtà diffusa e dove l'intervento delle organizzazioni del commercio Equo rappresenta una reale alternativa possibile per la popolazione. Da ultimo verrà presentato il rapporto finale redatto da Oxfam che sintetizza lo studio d'impatto effettuato su 18 produttori di 7 Paesi differenti <sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Impact assessment study of Oxfam Fair Trade. Final Report. Version: 4 November 2000

## 5.2 Metodologia di analisi

Come abbiamo sottolineato precedentemente le valutazioni vengono effettuate da esperti indipendenti che effettuano visite in loco presso i produttori. L'approccio utilizzato è l'approccio SLA. Benché non sia semplice identificare criteri metodologici uniformi tra le diverse organizzazioni ed i diversi progetti, è tuttavia possibile identificare alcune macro categorie che vengono prese in considerazione da parte degli esperti.

### *Indicatori produttivi e di reddito*

La caratteristica principale del Comes è la corresponsione di un prezzo equo per i prodotti, attraverso una relazione di lungo termine con il singolo produttore. Inoltre vengono fornite forme di prefinanziamento ai singoli produttori. Affinché tutto ciò abbia un effetto tangibile occorre che si verifichino miglioramenti i) nella catena produttiva ii) nella catena distributivo-commerciale iii) nella catena organizzativa. Il miglioramento di efficienza auspicabilmente dovrebbe condurre ad un miglioramento nelle condizioni di vita nella comunità interessata.

### *Indicatori sociali*

Dato che la finalità del commercio Equo non è unicamente il miglioramento dell'efficienza produttiva, un elemento decisivo nella valutazione dei progetti è costituito dalla quantificazione dei miglioramenti sociali ottenuti sia tramite il reimpiego del "premio" pagato dal commercio equo sia tramite l'implementazione dei programmi e delle iniziative sociali che spesso vengono intraprese con il network Comes. In particolare vengono valutate: i) il grado di coinvolgimento delle donne e delle persone appartenenti fasce sociali più deboli e svantaggiate, ii) la qualità del processo decisionale all'interno della comunità, iii) il miglioramento nel capitale sociale della comunità, iv) le iniziative di carattere educativo intraprese, v) il miglioramento nel sistema sanitario.

### *Indicatori ambientali*

Stante il forte interesse da parte del commercio equo alle tematiche ambientali, un elemento importante nella valutazione dei singoli progetti è costituito dalla tutela dell'ambiente circostante e dall'implementazione di tecniche di produzione che favoriscano il più possibile prodotti di tipo biologico.

## 5.3 I singoli progetti

### 5.3.1 Unìon Majomut, caffè in Chiapas<sup>11</sup>

La Unìon Majomut è una cooperativa che comprende 1700 produttori in 29 comunità dislocate nella regione del Chiapas in Messico. La cooperativa è stata fondata nel 1983 con l'obiettivo di migliorare lo standard di vita dei produttori di caffè delle comunità. Nel 1992 ha ottenuto la certificazione FLO e da allora la collaborazione con il network Comes ha permesso alla cooperativa il raggiungimento di una serie di risultati che possono essere così riassunti.

- *Sicurezza economica*: i produttori appartenuti alla cooperativa hanno potuto beneficiare di una maggiore sicurezza e stabilità del proprio reddito di fronte alle fluttuazioni del prezzo del caffè. Il pre-finanziamento consente al coltivatore un accesso alle risorse finanziarie a condizioni sensibilmente più vantaggiose rispetto a quelle offerte dal mercato finanziario. Alcune cooperative hanno usato questi crediti per macinare e tostare il caffè per venderlo successivamente sul mercato locale. Il guadagno ottenuto da queste attività viene reimpiegato all'interno dell'organizzazione stessa. Un ulteriore aspetto riguardante la sicurezza economica è l'abilità di sviluppare colture alternative che sostengano l'autoconsumo familiare al fine di evitare che l'unica fonte di reddito sia legata al mercato delle commodities. La disponibilità di programmi che promuovono la coltivazione per il fabbisogno della famiglia riguarda i 2/3 delle organizzazioni
- *Benessere sociale*: Incrementando il reddito dei piccoli produttori, il loro accesso alla terra e al credito, è diminuita la sperequazione dei redditi sia all'interno della regione del Chiapas sia tra la regione del Chiapas ed il resto del Messico. Union Majomut insieme ad altre cooperative e ad altre organizzazioni indigene esprimono una forte determinazione nel creare una struttura democratica almeno all'interno dell'organizzazione, utilizzando espliciti meccanismi di voto ed assemblee. Un ulteriore elemento che favorisce il benessere sociale è l'incremento del livello di autonomia sia in termini organizzativi che in termini finanziari. Grazie al contributo del COMES infatti la cooperativa Majomut, è maggiormente indipendente sia nella organizzazione della produzione che nella gestione finanziaria e nell'accesso al credito.
- *Integrità ambientale*: la partecipazione al Commercio Equo incentiva i coltivatori a seguire una via sostenibile anche dal punto di vista ecologico: nella cooperativa Majomut infatti la coltivazione del caffè avviene in rotazione con altre tre piante in modo da non impoverire il

---

<sup>11</sup> Si veda Pérezgrovas Garza V., Cervantes Trejo E. (2002) per una analisi maggiormente dettagliata.

terreno; vengono inoltre riciclati i rifiuti organici. Il premio erogato a favore delle coltivazioni biologiche contribuisce notevolmente in questo senso.

### 5.3.2 Coffee program, APECA, caffè ad Haiti<sup>12</sup>

Il “Coffee program APECA” è stato sviluppato attraverso la cooperazione tra Oxfam e Intermon e con l’intermediazione di Sefades, con l’obiettivo di supportare la cooperativa di caffè Kopvoch, situata nel nord di Haiti. La collaborazione con il Comes ha permesso il raggiungimento di rilevanti obiettivi quali:

- *Produzione, marketing, accesso ai servizi finanziari:* a seguito dell’introduzione del programma APECA i produttori hanno sperimentato tre cambiamenti rilevanti: i) le informazioni relative al mercato del caffè sono notevolmente aumentate permettendo così di usufruire di una maggiore capacità negoziale con gli esportatori, ii) è aumentata la conoscenza tecnica che ha a sua volta permesso di migliorare la qualità del prodotto iii) è risultato facilitato l’accesso al credito che ha diminuito il livello di indebitamento dei produttori.
- *Organizzazione:* con riferimento all’organizzazione interna si è instaurata una struttura democratica basata sull’elezione di membri rappresentativi, senza alcuna disuguaglianza tra donne e uomini. E’ inoltre diminuita la dipendenza dagli intermediari locali mentre l’accesso alle informazioni riguardanti i prezzi e il mercato ha notevolmente migliorato la capacità gestionale.
- *Benessere sociale:* il programma APECA ha permesso un maggior accesso al cibo per le categorie maggiormente svantaggiate (bambini ed anziani) e ha incrementato l’accesso all’educazione dei bambini, tutto ciò è avvenuto grazie all’aumento del reddito disponibile derivante dall’aumento delle vendite del caffè e all’accesso al credito.
- *Impatto sul genere:* si può affermare che l’impatto del programma è stato significativo per le donne della cooperativa. Numerose donne hanno incrementato i loro redditi e hanno iniziato a partecipare al processo decisionale all’interno della struttura. L’equità tra generi è stata imposta come obiettivo all’inizio del programma e attuata con politiche mirate (es. corsi di formazione specifici)

---

<sup>12</sup> Si veda Villasenor (2000) per una analisi maggiormente dettagliata.

### 5.3.3 Coocafè, caffè in Costa Rica<sup>13</sup>

Fondata nel 1988 il consorzio Coocafè comprende nove cooperative (Coope Cerro Azul, Coopetila, Coope Pilangosta, Coope Montes de Oro, Coope Sarapiquí, Coope Santa Elena, Copabuena e Coope Llano Boito) e, con i suoi 3500 membri costituisce una delle realtà maggiormente rilevanti a livello mondiale nel panorama del commercio Equo. La collaborazione con il Comes ha permesso alla cooperativa di intraprendere numerose iniziative di carattere sociale ed imprenditoriale che hanno permesso il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- *Impatto diretto sui produttori:* i proventi derivanti dal market premium vengono divisi in parti uguali tra le nove cooperative e sono accantonati in fondi destinati a opere sociali quali: i) il Fondo Educazione, che ha come obiettivo quello di costruire scuole nelle zone rurali, ii) il Fondo per un'educazione complementare, per aiutare chi vuole proseguire gli studi, iii) il Fondo per gli studenti universitari. I produttori intervistati confermano un incremento del proprio reddito disponibile accompagnato da un miglioramento della stabilità e sicurezza lavorativa. Confrontando i dati del 1990 con quelli del 1998 si può notare un incremento del capitale totale medio tra le cooperative Coopeldos, Coope Cerro Azul, Coope Sarapiquí del 225%. Tutto ciò nonostante il fatto che durante il periodo considerato il 25% delle cooperative che trattavano caffè in Costa Rica siano fallite a causa della congiuntura sfavorevole del mercato.
- *Impatto indiretto sui produttori:* dalle interviste effettuate si evidenzia un incremento del senso di fiducia dei produttori nel rapporto di collaborazione con il Comes. Tutto ciò ha permesso alle cooperative di operare in un clima di maggiore stabilità e di fare investimenti a lungo termine importanti sia per la cooperativa che per la comunità nel suo complesso. Infine è riconosciuto un chiaro miglioramento dei servizi offerti dalle cooperative, infatti i membri hanno potuto contare sulla costruzione di supermercati, di assistenza tecnica nel campo agricolo e di programmi di educazione all'ambiente.

Naturalmente tutto va a beneficio non solo dei membri della cooperativa, ma anche a tutta la comunità, come ad esempio, la costruzione di strade voluta dalla cooperativa Coopeldos, la creazione di scuole e la presenza di donne sul lavoro.

Infine, grazie all'aumento di prestigio raggiunto da Coocafè le cooperative possono contare su un livello di rappresentatività nazionale e su delle facilitazioni governative concesse ai membri.

---

<sup>13</sup> Si veda Ronchi (2002) per una analisi maggiormente dettagliata.

#### 5.3.4 Quebrada Azul, caffè in Venezuela<sup>14</sup>

La cooperativa Quebrada Azul è nata dopo il collasso dell'accordo internazionale sul caffè del 1989. Comprendente 36 famiglie, la cooperativa è situata nel paese Andres Bello nelle Ande venezuelane ha iniziato nei primi anni '90 ad operare attraverso il Comes.

I benefici per l'organizzazione e la comunità sono stati molteplici:

- *economici*: Il fair premium ha permesso la costituzione di fondi, l'aumento del capitale di base e la distribuzione di dividendi ai vari membri.
- *ambientali*: la cooperativa aveva già una “vocazione ambientalista” derivante dall'introduzione di colture biologiche; questa vocazione è stata incentivata dall'adesione al Comes e la cooperativa è divenuta un punto di riferimento nella regione per il Ministero dell'Ambiente in particolare per quanto concerne la protezione delle acque e la lotta alla deforestazione.
- *sociali*: è stato introdotto un sistema di illuminazione dei sentieri, e una rete fognaria.
- *politici*: le attività della cooperativa hanno contribuito ad incrementare la sensibilità delle istituzioni governative verso le produzioni biologiche e ad istituire una certificazione a livello nazionale per esse.
- *intangibili*: i coltivatori hanno ritrovato l'orgoglio nel loro lavoro, aumentato i loro livelli di conoscenze che hanno condiviso con il resto della comunità.

#### 5.3.5 UCIRI, caffè Messico<sup>15</sup>

UCIRI è una unione di comunità indigene messicane che, nel 1983, decisero di unire le proprie forze per migliorare il processo di produzione e di commercializzazione del caffè. La partecipazione al network Comes è iniziata nel 1988 tramite Max Havelaar e attualmente Uciri costituisce uno dei progetti più rilevanti del marchio Comes in Messico. L'unione raggruppa quasi 2800 famiglie che esportano caffè certificato in numerosi paesi.

- *Impatto economico*. I produttori intervistati hanno sottolineato i benefici derivanti dall'accesso diretto al mercato del caffè che, eliminando la presenza di intermediari, aumenta il margine a disposizione dei singoli produttori. Inoltre la creazione di canali di commercializzazione individuali con grandi catene di distribuzione europee (es. Carrefour) ha permesso la creazione di una domanda costante per il caffè prodotto.
- *Impatto sociale*. Tramite il miglioramento del reddito e l'impiego del premio pagato dal Comes, Uciri ha potuto implementare una serie di iniziative che hanno sostanzialmente

---

<sup>14</sup> Si veda Abbott et al (1999) per una analisi maggiormente dettagliata.

<sup>15</sup> Si veda VanderHoff Boersma., (2002) per una analisi maggiormente dettagliata.

migliorato il livello di benessere sociale delle comunità interessate. In particolare i) è stato istituito un sistema di trasporto pubblico ii) è stato realizzato un sistema scolastico locale iii) è sensibilmente migliorata la qualità delle abitazioni dei membri (tetti adeguati, realizzazione del sistema fognario ecc.) iv) è stato creato un sistema sanitario locale con la costruzione di una piccola clinica medica e dentistica v) Uciri dedica una attenzione particolare alla democratizzazione del processo decisionale sia a livello locale che centrale. Esistono istituzioni preposte sia alla decisione che al controllo e monitoraggio. Le norme che regolano il processo decisionale (durata incarico, norme di eleggibilità ecc.) sono chiare e trasparenti.

- *Impatto sul genere.* La forte attenzione alla democratizzazione del processo decisionale ha esercitato un forte impatto sul genere. Attualmente le donne partecipano in modo più diretto sia nel processo produttivo che in quello decisionale.
- *Impatto ambientale.* Sin dalle sue origini Uciri è sempre stata caratterizzata da una attenzione particolare alla coltivazione di carattere biologico. L'adesione al network Comes ha accentuato questa predisposizione al punto che la quasi totalità del caffè attualmente prodotto appartiene a questa categoria. L'attenzione alla coltivazione biologica ha da una parte aumentato la consapevolezza per le famiglie membre di Uciri per la tutela ambientale, dall'altra è stata fonte di miglioramenti tangibili quali il costante miglioramento nella pulizia delle acque.

Nonostante l'incremento del reddito medio registrato negli ultimi anni, non si può dire che i redditi delle famiglie partecipanti ad Uciri siano adeguati a garantire la sopravvivenza delle famiglie di produttori, attualmente ancora notevolmente esposte alla fragilità del mercato del caffè. Inoltre l'accesso al sistema educativo, anche se è migliorato, rimane complessivamente inadeguato. La sfida principale per le famiglie di Uciri è costituita dalla diversificazione produttiva che può permettere loro di ridurre la dipendenza dal mercato di una sola commodity (il caffè) che è contraddistinta da una rilevante volatilità del prezzo. La diversificazione produttiva è tuttavia costosa ed allo stato attuale il semplice premio pagato dal Comes non permette di affrontare questa sfida. Per questo Uciri ha recentemente avuto accesso ad alcune forme di finanziamento erogate dal governo che, richiedendo bassi tassi di interesse, risultano particolarmente vantaggiose.

### 5.3.6 Maquita, cacao in Ecuador<sup>16</sup>

L'associazione Ageoexportadora Maquita ha iniziato la sua attività nel 1992. Maquita ha concentrato le sue operazioni in due province ecuadoriane, Esmeraldas e Manabi, dove si produce la maggiore

---

<sup>16</sup> Si veda Collison e Leon (2002) per una analisi maggiormente dettagliata.

quantità di cacao in Ecuador. Maquita opera in un sistema verticalmente integrato che riesce a essere remunerativo anche per i piccoli coltivatori.

Il caso di Maquita è particolare dato che la maggior parte del cacao prodotto viene commercializzato nel mercato tradizionale, mentre solo una parte minima viene venduta ad organizzazioni Comes. Tuttavia il comportamento di Maquita la fa rientrare di buon grado nella catena del Commercio Equo. Maquita, infatti, ha la reputazione di essere un buon esportatore Comes; non ha mai smesso di concedere dei pre-finanziamenti ai suoi membri; la qualità dei suoi servizi e prodotti è molto alta; infine le sue performance commerciali le hanno permesso di fornire dei sostanziali benefici commerciali ai piccoli produttori di cacao.

Maquita si distingue dai suoi competitori per vari aspetti:

- *prezzo*: Maquita dichiara di pagare i suoi membri tra l'8% e il 15% in più rispetto agli altri esportatori, inoltre attraverso la sua catena commerciale efficiente riesce ad assicurare dei benefici ai piccoli proprietari.
- *trasparenza*: Maquita mantiene un alto livello di trasparenza nelle sue operazioni usando accurati sistemi di valutazione e pubblicando i suoi risultati. Tutto ciò genera un notevole effetto di incentivo nei confronti delle altre unità che operano nel mercato.
- *formazione*: viene effettuata attività di formazione per varie attività, tra cui: tecniche di produzione, gestione, gestione di una fattoria. La formazione è resa possibile attraverso una scuola mobile chiamata "scuola del cacao".

### 5.3.7 Flor de Campanilla, Oxfam, Miele<sup>17</sup>

I produttori di Miel Flor de Campanilla Sociedad Civil (PMFC) sono un'organizzazione composta interamente da piccoli apicoltori, i 24 membri attuali provengono da 7 comunità indigene situate in 5 municipalità di Oaxacan, Messico. Attualmente il legame chiave nella catena commerciale di Flor de Campanilla è con il Commercio Equo che acquista il 100% dei prodotti venduti dall'organizzazione. I produttori intervistati mostrano una chiara percezione della differenza che esiste tra il Comes (in particolare Oxfam) e le organizzazioni private che agiscono a scopo di lucro. La percezione dei cambiamenti apportati con le organizzazioni di Commercio può essere così sintetizzate.

---

<sup>17</sup> Si veda Castro (2001) per una analisi maggiormente dettagliata.

ECONOMICI	CAPACITA' ACQUISITE
Aiuto ad entrare in nuovi mercati, altrimenti impossibile	Miglioramento della pulizia nei magazzini dove il miele viene prodotto
Prezzo equo per il miele	Rafforzamento delle condizioni igieniche sia dei magazzini che degli uffici
Ottenere un alto reddito rispetto al mercato locale	Riduzione dei rischi per la salute dei lavoratori
Generare uno stabile flusso di reddito	Formazione per migliorare gli standards qualitativi
Aiuto nell'acquistare strumentazione aggiornata	Formazione tecnica per l'uso del computer e dell'inglese per alcuni membri dello staff
Aiuto nel migliorare l'efficienza nelle operazioni lavorative	
Incremento del valore aggiunto del miele attraverso l'incremento della qualità.	

L'aspetto commerciale è quello che viene maggiormente considerato dai gruppi di produttori, sia perché attraverso il Commercio Equo hanno potuto evitare la mediazione con gli intermediari locali, sia perché hanno potuto vendere il loro miele in altri mercati.

- *Impatto sul reddito e sullo stile di vita.* La relazione con il Comes ha permesso a PMFC l'acquisizione di un importante grado di autonomia nonostante le avverse condizioni presenti nel contesto locale. Questo chiaro miglioramento tuttavia contrasta con la fragile struttura dell'organizzazione che ancora oggi è completamente dipendente rispetto alle organizzazioni Comes. Inoltre solo pochi membri dell'organizzazione riescono a guadagnare almeno il 75% del loro reddito attraverso l'apicoltura, i restanti devono svolgere altre attività per poter sopravvivere. Indubbiamente, il reddito generato dalla vendita del miele ai mercati Equo e Solidali, sebbene stagionale, rappresenta la situazione più vantaggiosa in un contesto di manodopera sottopagata, di disoccupazione e di discriminazione etnica, ma nella fase in cui lo studio è stato condotto i benefici generati non avevano ancora prodotto un chiaro impatto sulle vite dei produttori. In generale si può affermare che l'impatto sul reddito e le condizioni di vita è stato positivo, sebbene, per le condizioni descritte, non è stato registrato un cambiamento rilevante.
- *Impatto sulle capacità acquisite.* Il commercio Equo ha apportato una serie di innovazioni di processo e di prodotto che hanno notevolmente aumentato gli standard di qualità di PMFC. In particolare i) sono state apportate misure di controllo della peste ii) l'edificio di stoccaggio del miele è stato ristrutturato e dotato di una adeguata ventilazione iii) vengono effettuate regolari analisi di laboratorio (richieste da Oxfam) che hanno aiutato a identificare i problemi legati alla qualità iv) è stato migliorato il processo di filtraggio ed eliminati i rischi di contaminazione Oxfam ha inoltre avuto un ruolo chiave nella costruzione di

capacità riguardanti l'attività di business, sia nell'organizzazione interna, sia rispetto allo sviluppo delle capacità imprenditoriali dell'organizzazione. Questo tipo di impatto non è stato limitato solo a PMFC: quest'ultima infatti, essendo una cooperativa, ha trasferito il know-how alle piccole organizzazioni indigene, che, oltre a ricevere in questo modo informazioni sulla produzione del miele, sono venute a conoscenza e hanno diffuso i principi del Commercio Equo.

- *Impatto sulla gestione ed organizzazione interna:* a) è stata cambiata la sede amministrativa che ora è dotata di accesso ai moderni mezzi di comunicazione, b) è stato computerizzato il sistema amministrativo, c) è stato istituito un fondo sociale per la protezione dei lavoratori, d) si è provveduto a garantire prestiti ad interessi vantaggiosi per i produttori che devono far fronte a spese sanitarie, e) è stata migliorata la capacità commerciale grazie a consulenze, e supporto diretto di Oxfam f) è stato creato un piano di programmazione degli obiettivi in termini di espansione della capacità produttiva e diversificazione della produzione.
- *Impatto sul genere.* L'aspetto relativo all'impatto sul genere femminile risulta il più debole nell'esperienza di PMCF. Vi sono infatti solo due donne che lavorano come membri associati della cooperativa, mentre una terza è impiegata nell'amministrazione. Tuttavia nelle interviste le donne riconoscono i miglioramenti apportati nel loro nucleo familiare dalla collaborazione con Oxfam.
- *Impatto sull'ambiente* La protezione delle risorse naturali costituisce uno degli obiettivi della cooperativa

### 5.3.8 Volta River Estates Ltd., banane in Ghana<sup>18</sup>

Volta River estates Ltd. (VREL) è una piantagione commerciale registrata in Ghana che produce banane per i mercati europei del Commercio Equo sotto il marchio Okè dal 1996. Questa impresa è una delle uniche due iniziative, insieme a Kuapa KoKoo, del Comes in Ghana. VREL è situata nella regione Est del Ghana, l'area agricola è caratterizzata dalla presenza di piccoli proprietari che coltivano per la propria sussistenza e per il mercato locale. La maggior parte delle terre sono sotto il controllo dei capi tribù e l'accesso ai terreni è spesso problematico a causa di conflitti scatenati proprio per controllarle. VREL è stato registrato come produttore di banane per il Commercio Equo nel Novembre 1996, con l'obbligo del soddisfacimento dei criteri sociali e ambientali contemplati dal Comes. Dal punto di vista dell'impatto economico e sociale sono stati valutati i seguenti aspetti

- *Produzione e commercializzazione.* Ogni luogo di produzione è equipaggiato per imballare il prodotto che poi verrà spedito via mare al porto di Rotterdam. Ogni produttore registrato

---

<sup>18</sup> Si veda Blofield e Gallet (1998) per una analisi maggiormente dettagliata.

nel Registro Internazionale dei produttori di banane per il Commercio Equo può vendere i propri prodotti a qualsiasi importatore alla condizione che quest'ultimo abbia la licenza per utilizzare un marchio del Commercio Equo. VREL principalmente vende a Agrofair che commercializza banane sotto il marchio Oké. Un ulteriore vantaggio di cui può godere VREL tramite il Comes, è quello di ottenere delle buone condizioni commerciali nonostante tratti volumi di merci relativamente bassi.

- *Strategia ambientale*: oltre al monitoraggio attuato dalla Fondazione Max Havelaar, VREL è soggetta anche al controllo di impatto ambientale eseguito da Water and Sewerage Corporation. La principale politica ambientale adottata da VREL è stata la riduzione dell'uso di sostanze chimiche.
- *Impatto sociale*: 1) sindacati: i lavoratori di VREL sono rappresentati dal sindacato degli agricoltori in Ghana. Anche le donne hanno i propri rappresentanti. 2) condizioni lavorative: la maggior parte del lavoro è svolto da 900 lavoratori assunti a tempo pieno ai quali è stato accordato un salario di base di discreto livello; tutti hanno diritto a periodi di vacanza in aggiunta alle festività nazionali. 3) I lavoratori possono inoltre chiedere dei prestiti a interessi zero e ogni lavoratore ha diritto a un appezzamento di terra per coltivare il riso per la propria sussistenza.

### 5.3.9 Finca 6, Repubblica Dominicana, banane<sup>19</sup>

L'organizzazione Finca 6 comprende 275 produttori di banane; a seguito della crisi del mercato essa ha scelto, tramite il Comes, di coltivare banane biologiche, cercando di farsi spazio nel mercato competitivo mondiale.

- *Benefici materiali*: il premio equo è stato impiegato per finanziare numerosi progetti tra cui investimenti nelle infrastrutture o nel miglioramento della qualità della frutta.
- *Capacità organizzative*: uno dei maggiori problemi riscontrati dai coltivatori era caratterizzato dallo scarso controllo di qualità che indeboliva le caratteristiche dei prodotti riducendo il potere contrattuale dei produttori nei confronti degli esportatori. Attraverso la collaborazione con il Commercio Equo l'associazione ha potuto rafforzare le proprie capacità organizzative, incrementando la qualità e il volume delle vendite, e stilando un piano per il controllo qualitativo. Inoltre sono stati migliorati i luoghi di lavoro, sia per permettere delle migliori condizioni lavorative, sia per garantire una più efficiente organizzazione del processo produttivo.

---

<sup>19</sup> Si veda Shreck (2002) per una analisi maggiormente dettagliata.

- *Ricadute sociali*: dal punto di vista sociale vi sono numerose lacune rispetto ad altre iniziative intraprese con il COMES. Non si è ad esempio provveduto a istituire un organo decisionale che possa rappresentare tutta la comunità; in particolare le donne risultano poco rappresentate.

### 5.3.10 Casi selezionati in India e in Bangladesh, produzione di manufatti.<sup>20</sup>

In questa sezione vengono presentati alcuni casi selezionati di progetti che coinvolgono piccoli produttori di beni artigianali e di manufatti in India e in Bangladesh. Si tratta di realtà di piccole dimensioni, dedicate alla produzione di prodotti relativamente eterogenei. Sotto questo profilo esiste una forte diversità rispetto ai casi analizzati in precedenza che, riguardando principalmente commodities, presentavano un elevato grado di omogeneità nel prodotto.

1. Mennonite Central Committee (MCC) è una associazione di piccoli produttori che opera in Bangladesh dal 1972. MCC ha intrapreso un'indagine sui produttori di 7 progetti. Un totale di 54 produttori (donne) sono stati intervistati per raccogliere alcune informazioni di base relativamente alla loro condizione economica. I produttori hanno un'età che varia dai 19 agli 80 anni e la maggioranza è sposata (37/54). Le donne restanti sono vedove, abbandonate, divorziate o single. Il confronto con la posizione reddituale dei soggetti intervistati prima e dopo lo sviluppo del progetto ha mostrato un incremento sostanziale in particolare per le famiglie con i redditi più bassi. Il beneficio principale prodotto dal progetto è costituito dal fatto che attualmente le donne possono provvedere al loro sostentamento e a quello dei propri familiari. La fiducia in se stessi è il secondo beneficio acquisito segnalato dalle donne intervistate seguito dalla possibilità di istruire i loro figli, dal fatto di avere una maggiore consapevolezza sociale ed economica, dalla possibilità di acquistare una casa o un terreno.
2. Equitable marketing association (EMA) associazione di piccoli produttori nata nel 1977 in India. EMA non utilizza un metodo convenzionale per valutare gli effetti sui produttori. Il loro metodo informale consiste in una valutazione fornita da osservatori che si trovano nei villaggi dove si sono attuati i progetti. Kashibati può essere considerato un esempio positivo per quanto riguarda i cambiamenti avvenuti all'interno del villaggio. Il livello di prosperità del villaggio può essere misurato considerando che le abitazioni, precedentemente costruite con paglia e fango, sono ora costruite con mattoni e un tetto in tegole.
3. TARA (Trade Alternative Reform Action), associazione di piccoli artigiani nata in India nel 1973. TARA conduce le sue indagini sulle famiglie attraverso alcuni operatori sociali in loco. L'analisi effettuata ha rilevato che: i) i gruppi di produttori sono in grado di ottenere

---

<sup>20</sup> Si veda *Artisans du monde* per una analisi maggiormente dettagliata.

profitti del 25 al 50% superiori rispetto a quelli che agiscono tradizionalmente a mezzo intermediari e appaltatori ii) i guadagni delle famiglie sono considerevolmente aumentati con conseguente miglioramento delle condizioni di salute e igieniche, con la possibilità ulteriore di aprire conti in banche o in uffici postali e quindi di avere maggiori disponibilità finanziarie; iii) alcune famiglie, hanno iniziato a costruire piccole case o a rinnovare vecchie strutture; iv) nelle famiglie intervistate la maggior parte dei figli, maschi e femmine, frequenta la scuola regolarmente. Secondo l'interpretazione di TARA non viene impedito il lavoro dei bambini, ma viene dichiarato dagli intervistati che i bambini non dovrebbero lavorare se ciò dovesse interferire con la loro educazione scolastica. TARA sta sviluppando un progetto legislativo focalizzato contro lo sfruttamento dei bambini sul lavoro e per l'incremento di presenze femminili nella scuola.

4. Agra Model Stone workshop, laboratorio per la lavorazione della pietra situato in India (Agra). Il miglioramento principale derivante dalla creazione dell'officina per gli artigiani impegnati nella lavorazione della pietra è stato costituito dalla creazione di un sistema di areazione che, attraverso un ventilatore, immagazzina la polvere prodotta nell'area di lavoro. A seguito dell'implementazione del progetto, il conseguente incremento della produttività ha generato un incremento medio del salario del 25%. L'officina garantisce inoltre le cure mediche di base. Un esempio del miglioramento delle condizioni di vita può riguardare il caso di una delle poche lavoratrici donne. Precedentemente doveva lavorare 12 ore al giorno, in un luogo di lavoro ristretto e malsano. Attualmente, lavorando per Agra Model Stone, guadagna il doppio dello stipendio precedente ed è in grado di mandare a scuola i suoi due figli.

### 5.3.11 Ten Thousand Village<sup>21</sup>

Ten Thousand Village (comunemente chiamata Villages) iniziò la sua storia nel 1946 quando Edna Ruth Byler comprò dei vestiti ricamati in Porto Rico e li rivendette negli USA alle donne delle chiese e di vari circoli ed associazioni. L'esperienza continuò fino alla fondazione di Self-Help Craft in the Word che poi cambiò nome in Ten Thousand Village (1996), che oggi è un organizzazione che vende per circa 13 milioni di dollari l'anno e ha 200 negozi negli USA e in Canada. Il collegamento tra consumatori e artigiani è enfatizzato da Villages per aumentare la consapevolezza sulle necessità e le condizioni di vita degli artigiani. Nei negozi è stata messa a disposizione una quantità di materiale informativo favorendo la relazione tra il rivenditore e il consumatore. Le relazioni vengono continuamente alimentate con visite regolari (almeno una volta

---

<sup>21</sup> Si veda Carpenter (2000) per una analisi maggiormente dettagliata.

all'anno) finalizzate all'analisi delle condizioni di vita dei produttori, e delle loro necessità ed esigenze. Villages attribuisce un'attenzione particolare al fatto di garantire un certo numero di ordini annuali agli artigiani e inoltre permette un accesso al credito particolarmente favorevole ai propri membri. In aggiunta ai benefici legati alla commercializzazione (le vendite di Villages dal 1996 al 1999 sono aumentate del 50%) vi sono ulteriori benefici per i produttori locali che possono essere riassunti come segue: a) la stabilità nella relazione con Villages permette ai produttori di avere un reddito affidabile e continuo b) le relazioni di acquisto a lungo termine che permettono agli artigiani di investire nell'espansione dei loro affari e nell'efficienza c) l'assistenza nello sviluppo del prodotto permette agli artigiani di incrementare i successi nell'espansione ai mercati internazionali d) il supporto dato ai gruppi dei produttori permette di rafforzare le posizioni dei propri lavoratori migliorando così la qualità del lavoro e le condizioni di vita.

Con il reddito fornito da Villages gli artigiani hanno potuto inoltre effettuare investimenti per le scuole, ospedali, infrastrutture e incoraggiare la formazione di corporazioni in modo da rafforzare la posizione dei produttori nelle relazioni con i commercianti. Tra gli effetti intangibili possiamo considerare il fatto che sono state preservate le tradizioni e la cultura degli abitanti del posto. I lavoratori, in particolare le donne, si sentono affermati nel lavoro permettendo così l'aumento della fiducia in loro stessi e un maggior controllo nel loro lavoro e nelle loro vite.

### 5.3.12 COPAVIC, vetro soffiato in Guatemala<sup>22</sup>

COPAVIC è nata il 12 dicembre 1976 come il risultato di un'iniziativa collettiva di 17 artigiani della municipalità di Cantel, Dipartimento di Quetzaltenago, Guatemala. Attualmente la cooperativa conta più di 50 persone, per lo più indigeni, ed è divenuta un esempio di successo nella comunità e un punto di riferimento per i locali.

Sin dalle sue origini la cooperativa ha ottenuto un successo considerevole migliorando le condizioni di vita dei suoi membri e delle loro famiglie. La regione di Quetzaltenago è una tra le più povere del paese dove l'80% della popolazione vive al di sotto della soglia di povertà. Donne e bambini sono le categorie maggiormente penalizzate: le prime soffrono l'emarginazione sociale, ingiustizie e discriminazioni etiche, i secondi sono costretti a lavorare fin da giovanissimi. Le attività di Commercio Equo, e in particolare quelle portate avanti da Oxfam, sono state uno strumento importante garantendo all'organizzazione maggiore stabilità e rafforzandone la posizione nella comunità. Uno dei principali problemi per COPAVIC è la sua esposizione alle oscillazioni dei prezzi del petrolio, carburante impiegato per l'alimentazione dei forni per la produzione del vetro. La partecipazione al network Comes ha permesso a COPAVIC di ottenere supporti tecnici e

---

<sup>22</sup> Si veda Castro (2001) per una analisi maggiormente dettagliata.

materiale specifico necessario per la produzione di vetro colorato. Per ciò che riguarda il processo di produzione, l'applicazione dei principi del Commercio Equo (riciclaggio, miglioramento delle condizioni lavorative, lavoratrici donne...) ha portato benefici sia all'interno dell'organizzazione sia all'esterno. Infine il Commercio Equo, che garantisce circa il 57% dei ricavi derivanti dalle vendite costituisce un'importante fonte di domanda per COPAVIC.

I produttori percepiscono il Commercio Equo come un'attività che ha dato molti aiuti nel migliorare le condizioni di vita delle loro famiglie e della loro comunità nel suo complesso, infatti la cooperativa, inizialmente aperta ai soli membri, si è progressivamente trasformata in un sistema più complesso e stratificato dove i membri originari costituiscono solo il 20% dell'organizzazione. Le famiglie dei lavoratori sono coloro che beneficiano direttamente dell'attività di COPAVIC, essendo supportate in vari modi tramite l'aumento del reddito disponibile, il miglioramento delle condizioni di vita e migliori condizioni ed opportunità di lavoro. Tuttavia i benefici riguardano anche la comunità circostante, in particolare è emerso come le donne provenienti da famiglie coinvolte nell'attività, sono a loro volta molto attive nella comunità circostante in varie attività sociali e religiose.

- *Impatto sul reddito e sulle condizioni di vita.* L'impatto del Commercio Equo sulle performance economiche di COPAVIC è stato cruciale per la crescita dell'organizzazione. Il Comes ha contribuito allo sviluppo degli affari e all'apertura di nuovi mercati e ha permesso un chiaro miglioramento nell'utilizzo delle capacità produttive, nell'espansione delle attività e nell'incremento del capitale fisico. Il reddito medio disponibile per i lavoratori di COPAVIC è molto vicino alla soglia della povertà, ma risulta tuttavia molto più alto rispetto alla media dei lavoratori poveri presenti nel Paese. Inoltre COPAVIC, tenendo conto delle leggi sul lavoro, garantisce bonus annuali, controlli medici, assicurazioni sulla vita, prestiti ad interessi zero e per i lavoratori associati distribuisce i dividendi annuali.
- *Impatto sulla creazione e la crescita delle capacità.* Le risorse finanziarie e i supporti tecnici offerti dalle organizzazioni del commercio Equo hanno provveduto a far sì che COPAVIC avesse i mezzi necessari per espandere la propria capacità produttiva attraverso l'incremento degli investimenti in capitale fisico e in formazione tecnica, migliorando la sicurezza e l'organizzazione del luogo di lavoro, incrementando la qualità dei prodotti e introducendo adeguati standard internazionali. In particolare in questo contesto ha svolto un ruolo importante Oxfam fornendo: i) aiuto tecnico per raggiungere un miglior livello produttivo, ii) formazione per raggiungere gli standard di qualità, iii) supporti per meglio organizzare la struttura interna aiutando a far crescere la fiducia dei lavoratori nelle loro capacità.

- *Impatto sul processo di produzione.* La collaborazione con Oxfam ha portato notevoli cambiamenti quali: i) la sostituzione di forni alimentati a diesel, altamente inquinanti, con forni alimentati a gas, ii) il notevole miglioramento nella disciplina del lavoro (riduzione dell'assenteismo e maggior rispetto delle regole), iii) un deciso miglioramento di carattere organizzativo, iv) un forte incremento degli standard di sicurezza, v) la creazione di un luogo di lavoro caratterizzato dai servizi essenziali sia in termini di igiene che di strumenti di lavoro
- *Impatto sulla qualità del prodotto.* In questo caso le principali innovazioni sono state. i) sviluppo di prodotti maggiormente *market oriented* ii) formazione e training per i disegnatori che attualmente svolgono il proprio lavoro con computers e macchine digitali iii) introduzione di nuove tecniche per effettuare migliori rifiniture permettendo al contempo una varietà di prodotti più ampia, iv) introduzione di un sistema di codificazione e confezionamento dei prodotti.
- *Impatto sulla struttura organizzativa.* In termini di struttura organizzativa la collaborazione con il commercio equo ha permesso: i) la creazione di una vera e propria struttura organizzativa con attribuzione di compiti e responsabilità, ii) la creazione di un sistema di contabilità computerizzato, iii) l'introduzione di incentivi alla produzione, iv) la costruzione di una mensa per il personale, v) la costituzione di una assicurazione sulla vita, sugli infortuni, una assicurazione medica, e vi) la creazione di centri di ricreazione e di formazione
- *Impatto sul genere.* Questo costituisce probabilmente l'ambito ove si sono registrati i progressi più limitati, infatti solo tre donne risultano lavoratrici di COPAVIC. Tuttavia esse hanno dato risposte positive riguardo alla loro condizione attuale e all'aiuto fornito da COPAVIC in termini reddituali e sociali.
- *Impatto sull'ambiente* Per le sue particolari caratteristiche COPAVIC costituisce un esempio eccellente di attività con una forte attenzione per l'ambiente grazie alle iniziative di riciclo del vetro, e di riduzione dell'uso di carburanti inquinanti.

### 5.3.13 Rapporto Oxfam

Concludiamo questa sezione presentando i principali risultati del rapporto redatto da Oxfam sull'impatto di 18 progetti dislocati in 7 diversi paesi. Nonostante il fatto che alcuni dei progetti siano già stati analizzati nei paragrafi precedenti, l'analisi di Oxfam permette sia di avere una valutazione di insieme sia di analizzare congiuntamente diversi progetti con metodologie uniformi. Le caratteristiche dei produttori sono presentati nella Tabella 2 e nella Tabella 3.

Tabella 2: Distribuzione geografica dei progetti

PAESI	N. di gruppi
India	5
Filippine	4
Bangladesh	2
Ghana	2
Peru	3
El Salvador e Guatemala	2
Totale	18

Tabella 3: Principali caratteristiche dei gruppi dei produttori

Nome	Date: creazione (relazione con Oxfam)	Numero di lavoratori	femmine (% del totale)	Principale luogo di lavoro	Mercato principale (e % del totale)
DSK	1991 (1984)	149	15	Casa e piccoli laboratori	Oxfam Fair Trade (74.5)
HILAA	1992 (1990)	22	0	Casa e piccoli laboratori	Oxfam Fair Trade (91.1)
RTU	1986a (1990)	78	87	Grandi laboratori	Oxfam Fair Trade (34)
SHARE	1992 (1983)	800	100	Piccoli laboratori	Altre Org. Fair Trade (54)
WIT	1968 (1975)	200	100	Casa	Mercato locale (85.9)
Bahay	1971 (1994)	50	22	Grandi laboratori	Oxfam Fair Trade (50)
BAMPCI	1991 (1995)	55	40	Casa e piccoli laboratori	Oxfam Fair Trade (100)
RHA	1991 (1995)	12	92	Casa e piccoli laboratori	Oxfam Fair Trade (61)
RBPA	1996 (1996)	20	50	Casa	Altre Org. Fair Trade (65)
HEED	1997 (1985)	536	23	Casa e piccoli laboratori	Oxfam Fair Trade (64)
Action Bag	1977 (1978)	60	70	Casa e piccoli laboratori	Altre Org. Fair Trade (65.9)
Bolgatanga	1995 (1997)	965	99	Casa e piccoli laboratori	n.d.
Foase	1980 (1995)	320	38	Casa e piccoli laboratori	Esportatori (40)
Tawaq	1985 (1988)	25	4	Casa	Altre Org. Fair Trade (90)
Rasuwilca	1986 (1994)	16	25	Casa	Altre Org. Fair Trade (88)
Women Assoc. Puno	1992f (1994)	259	84.2	Casa e piccoli laboratori	n.d.
SES	1993 (1997)	94	45	Campo	Altre Org. Fair Trade (55)
COPAVIC	1977 (1992)	56	5	Un grande laboratorio	n.d.

I colloqui e le interviste dirette con gli stessi produttori hanno permesso di riassumere nel seguente modo le differenze tra il Commercio Equo e quello tradizionale così come percepite dai produttori stessi.

COMMERCIO EQUO	COMMERCIO TRADIZIONALE
Fiducia, contatto diretto con i produttori	Attenzione per il prodotto e non per il produttore
Il profitto non è l'unico obiettivo	Il profitto è l'unico obiettivo
Aiuto/supporti	Nessuna responsabilità verso gli altri
Contatti tra i produttori e i compratori	Nessun contatto
Opportunità per i poveri	Profitto non equo per i produttori
Informazione e trasparenza	L'unico interesse è che il prodotto venga consegnato nei termini richiesti
Accettazione delle circostanze locali	
Ordini garantiti e pagamenti alla scadenza	Ordini di piccole quantità
Incoraggiamento delle abilità	
Suggerimenti per il design	
Rafforzamento delle relazioni internazionali	

I produttori intervistati sono risultati interessati ad essere coinvolti nel network Comes perché garantisce una serie di vantaggi che il mercato tradizionale non offre. Al di là del miglioramento reddituale i produttori hanno dato molta enfasi al fatto che il commercio equo permettesse di incrementare la fiducia tramite l'incoraggiamento delle abilità personali, la disponibilità e la trasparenza delle informazioni, il tutto nel rispetto delle diverse identità locali.

- *Reddito e condizioni di vita.* Qualsiasi esercizio volto a misurare l'impatto dell'introduzione di nuove attività sul benessere dei beneficiari risulta molto complesso, soprattutto in piccole realtà rurali dove non esiste un reale mercato del lavoro. Lo studio di Oxfam ha di conseguenza provveduto a calcolare il costo opportunità del lavoro considerando le attività alternative che possono essere svolte all'interno delle comunità considerate. La Tabella 4 riassume i risultati dell'esercizio: le colonne (1) e (2) descrivono i gruppi dei produttori e i manufatti coinvolti, la colonna (3) misura il reddito giornaliero in sterline (UK); le colonne (4) e (6) forniscono il costo opportunità del lavoro e l'ultima colonna mostra il cosiddetto Economic Impact Ratio (EIR) che indica quanto i produttori coinvolti nel Commercio Equo ricevono confrontato con ciò che guadagnano attraverso le altre attività. Si può notare come in media le attività del Commercio Equo forniscono un reddito più alto rispetto alle altre attività: la differenza è pari al 28% utilizzando una media semplice, mentre utilizzando una media ponderata che tiene conto della dimensione dei gruppi il reddito risulta superiore del 9%. Si noti che dai dati della tabella emerge che alcuni produttori lavorano per un salario

che risulta più basso del loro costo opportunità. Questo aspetto può essere spiegato considerando da una parte la forte inefficienza del mercato del lavoro nelle realtà investigate (esistenza di disoccupazione involontaria) e dall'altra il fatto che spesso la produzione di manufatti artigianali è spesso associata ad una attività di carattere agricolo. In questo caso l'interazione con il Comes genera una complementarità tra attività artigianale e attività agricola altrimenti impossibile, per cui confrontare con il costo opportunità il solo rendimento delle attività Comes diventa per definizione improprio.

Tabella 4: Confronto dei redditi generati dalle attività del commercio equo (in sterline)

Nome	Tipo di prodotto	A. reddito giornaliero	B. Costo opportunità			Economic Impact Ratio A/B
			Guadagno nel mercato domestico	Salari locali	Salari minimi	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
DSK – DA	Coprietto	4.16	3.33			1.25
DSK – SC	Artigianato di pietra	6.84	3.41			2.01
HILAA	Forniture per la casa	8.77		4.13		2.12
SHARE	Cestini di paglia	1.54		1.66		0.93
Bahay	Artigianato in legno	6.96			9.26	0.75
RBPA	Forniture	6.15			6.93	0.89
HEED	Telai a mano	3.04		2.34	1.62	1.54
Action Bag	Tutti i tipi di borse	2.09		2.34	1.62	1.06
Bolgatanga	Cestini di paglia	2.73		4.13	2.07	0.88
Tawaq	Ceramiche	8.80			5.97	1.48
Rasuwilca	Sculture di pietra, tessile	6.05			5.97	1.01
SES	Agricoltura	9.99	7.99	5.45		1.49
SES	Piante – 1° Livello	9.48		5.45		1.74
SES	Piante – 2° Livello	4.58		5.45		0.84
Media non ponderata						1.28

Un secondo aspetto che è opportuno considerare è quello che analizza l'esperienza e il capitale fisico apportato dalle organizzazioni di Commercio Equo presso le organizzazioni dei produttori. Infatti, in generale, le strategie di investimento riguardano l'incremento del capitale fisico e l'arricchimento del capitale umano, ed è evidente l'apporto fornito in questo senso dalle organizzazioni del Commercio Equo.

- *Capacità acquisite.* Lo sviluppo delle risorse umane è uno degli obiettivi strategici di Oxfam. Il programma incoraggia lo sviluppo di capacità nei campi economici, tecnici e organizzativi. Le organizzazioni di Commercio Equo hanno mostrato di svolgere molte attività in questo senso, tutti i gruppi dei produttori analizzati hanno ricevuto corsi di formazione in merito all'analisi dei costi e sul design o sullo sviluppo del prodotto. L'impressione generale riguardante l'impatto di Oxfam nella generazione di nuove capacità

è molto positiva, ciò inoltre rende molto più facile l'accesso di queste organizzazioni ai mercati internazionali. Il metodo di valutazione basato sul giudizio degli esperti impiegati sul campo, considera diversi aspetti: la creazione di nuove capacità, l'accesso al mercato, l'organizzazione degli affari e la diversificazione dell'attività di commercializzazione (misurata in percentuale rispetto al totale delle vendite destinate ad acquirenti diversi dal Commercio Equo).

Tabella 5: impatto di Oxfam sulle capacità acquisite nei produttori selezionati

Gruppi di produttori (1)	Nuove capacità (2)	Accesso al mercato (3)	Organizzazione degli affari (4)	Diversificazione <sup>23</sup> (5)
DSK	***	***	**	26
HILAA	***	**	*	9
RTU	*	*	*	66
SHARE	*		*	64
WIT	*	*	0	89
BAHAY	***	*	0	50
BAMPCI	***	***	**	0
RHA	*	**	0	39
RBPA	*	*	.	65
Heed Handicrafts	***	*	**	36
ACTION BAG	**	*	*	77
BOLGATANGA	0		0	30
FOASE	.		0	75
TAWAQ	*	*	*	90
RASUWILCA	*	*	*	88
SES	*	*		55

Bianco: informazioni insufficienti

0: nessuna capacità acquisita si è rilevata durante il periodo studiato

\*: crescita positiva parzialmente dovuta a Oxfam

\*\* : crescita positiva che può essere pienamente associata a Oxfam

\*\* : crescita veramente significativa dovuta a Oxfam

. : crescita positiva , ma non dovuta a Oxfam

Dalla tabella si può notare come Oxfam ha contribuito all'acquisizione delle capacità in quasi tutti i gruppi dei produttori, l'unica eccezione è quella del Ghana, e ciò è parzialmente spiegato dal fatto che la relazione instaurata con questo gruppo di produttori è relativamente recente.

<sup>23</sup> Misurata come percentuale rispetto al totale, delle vendite destinate ad acquirenti diversi dal Commercio Equo.

Tabella 6 Caratteristiche del genere nei gruppi selezionati

Nome	No. degli artigiani membri	Donne	uomini	% donne	% uomini
DSK	149	22	127	14.8	85.2
HILAA	22	0	22	0	100
RTU	78	68	10	87	13
SHARE	460	460	0	100	0
WIT	50	50	0	100	0
BAHAY	150	11	39	22	78
BAMPCI	155	22	33	40	60
RHA	112	11	1	91.7	8.3
RBPA	120	10	10	50	50
HEED	636	122	414	22.8	77.2
Action Bag	60	54	6	90.0	10.0
Bolgatanga	1065	955	10	99.0	1.0
Foase	420	120	200	37.5	62.5
Tawaq	125	1	24	4.0	96.0
Rasuwilka	116	4	12	25.0	75.0
Women Assoc. Puno	259	218	41	84.2	15.8
SES	194	42	52	44.7	55.3
COPAVIC	56	3	53	5.4	94.6
Average	3,227	2,161	1,066	46.6	53.4

Fonte: sulla base dei dati inclusi nei rapporti riguardanti i gruppi dei produttori

L'impatto è positivo, ma meno significativo, anche per ciò che riguarda l'organizzazione dell'attività economica. Nell'area riguardante l'accesso al mercato il risultato è generalmente positivo, almeno il 44% dei produttori vende la metà della sua produzione ad Oxfam.

- *Impatto sul genere.* L'impatto del Commercio Equo sul genere è molto influenzato dalle condizioni familiari e sociali in cui la donna si trova. Molti sono i fattori che giocano un ruolo chiave nella condizione della donna, come ad esempio lo stato civile, la sua età e la sua posizione all'interno della famiglia. La Tabella 6 mostra le caratteristiche per genere dei gruppi analizzati. Nei 18 gruppi analizzati si può notare come in 14 di questi il genere maschile è presente per il 70% in più rispetto a quello femminile. Le spiegazioni sono imputabili a diversi fattori: i) al fattore culturale che sottolinea la divisione del lavoro, ii) al fatto che i produttori si sentono più a loro agio a lavorare con le persone dello stesso sesso, iii) al tipo di capacità richieste per la produzione di prodotti artigianali. Tuttavia si può affermare che le condizioni delle donne sono migliorate grazie alle attività del Commercio Equo. Infatti il Comes può offrire delle condizioni di vita differenti e genera delle nuove fonti di reddito e di lavoro. Tutto ciò generalmente migliora le condizioni delle donne, incrementa la loro autostima e espande i loro ruoli nei processi di decisione nell'ambito familiare. Il Commercio Equo sembra inoltre ben conciliarsi con le numerose attività che le donne devono svolgere. Ad esempio durante una discussione avvenuta in un incontro in

Bangladesh con le donne coinvolte nella produzione di beni artigianali è emerso che esse riescono a combinare il loro ruolo tradizionale di casalinga e di madre con quello di lavoratrice, grazie alla prossimità del posto del lavoro, alla possibilità di avere orari flessibili o di lavorare in casa. Nonostante i benefici sottolineati sopra, le ineguaglianze legate al sesso spesso rimangono presenti in quasi tutte le organizzazioni analizzate.

- *Impatto ambientale.* Oxfam incoraggia l'uso di materie prime e dei metodi di produzione che non danneggino l'ambiente. Come nel caso della questione sul genere, l'impatto sull'ambiente non è chiarito in tutti i suoi aspetti e molti rapporti non includono sezioni specifiche che si occupano di questo. In molti casi l'attenzione all'ambiente si può riconoscere in alcuni accorgimenti adottati nel posto di lavoro.

## **6. Analisi dell'archivio dei produttori**

In questa sezione vengono prese in esame le caratteristiche dei produttori che collaborano con la realtà Comes italiana. Il campione di riferimento è costituito dall'insieme degli importatori del network Comes operanti in Italia. Non sempre tutti i dati sono disponibili per tutte le organizzazioni di produttori, specialmente per quelli che sono stati oggetto di "test" di acquisti per un solo anno. Al fine di ridurre il margine di incertezza derivante da queste problematiche sono stati inclusi i produttori che hanno avuto relazioni commerciali dirette con organizzazioni italiane nel triennio 2003-2004-2005. Sono stati considerati tutti gli acquisti da produttori (iscritti o no ai registri internazionali) di tutte le organizzazioni segnalate. L'archivio comprende 18 importatori che hanno relazioni di import con complessivamente 338 produttori dislocati nel Sud del Mondo. Il valore complessivo di importazioni ammonta nel 2005 a più di 13 milioni di Euro.

Le importazioni sono riferite principalmente a beni di carattere artigianale. Il 68.3% dei produttori infatti è specializzato in questi prodotti mentre il rimanente 31.7% è specializzato nella produzione di beni di carattere alimentare.

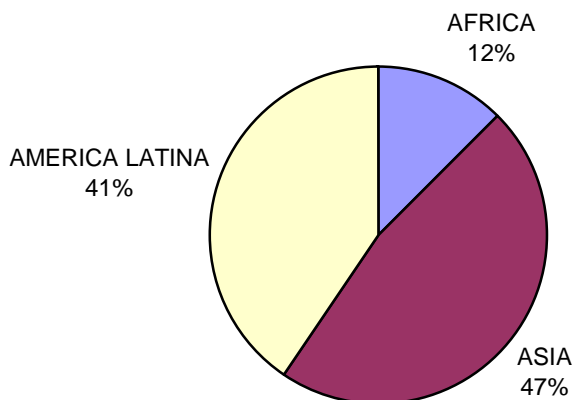
Con riferimento alla distribuzione geografica delle importazioni, la Figura 1 rivela che esse provengono principalmente da Asia ed America Latina mentre una quota minoritaria (12%) proviene dall'Africa. La forte prevalenza dei prodotti di carattere artigianale è particolarmente marcata in Asia ed in Africa con percentuali rispettivamente del 77 e del 75%, mentre risulta meno marcata in America Latina (61%) dove è nota la forte specializzazione nei prodotti alimentari.

La Figura 2 e la Figura 3 mostrano che la struttura del mercato degli importatori risulta fortemente concentrata con un operatore (CTM altromercato) che realizza complessivamente più del 60% del valore delle importazioni. Più in generale i primi 5 importatori rappresentano complessivamente più del 90% del mercato. Infine l'analisi dei singoli importatori rivela che il panorama italiano risulta

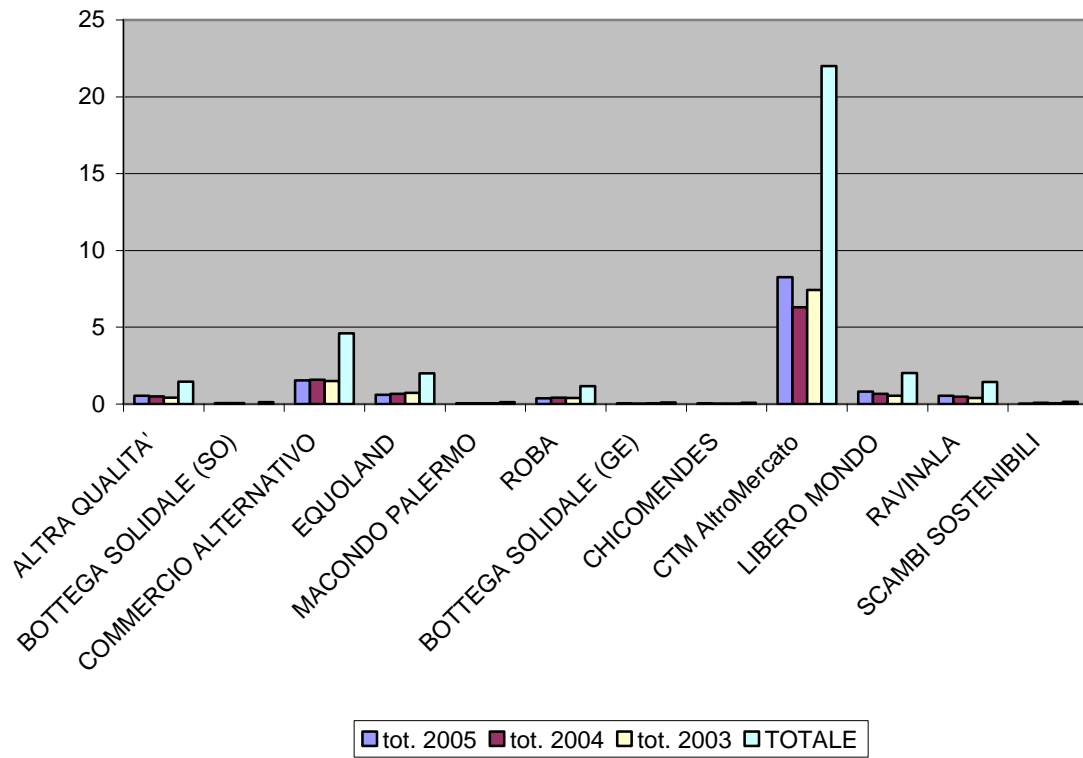
fortemente eterogeneo: accanto a importatori di grosse dimensioni (CTM, Chicomendes, Commercio Alternativo) e fortemente diversificati sia con riferimento all'area geografica di riferimento sia con riferimento alla tipologia di produttori con cui hanno rapporti, convivono piccoli importatori (Bottega solidale di Genova e Sondrio) caratterizzati da una monorelazione con una specifica realtà produttiva oppure operanti con pochi produttori in una sola area geografica (Ravinala). Le figure relative ai singoli produttori sono riportate in appendice.

La forte concentrazione del mercato degli importatori è presente solo nei due mercati più importanti, ovvero in Asia e America Latina. In Africa invece il mercato degli importatori risulta più equamente distribuito grazie alla presenza di operatori fortemente specializzati nella realtà africana. Considerando la dinamica temporale degli ultimi 3 anni notiamo una rilevante flessione nel 2004 rispetto agli anni precedente e successivo. Tale flessione è ascrivibile interamente alla contrazione delle importazioni dall'America Latina. Le figure successive riportano l'analisi precedente alle tre macro aree geografiche. Da esse è possibile trarre alcune sintetiche considerazioni. La contrazione delle importazioni provenienti dall'America Latina non è un fenomeno circoscritto al solo 2004. Anche il 2005 risulta infatti sensibilmente al di sotto dei valori registrati nel 2003. Una possibile causa di questa contrazione può essere costituita dal deprezzamento del Dollaro statunitense, valuta con cui vengono regolati i contratti di import-export di prodotti alimentari, prevalenti nei confronti dei produttori dell'America Latina. L'Africa è la regione caratterizzata dal trend di crescita più marcato anche se i volumi di importazioni sono sensibilmente inferiori rispetto alle altre due aree geografiche.

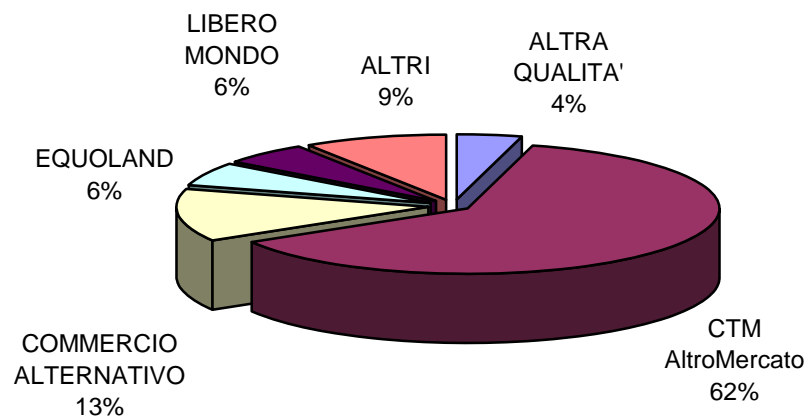
**Figura 1 distribuzione valore importazioni per regione**



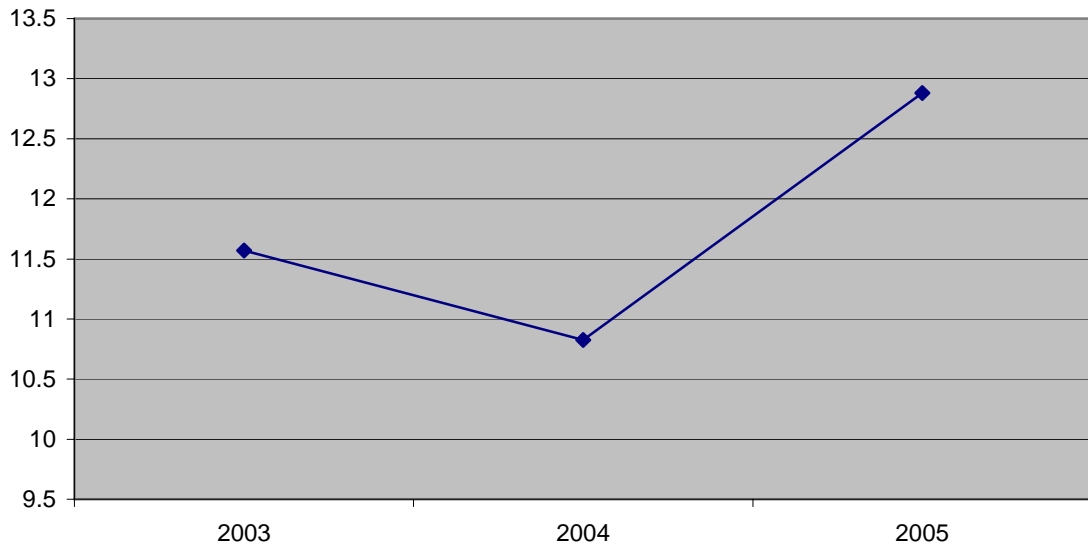
**Figura 2 Importazioni complessive, milioni di Euro**



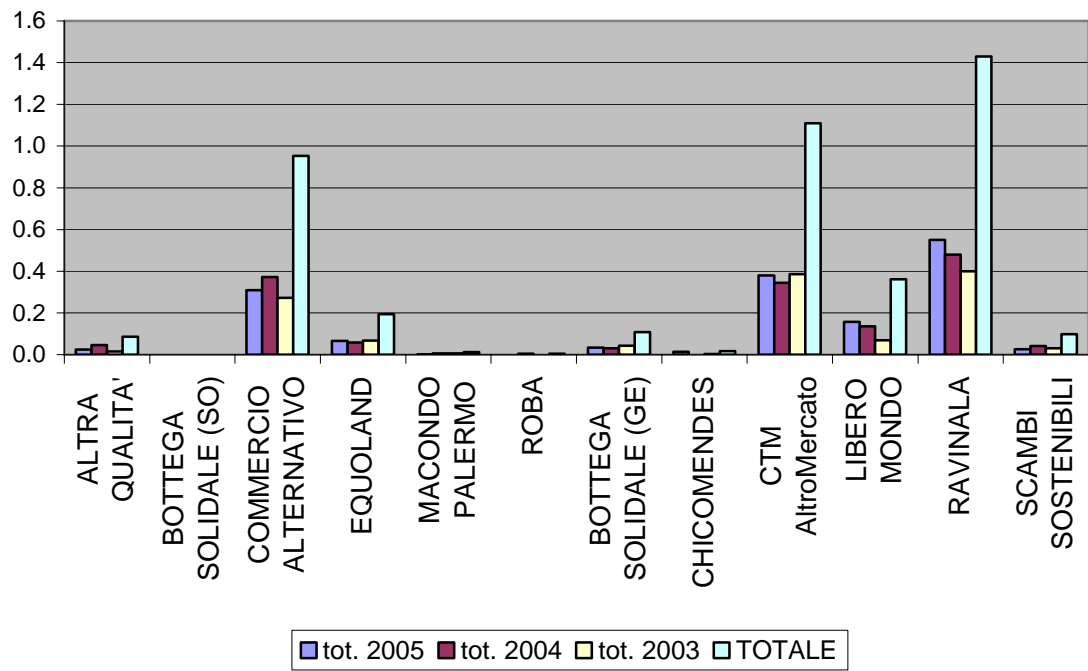
**Figura 3 Distribuzione complessiva per importatori**



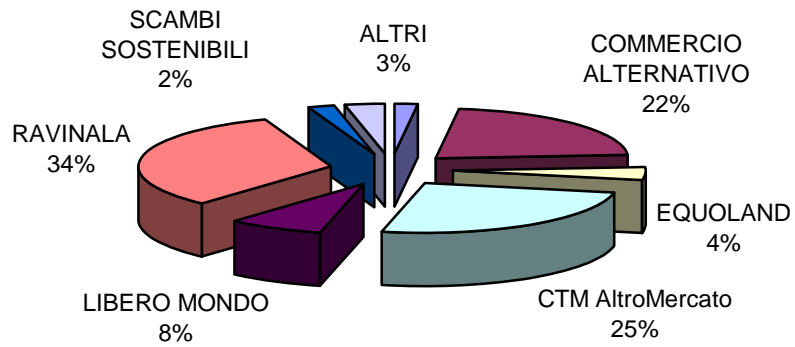
**Figura 4 andamento importazioni complessive, milioni di euro**



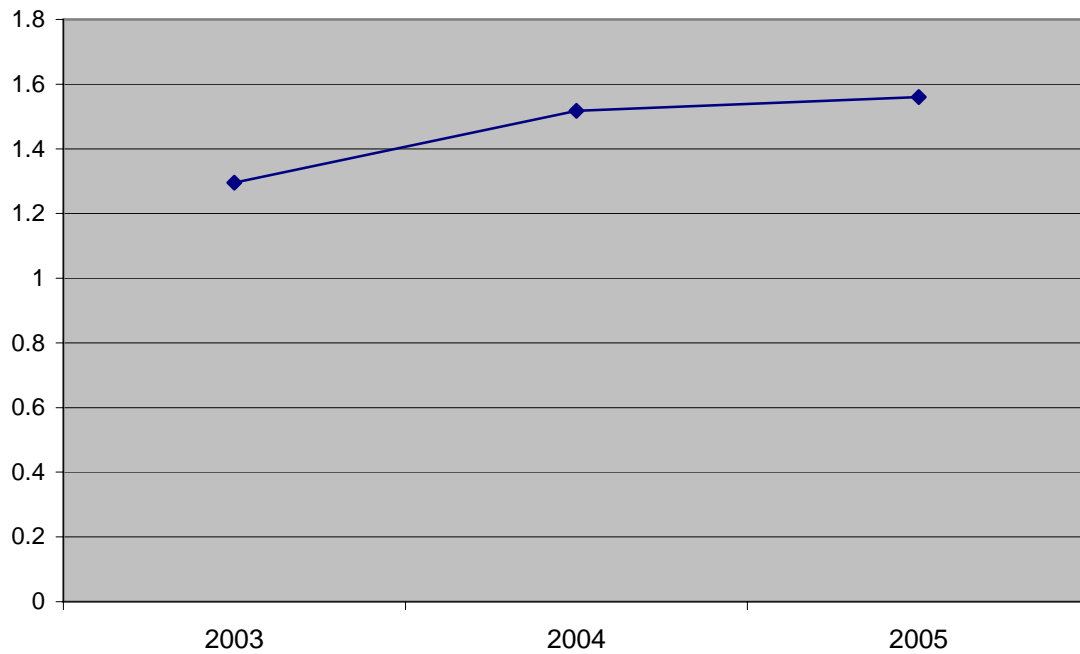
**Figura 5 Africa Importazioni complessive, milioni di Euro**



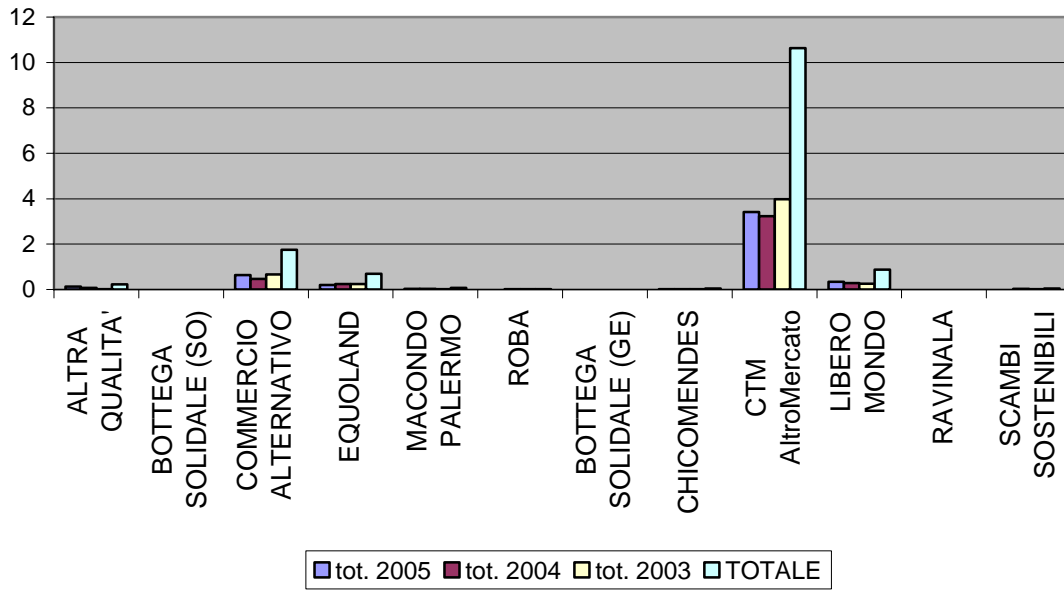
**Figura 6 Africa, Distribuzione per importatori**



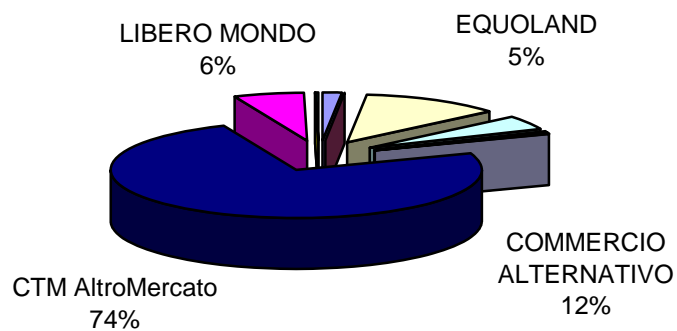
**Figura 7 Africa, andamento importazioni complessive, milioni di euro**



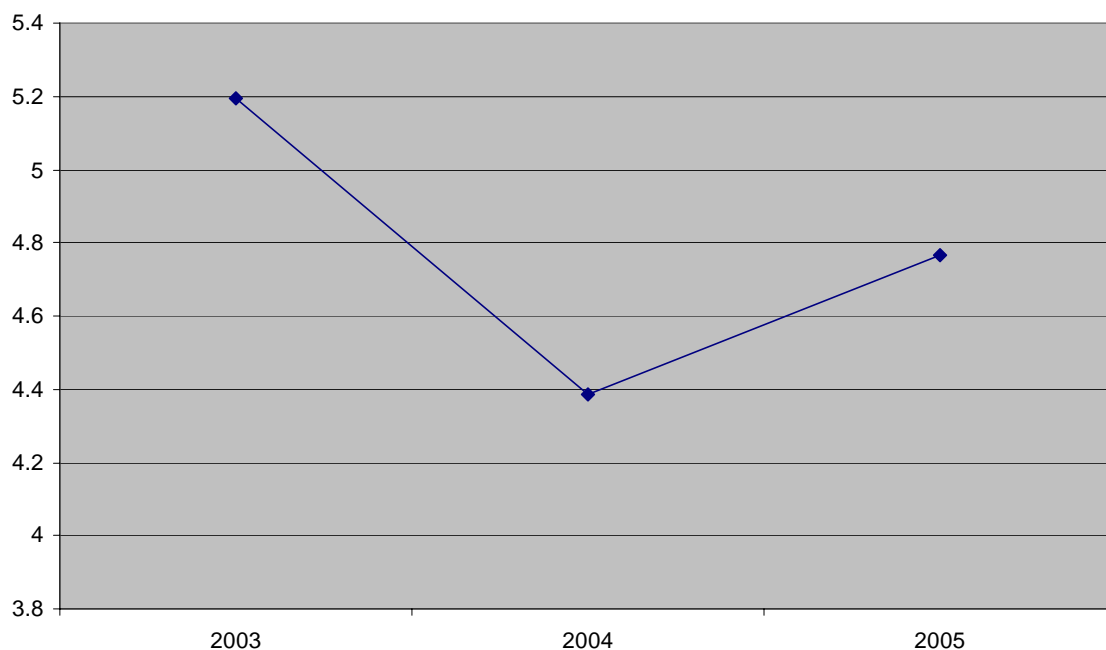
**Figura 8 America Latina, importazioni complessive, milioni di Euro**



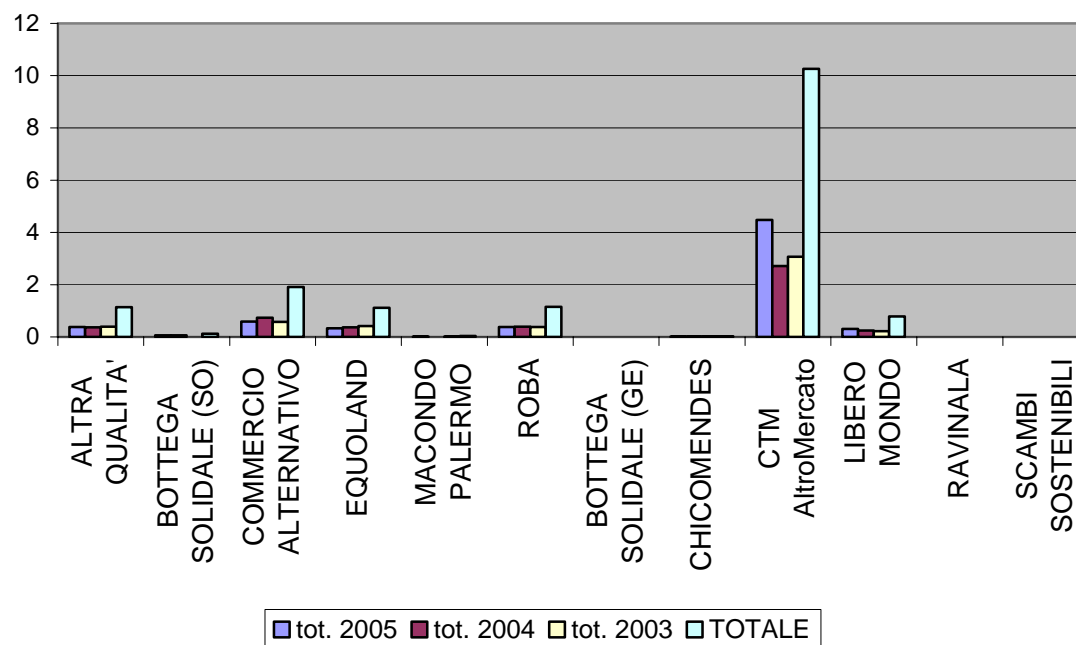
**Figura 9 America Latina, distribuzione per importatori**



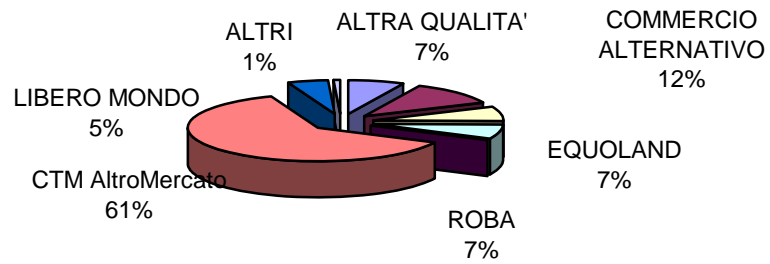
**Figura 10 America Latina, andamento importazioni complessive, milioni di euro**



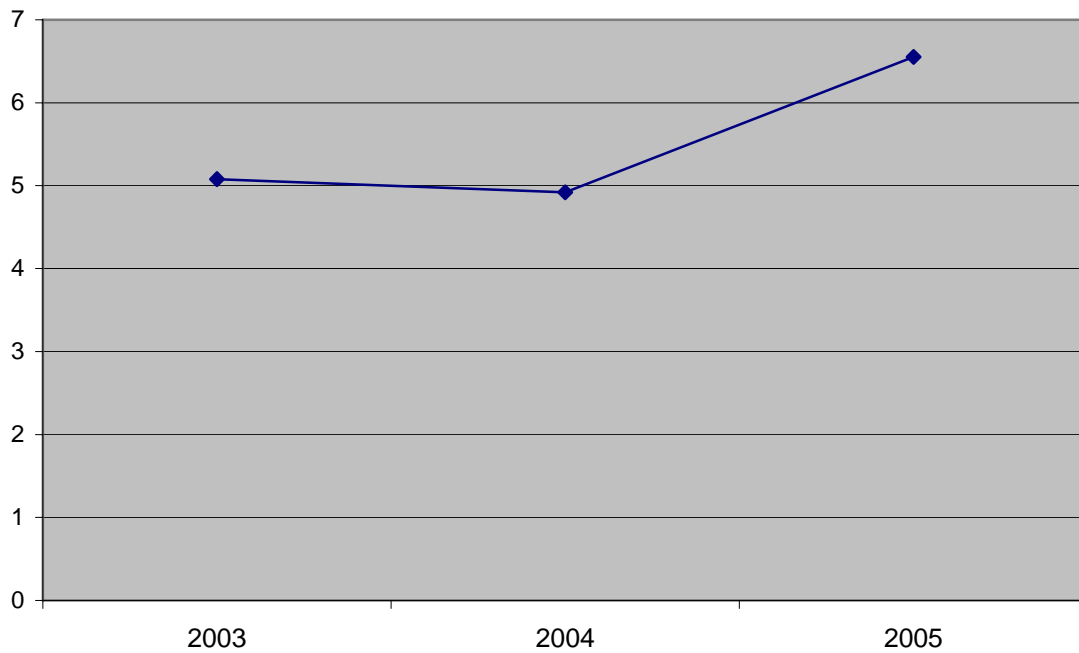
**Figura 11 Asia, importazioni complessive, milioni di Euro**



**Figura 12 Asia, distribuzione per importatori**



**Figura 13 andamento importazioni complessive, milioni di euro**



## **7. Analisi di un campione di casi studio: una indagine quantitativa**

Questa sezione si propone di effettuare una indagine quantitativa a partire da un campione di casi studio selezionati. Il campione comprende tutti i produttori agricoli che esportano in Italia più un campione di 51 produttori di beni manufatti selezionati da Agices che ha raccolto la documentazione attraverso interviste a testimoni privilegiati. Dopo una breve descrizione delle caratteristiche salienti del campione per specializzazione produttiva e localizzazione geografica, prenderemo in esame le caratteristiche delle collaborazioni tra il Comes e i produttori, concentrando l'attenzione sui seguenti aspetti: i) gli obiettivi che i produttori dichiarano di voler raggiungere attraverso la partecipazione al Comes; ii) i canali di collaborazione e i servizi erogati dal comes, per misurarne gli effetti in termini di maggiore efficienza; iii) le specifiche forme organizzative adottate dai produttori per partecipare al Comes, nonché l'esistenza di azioni, conseguenti alla collaborazione con il Comes, volte a migliorare i sistemi sanitario ed educativo a livello locale, così da misurarne l'impatto sul cosiddetto capitale sociale e sul capitale umano.

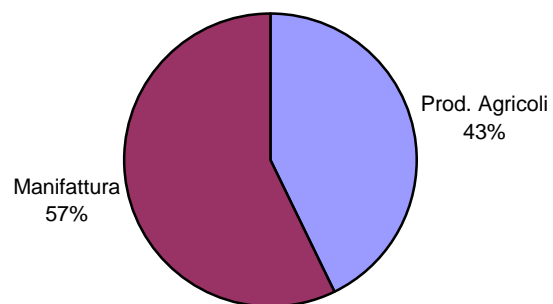
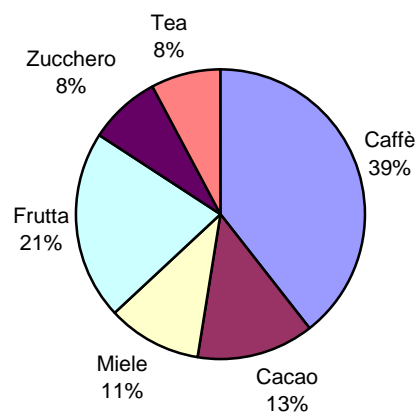
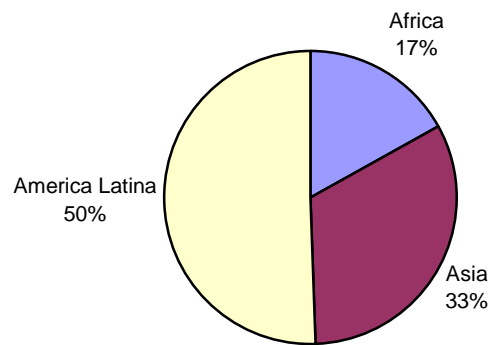
### 7.1 Descrizione del campione osservato<sup>24</sup>

Il campione osservato comprende 89 produttori localizzati nel Sud del mondo, di cui 38 produttori di beni agricoli e 51 di beni manifatturieri. Tra i prodotti agricoli prevalgono le tradizionali commodities quali caffè, cacao e zucchero. Dal punto di vista della collocazione geografica più della metà dei casi analizzati è localizzata in America Latina. Purtroppo i dati sul fatturato sono largamente incompleti. Sebbene le collaborazioni analizzate siano attive da diversi anni, in alcune circostanze si sono resi disponibili solo i dati di fine periodo mentre in non pochi casi è accaduto l'opposto.

---

<sup>24</sup> I rapporti forniti da Agices e da FLO sono raccolti, in forma anonima, nell'allegato 2.

## CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE DI PRODUTTORI



La Tabella 7 mostra nel dettaglio la distribuzione dei singoli casi studiati per Paese.

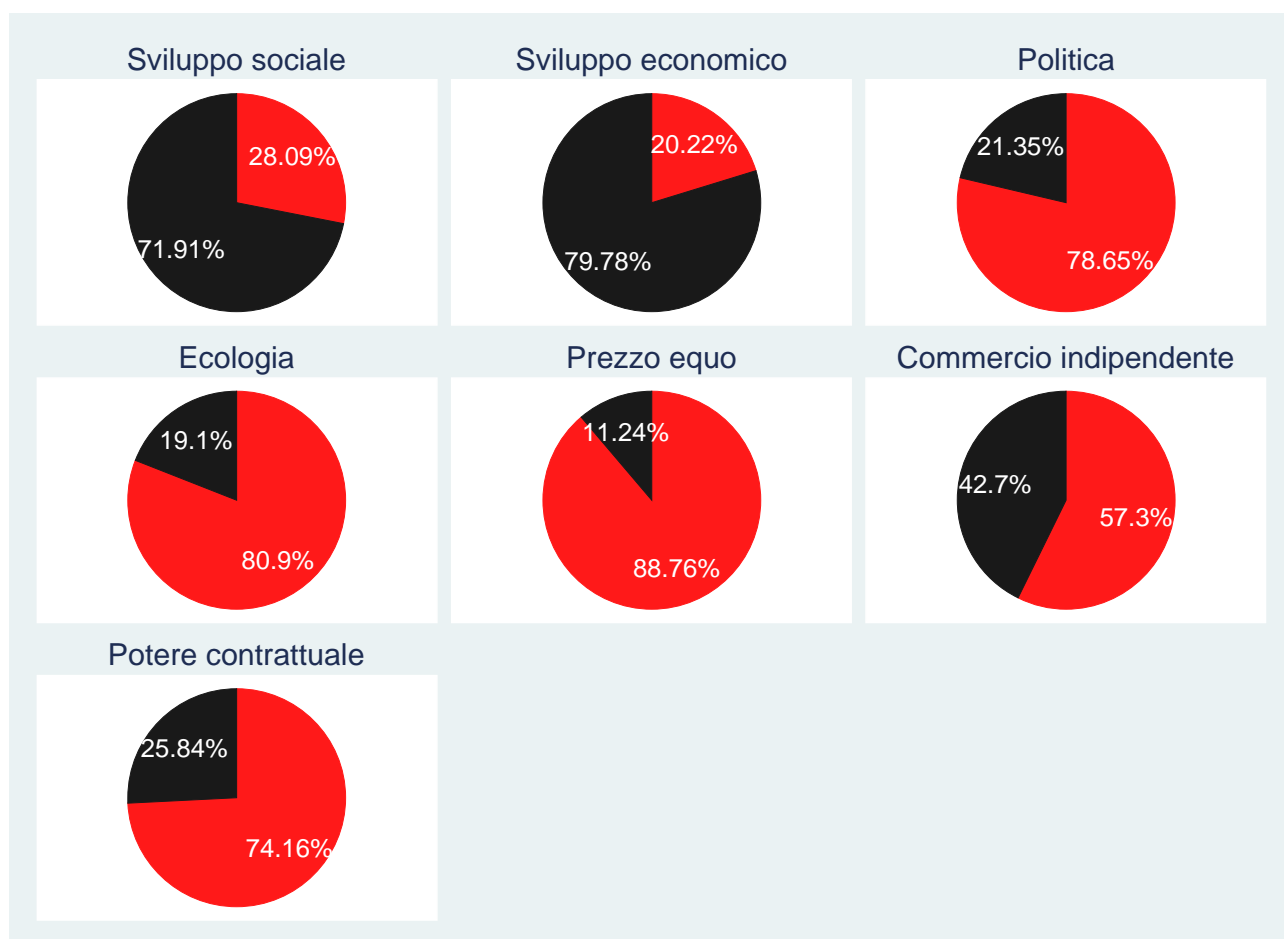
Tabella 7: dettaglio dei casi per Paese

Paese	N. dei casi per paese	N. dei casi nel settore prodotti agricoli	N. dei casi nel settore prodotti manifatturieri
Bangladesh	4	0	4
Belize	1	1	0
Bolivia	3	2	1
Brazil	3	2	1
Cameroon	1	0	1
Chile	1	0	1
Colombia	2	1	1
Congo, Dem Rep. of the	1	1	0
Costa Rica	4	4	0
Domenican Republic	2	2	0
Ecuador	4	2	2
Egypt	1	0	1
Ghana	3	2	1
Guatemala	5	3	2
Honduras	1	1	0
India	6	1	5
Israele	1	0	1
Kenya	4	0	4
Madagascar	1	0	1
Mexico	6	5	1
Mozambique	1	0	1
Nepal	5	1	4
Nicaragua	3	3	0
Pakistan	1	0	1
Palestine	2	0	2
Paraguay	1	1	0
Peru'	8	4	4
Philippines	2	0	2
Sri Lanka	3	1	2
Tanzania	1	0	1
Thailand	3	1	2
Uganda	1	0	1
Uruguay	1	0	1
Vietnam	3	0	3

## 7.2 Descrizione della mission dichiarata

L'analisi della mission dichiarata nel campione analizzato rivela alcune caratteristiche interessanti. La Figura 14 mostra la percentuale di risposte positive (nero) per categoria di mission indicata. Dalla figura emerge chiaramente come l'obiettivo di sviluppo sociale ed economico sia prevalente nella mission dichiarata. Una notevole importanza riveste anche l'affrancamento dagli intermediari commerciali e la possibilità di sviluppare un commercio indipendente. Al contempo i fattori politico-ideali sembrano minoritari (solo il 21,3% dichiara nella propria mission un motivo politico e il 20% una motivazione di carattere ecologista). Sorprendente è il dato relativo alla menzione dell'importanza del prezzo equo: solo l'11% dei casi analizzati riporta nella propria mission la menzione della realizzazione di un prezzo equo per i beni prodotti.

**Figura 14: distribuzione di risposte positive per categorie di mission.**



L'analisi dei dati riportati nella figura suggerisce che una motivazione fondamentale connessa a criteri "di efficienza" in cui il commercio equo-solidale viene visto come un mezzo per migliorare lo sviluppo economico e sociale della comunità, presumibilmente attraverso la possibilità di partecipare a un mercato internazionale che offre maggiori opportunità di reddito. Motivazioni di carattere "politico" (ad esempio la costituzione di un canale commerciale alternativo) molto presenti nella pubblicistica Comes in Italia, hanno un peso contenuto. Sorprendentemente, sempre rispetto alla pubblicistica prodotta dal movimento Comes, l'enfasi posta sullo sviluppo economico predomina anche sulla necessità di raggiungere una maggiore equità nel prezzo dei beni venduti o di acquisire maggior potere contrattuale. Anche le motivazioni connesse alla sostenibilità ambientale sembrano essere relativamente poco importanti.

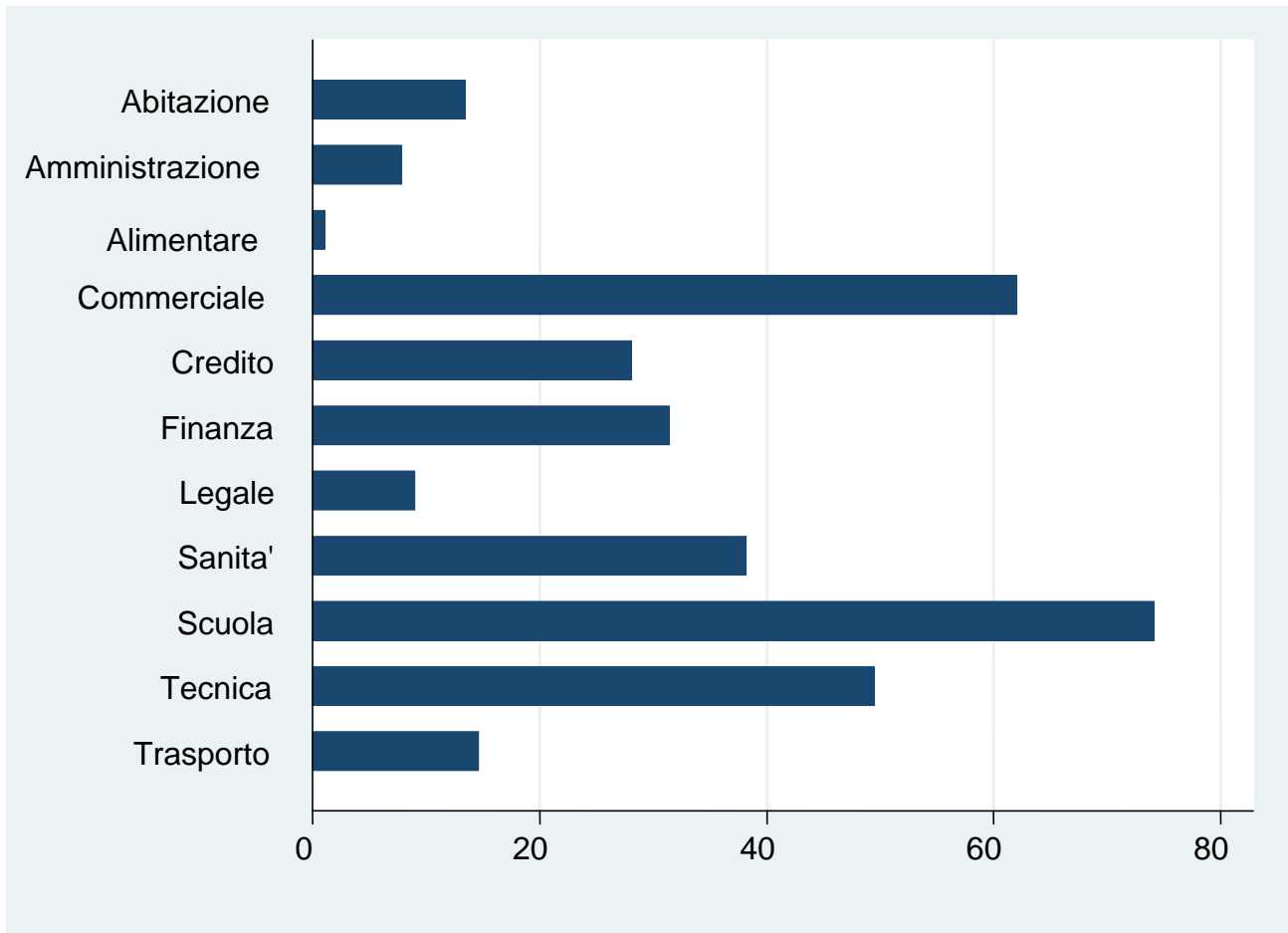
### 7.3 Servizi erogati in conseguenza della collaborazione con il Comes

La Figura 15 mostra la distribuzione della tipologia di servizi erogati dalle organizzazioni che raggruppano i produttori nelle comunità oggetto di analisi. Da essa emerge un quadro piuttosto variegato che rispecchia abbastanza fedelmente quanto riportato nella sezione precedente relativa all'analisi degli studi di impatto presenti in letteratura. Le organizzazioni di produttori che interagiscono con il Comes favoriscono la realizzazione di una serie di servizi, di varia natura, che risultano estremamente rilevanti per lo sviluppo della comunità. Infatti accanto ai servizi commerciali, sono molto diffusi i servizi di carattere educativo che sottolineano l'importanza attribuita allo sviluppo del capitale umano all'interno della collaborazione con il marchio Comes.

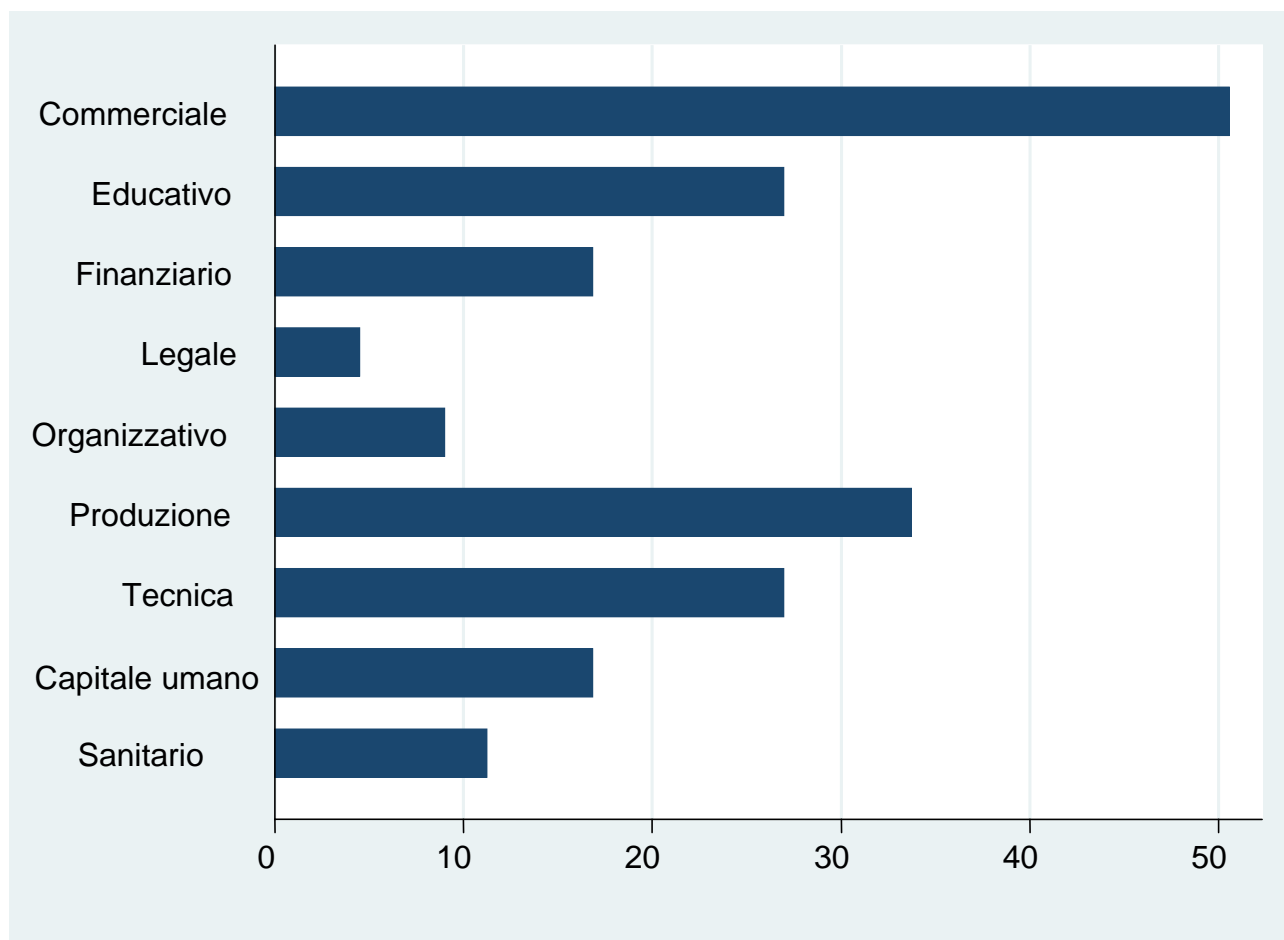
### 7.4 Canali attraverso cui si sviluppa la collaborazione con il Comes

La Figura 16 mostra più chiaramente lungo quali canali si sviluppa la collaborazione con le organizzazioni del Comes. Il network Comes emerge come un attore che accompagna lo sviluppo delle realtà analizzate sotto tutti i profili, siano essi commerciali, tecnici, legali o educativi, enfatizzando la vocazione al sostegno dello sviluppo. E' interessante rilevare che sono rappresentate tutte le categorie (capitale umano, capitale sociale ecc.) che sono state richiamate nella sezione introduttiva con riferimento ai fattori che la teoria economica suggerisce come fondamentali per promuovere lo sviluppo economico. Infine la Figura 17 mostra la frequenza di interventi di carattere infrastrutturali, orientati prevalentemente al miglioramento della qualità degli edifici sia di carattere abitativo sia destinati all'attività produttiva.

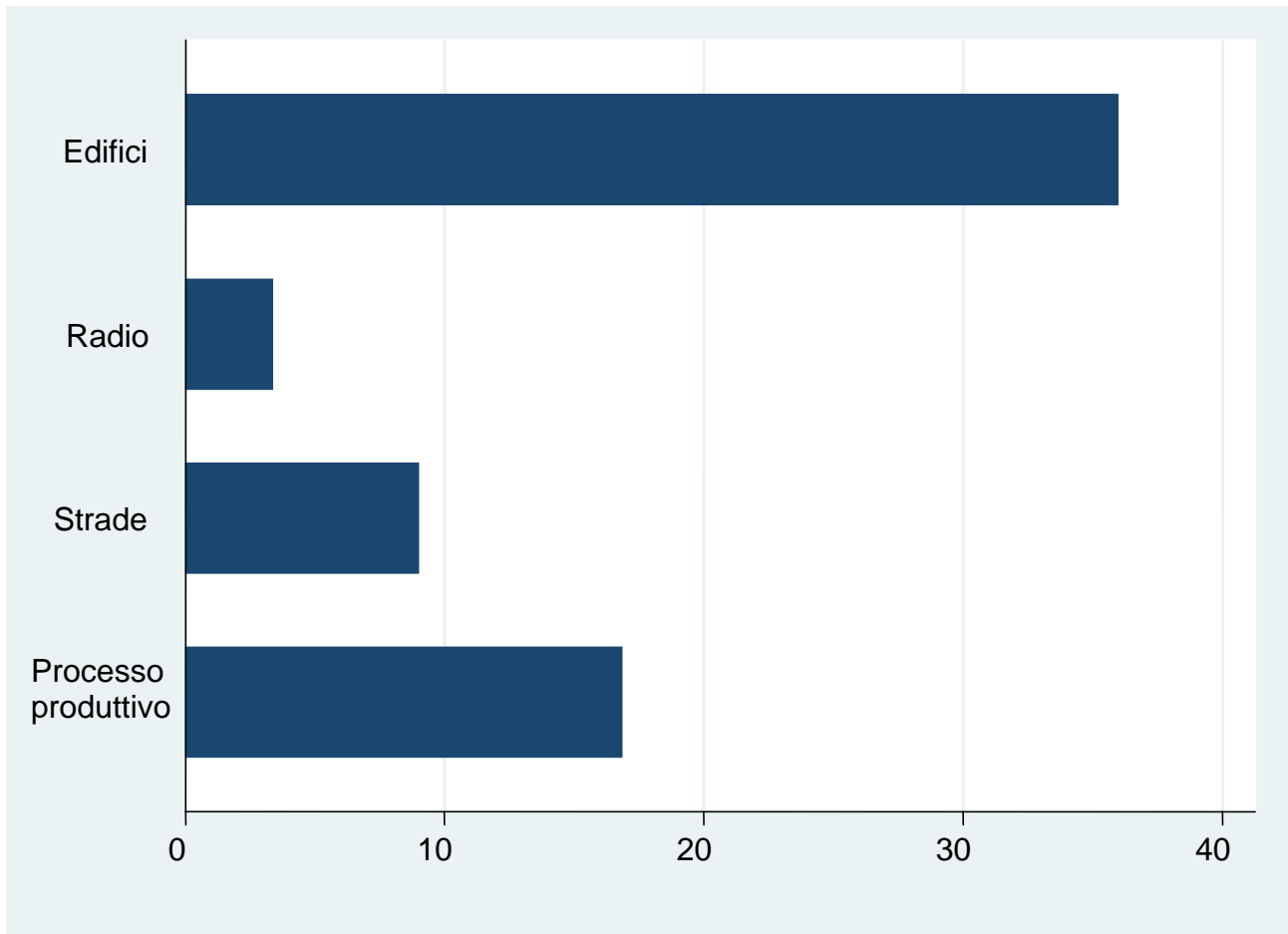
**Figura 15 servizi erogati, frequenza di risposte in percentuale**



**Figura 16** Tipologie di collaborazione delle organizzazioni di produttori con il Comes, frequenze di risposta in percentuale



**Figura 17: Contributi Comes al miglioramento dei sistemi infrastrutturali, frequenze di risposta in percentuale**



### 7.5 Effetti sul capitale umano e sociale.

Il data set ha permesso di realizzare degli indicatori costruiti a partire dall'analisi dei casi studio dei produttori che vendono alle organizzazioni italiane del Comes . Gli indicatori sono frutto di una analisi qualitativa più che quantitativa; tuttavia permettono di sintetizzare in modo efficace le caratteristiche rilevanti delle comunità analizzate, dal punto di vista del contributo del Comes alla formazione di capitale sociale.

Gli indicatori sono stati costruiti impiegando una scala da 0 a 4 per il processo decisionale, da 0 a 6 per il sistema educativo e da 0 a 5 per il sistema sanitario. Un maggior valore dell'indice indica una migliore qualità del servizio impiegato. Nel dettaglio gli indici sono costruiti come somma di variabili dicotomiche riferite alle sotto-categorie descritte in dettaglio di seguito. Le variabili dicotomiche sono state a loro volta desunte dall'analisi dei casi studio. In alcune circostanze, anche

in assenza di una individuazione univoca delle sotto categorie, si è ugualmente provveduto ad assegnare un indice poiché la lettura dei casi studio ha comunque fornito indicazioni sufficienti.

E' importante sottolineare che queste variabili indicano il fatto che le organizzazioni dei produttori, in conseguenza della collaborazione con il Comes, destinino risorse allo svolgimento delle attività elencate. Sotto questo profilo tali indicatori vanno interpretati come una misura del contributo apportato dal Comes alla realtà locale nelle diverse aree di intervento.<sup>25</sup>

### 7.6 Processo decisionale

Le sotto-categorie indicate di seguito permettono di individuare diversi aspetti del processo decisionale interno alle organizzazioni dei produttori.

- *Democrazia*: valuta la presenza di meccanismi di bilanciamento del processo decisionale, che consentano anche di dare voce alle categorie che rappresentano diverse componenti della comunità.
- *Genere*: valuta la presenza di donne o di persone che ne rappresentino i bisogni (ad esempio membri di associazioni, o ONG ecc.) in cariche che abbiano qualche potere decisionale.
- *Efficienza*: valuta la rapidità e l'efficienza con cui vengono prese le decisioni all'interno della comunità.
- *Indipendenza*: valuta la capacità del processo decisionale di rappresentare le esigenze della comunità senza essere vincolato e/o risentire delle interferenze da parte di elementi esterni quali lobby, multinazionali, esportatori, partiti, governo, ecc.

### 7.7 Servizi educativi

- *Grado di alfabetizzazione*: valuta lo sviluppo di iniziative riguardanti il sistema educativo locale di qualsiasi livello (scuola primaria, secondaria ecc.) e/o lo sviluppo di un programma di alfabetizzazione di base.
- *Community training*: valuta lo sviluppo di un programma di training orientato a fornire alla comunità semplici strumenti per la gestione economico-amministrativa.
- *Training tecnico-professionale*: valuta lo sviluppo di un programma orientato a fornire alla comunità le competenze tecnico-professionali richieste per migliorare le tecniche di produzione (tecniche di semina, raccolta, gestione suolo ecc.).
- *Training commerciale*: valuta lo sviluppo di un programma orientato a fornire alla comunità le competenze di carattere commerciale.

---

<sup>25</sup> Per ciascuna unità produttiva, i valori attribuiti agli indici sono raccolti nell'allegato 2.

- *Training sanitario*: valuta lo sviluppo di un programma orientato a fornire alla comunità le competenze di carattere sanitario.
- *Servizi erogati in collaborazione*: valuta il fatto che le iniziative di carattere educativo siano svolte in collaborazione con altre istituzioni (tipicamente appartenenti al Comes)

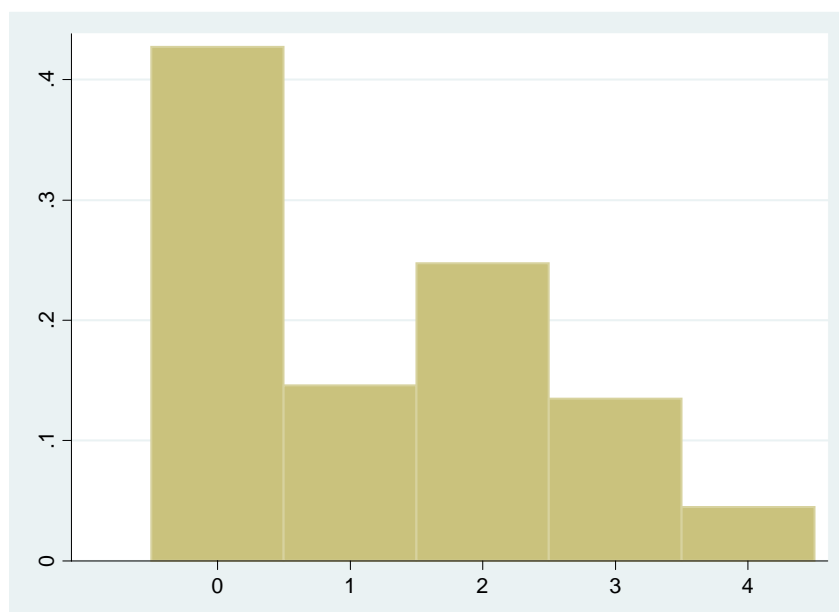
### 7.8 Servizi sanitari

- *Servizio sanitario*: valuta lo sviluppo di qualsiasi tipo di servizio sanitario per la comunità locale.
- *Centro medico*: valuta lo sviluppo di un centro medico (ospedale, struttura sanitaria) all'interno della comunità locale.
- *Servizi pediatrici*: valuta lo sviluppo di servizi sanitari di carattere pediatrico.
- *Servizi dentistici*: valuta lo sviluppo di servizi sanitari di carattere dentistico.
- *Acqua*: valuta lo sviluppo di servizi orientati a garantire la fornitura di servizi idrici alla comunità. In questo caso la possibilità di usufruire di acqua potabile è considerata come il primo passo per la realizzazione di un sistema sanitario.

In quanto segue analizzeremo le distribuzioni di frequenza dei valori associati a ciascun indice (la percentuale di key stories per le quali l'indice assume un certo valore) e la modalità di composizione dell'indice stesso. Ad esempio, considerando l'insieme delle key-stories, quante volte la voce democrazia entra nella determinazione dell'indice del processo decisionale.

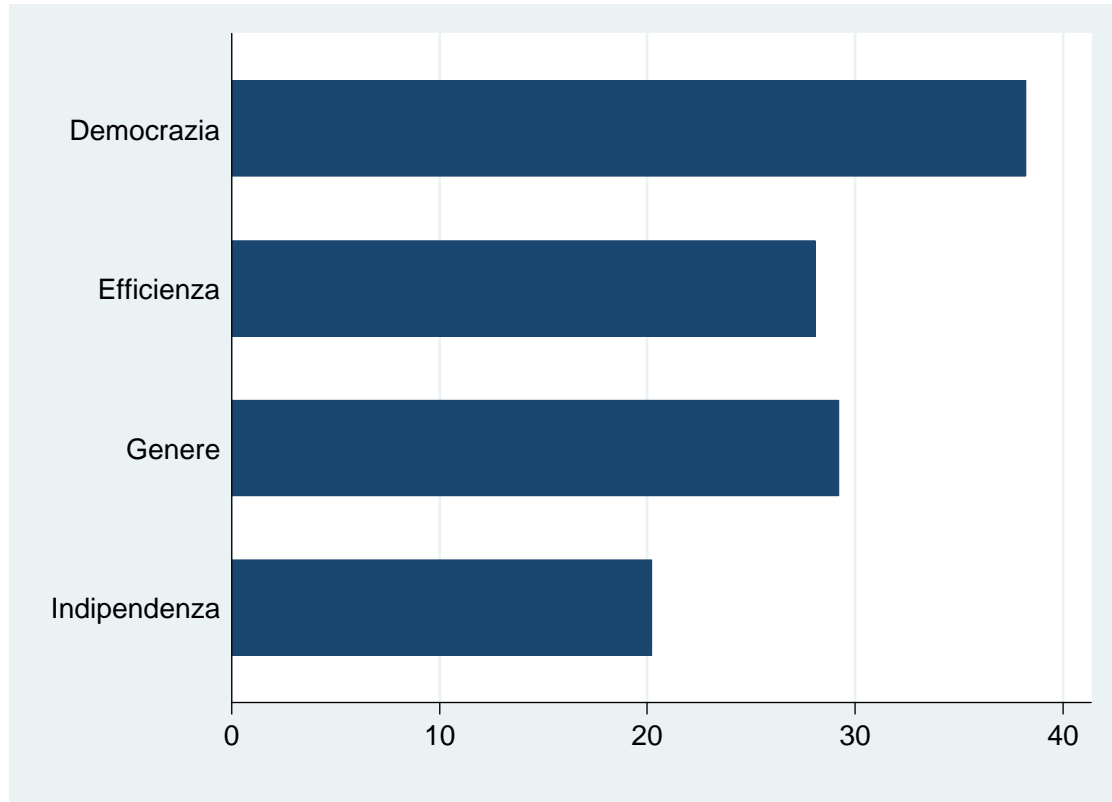
La Figura 18 mostra la distribuzione dei valori dell'indice del processo decisionale, costruito con le modalità descritte precedentemente.

**Figura 18: distribuzione indice processo decisionale**

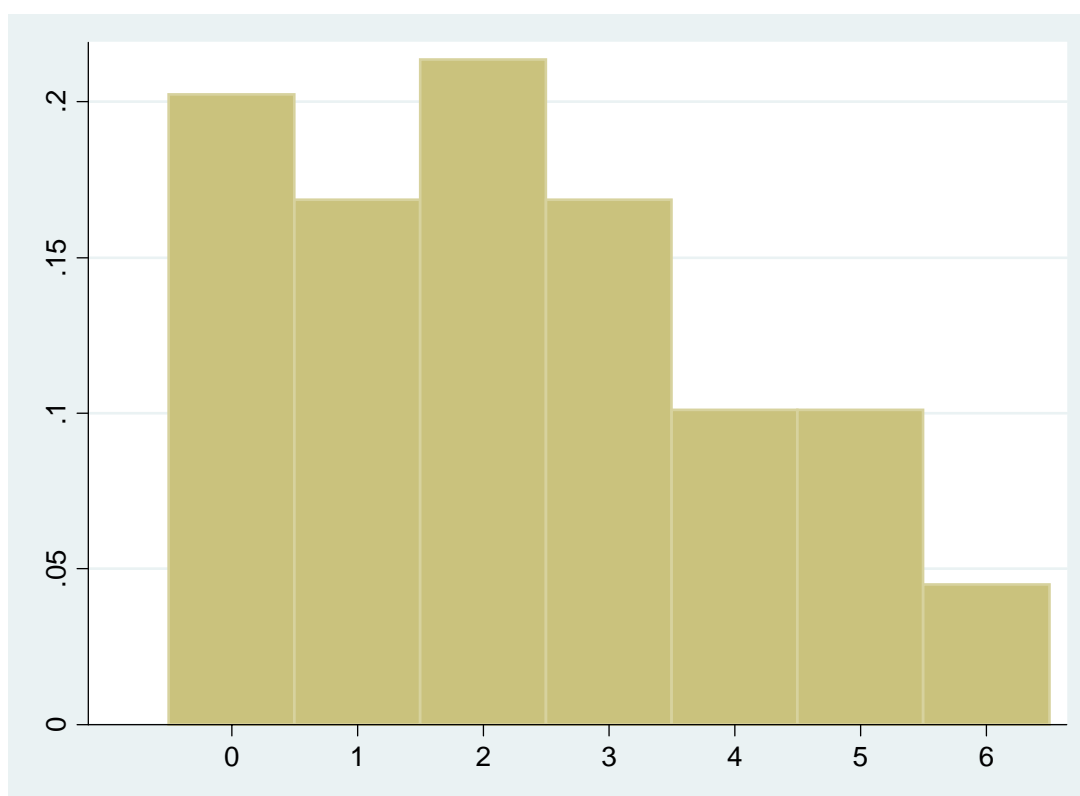


La figura mostra una distribuzione dell'indice piuttosto sbilanciata verso il valore minimo che caratterizza circa il 45% delle comunità analizzate. Nel complesso dunque la qualità del processo decisionale delle unità analizzate appare piuttosto scarsa. E' importante sottolineare come nella costruzione di questi indici l'esistenza di valori pari a 0 indica che l'analisi delle key stories non ha permesso di trarre indicazioni che evidenziassero la presenza di caratteristiche chiaramente individuabili nel processo decisionale stesso. Dal nostro punto di vista questo va comunque inteso come un indicatore di una relativa sottovalutazione del problema stesso durante la collaborazione con il Comes. La Figura 19 mostra la composizione dell'indice nelle sotto-categorie impiegate nella sua costruzione. Dall'osservazione della figura possiamo notare come sia maggiormente frequente la presenza di elementi democratici nel processo decisionale, mentre risultano meno frequenti le caratteristiche relative alla indipendenza dello stesso. In sintesi, osservando congiuntamente le figure 18 e 19, si evince come la collaborazione con il Comes riguardi organizzazioni relativamente "deboli" dal punto di vista della qualità del processo decisionale, con un'enfasi molto marcata sull'importanza della democrazia delle organizzazioni.

**Figura 19 Composizione dell'indice di processo decisionale**



**Figura 20 distribuzione indice sistema educativo**

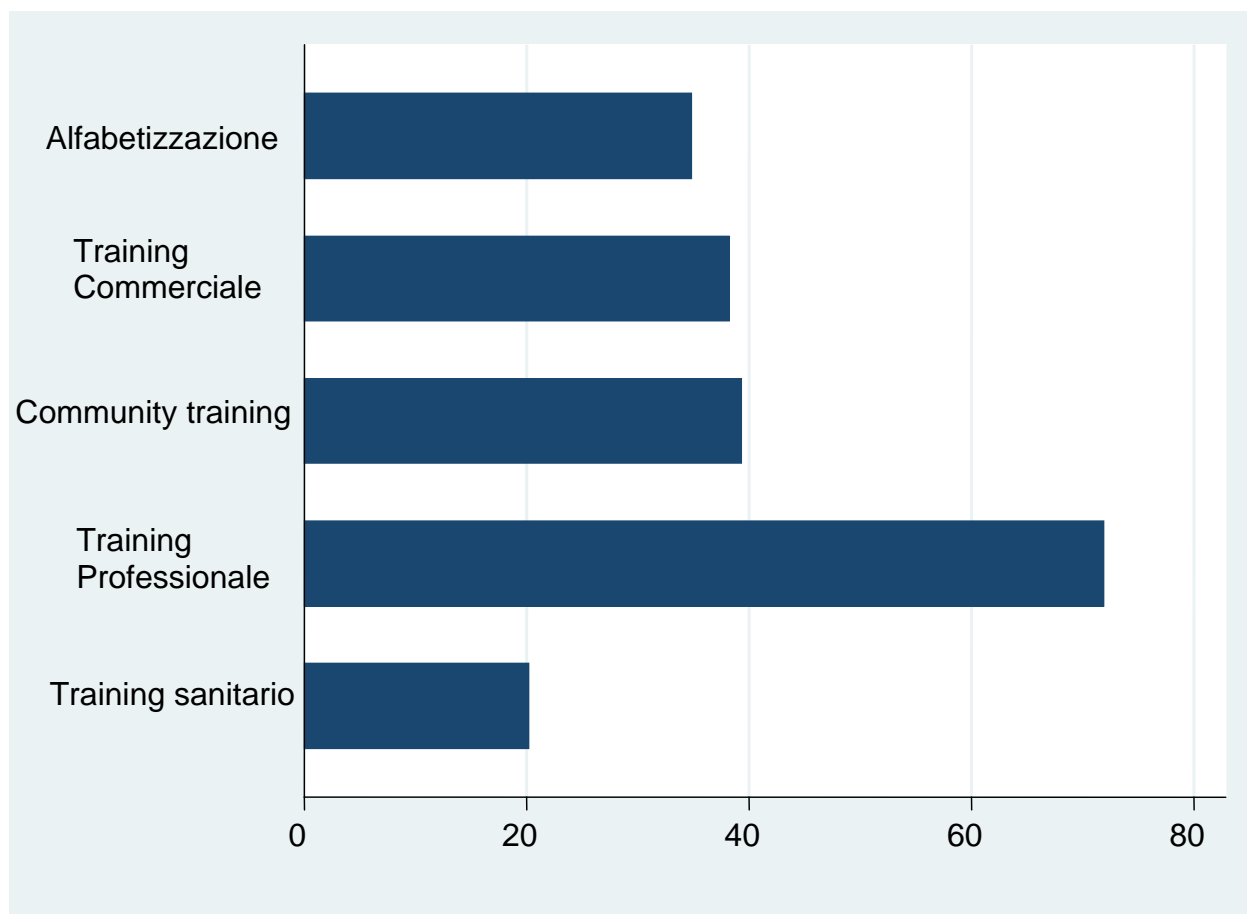


La Figura 20 mostra la distribuzione di frequenza dei valori assegnati all'indice del sistema educativo. Nel complesso la figura mostra un livello medio relativamente basso dell'indice con più del 30% delle osservazioni concentrate nelle prime due categorie: i produttori sembrano beneficiare soprattutto di iniziative a supporto del sistema educativo di base.

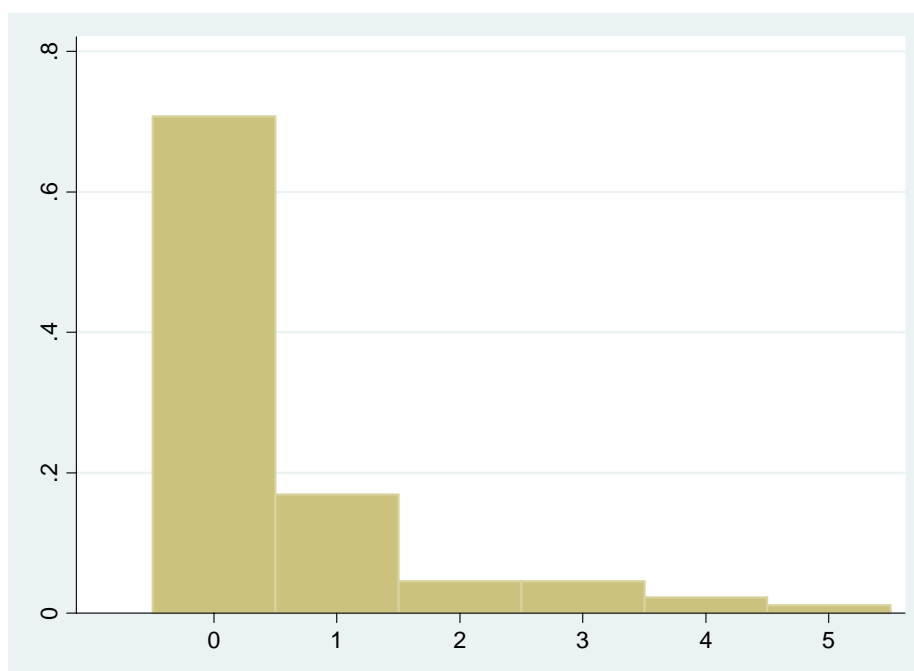
Allo stato la distribuzione dell'indice sottolinea una certa debolezza della qualità degli interventi: sono relativamente poco frequenti le situazioni in cui un numero elevato delle 5 possibili forme di intervento viene effettivamente utilizzato.

La Figura 21 mostra la composizione dell'indice. Da essa emerge come la categoria maggiormente frequente sia costituita dai servizi educativi di carattere professionale, mentre rivestono una simile importanza i servizi educativi di carattere più generale siano essi orientati agli aspetti commerciali, alle esigenze complessive della comunità o ad un generico miglioramento del livello di alfabetizzazione. Tutto ciò mostra una notevole finalizzazione delle attività che accompagnano il rapporto di collaborazione con i partner COMES; le attività educative di carattere professionale infatti documentano la creazione di attività di training e formazione orientate allo sviluppo e al miglioramento di attività di produzione, mentre sono escluse le attività di commercializzazione. In sintesi, analizzando congiuntamente le figure 20 e 21, si evince una focalizzazione degli interventi di supporto nell'ambito della formazione professionale.

**Figura 21** composizione dell'indice relativo al sistema educativo<sup>26</sup>



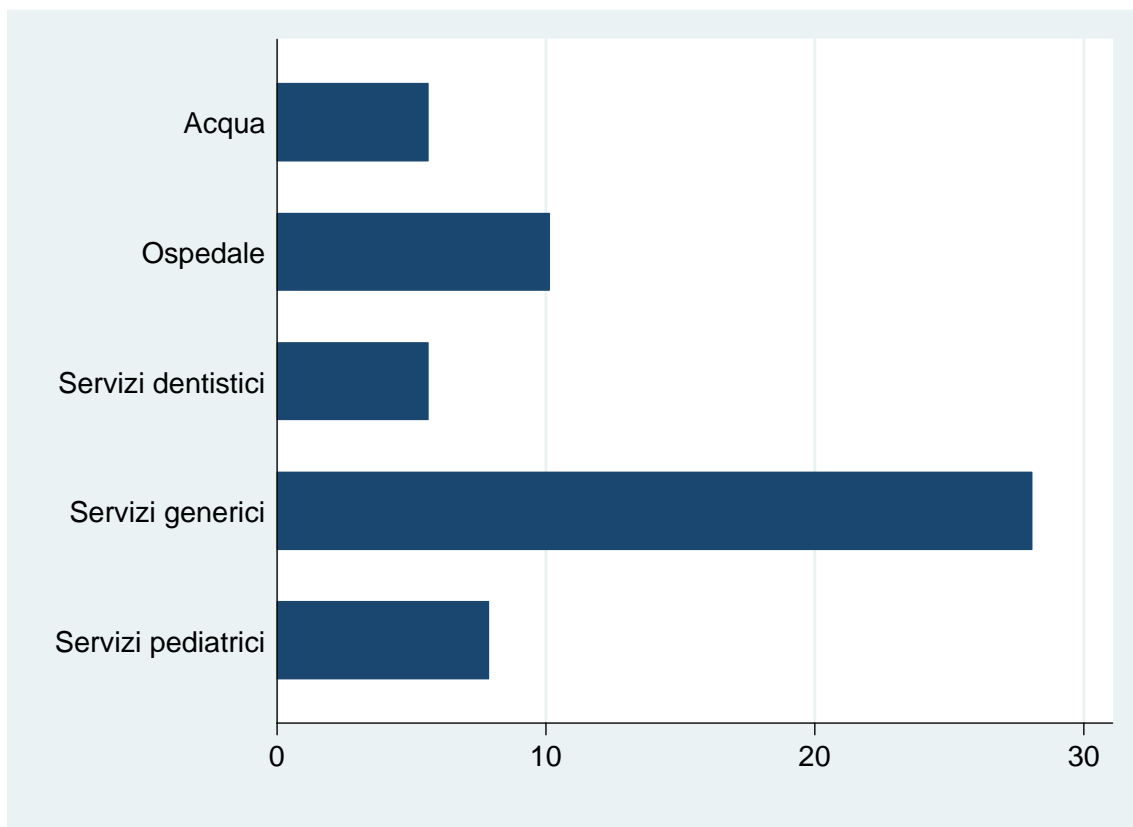
**Figura 22:** distribuzione indice sistema sanitario



<sup>26</sup> Nella composizione dell'indice non riportiamo la voce "Servizi erogati in collaborazione" perché si riferisce ad attività già comprese nelle altre categorie.

La Figura 22 e la Figura 23 ripetono l'esercizio precedente con riferimento al sistema sanitario. In questo caso l'analisi delle key stories mostra un numero elevato di casi in cui non si fa menzione di interventi in questo senso. Peraltro l'osservazione della Figura 23 mostra come le iniziative rilevate riguardino soprattutto servizi sanitari di carattere generico. Questo non dovrebbe stupire, poiché servizi specialistici probabilmente richiedono risorse superiori a quelle che la collaborazione con il Comes riesce a generare attraverso il fair premium.

**Figura 23 composizione indice sistema sanitario**



### 7.9 Analisi quantitativa

Il limitato numero di osservazioni presenti nel data-set e l'elevata presenza di variabili dicotomiche limita la possibilità di effettuare robuste analisi di carattere quantitativo. Tuttavia è stato possibile analizzare le determinanti delle modalità di collaborazione con il Comes (esportazione diretta oppure attraverso l'intermediazione di una società di marketing) delle realtà appartenenti al campione. Come vedremo, le caratteristiche dei fattori che determinano tali modalità di collaborazione consentono di trarre anche delle conclusioni in merito alla natura della collaborazione tra il comes e i produttori e al presumibile impatto che ne deriva per il benessere di questi ultimi.

Abbiamo dunque stimato, utilizzando un modello probit, la probabilità che l'attività di export si realizzi tramite una società di marketing (attiva in loco ma indipendente dai produttori) piuttosto che tramite un canale diretto. La variabile dipendente (mktorg) è dunque una dicotomica che assume valore 1 se l'unità produttiva analizzata ricorre ad assistenza esterna nell'attività di export, rispetto all'alternativa di operare autonomamente. Le variabili indipendenti sono costituite da: 1) quota di produzione dedicata al consumo interno (selfcon, desumibile dalle key stories), variabile che identifica il grado di autonomia nel processo produttivo (i produttori più deboli sono quelli caratterizzati da una maggior quota della produzione assorbita interamente dal consumo interno); 2) valore assegnato per ciascuna key story all'indice del livello di capitale umano (schooledu); 3) variabile dicotomica indicativa di iniziative di miglioramento dei collegamenti stradali (roads)<sup>27</sup>; 4) variabile dicotomica che segnala lo sviluppo di iniziative di supporto tecnico ai produttori da parte del Comes (tech).

L'analisi mostra che la probabilità di ricorrere ad assistenza esterna nell'attività di export è direttamente legata alla quota di produzione dedicata al consumo interno (selfcon). Probabilmente la spiegazione risiede nel fatto che sono le comunità più deboli, contraddistinte da minor specializzazione e quindi da una maggior quota di consumo interno, a ricorrere ad appoggi esterni nell'attività di export. L'indicatore relativo ai servizi educativi può essere inteso come un indicatore del contributo del Comes al livello di "capitale umano" della comunità locale. Analogamente l'indicatore di presenza di strade di collegamento può essere inteso come un indicatore del contributo Comes alla dotazione infrastrutturale della comunità. Entrambi gli indicatori sono correlati positivamente con la probabilità di avere una assistenza esterna nell'attività di export: comunità meno aperte al mercato e più bisognose di supporto in termini di educazione e sviluppo infrastrutturale hanno anche maggior bisogno di assistenza locale all'attività di esportazione.. Tutto ciò permette inoltre di spiegare il segno negativo riscontrato nella variabile tech: le collaborazioni contraddistinte da iniziative di supporto diretto all'attività produttiva sono più frequenti nel caso di gruppi di produttori relativamente più forti, contraddistinti da produzioni e assetti organizzativi maggiormente sofisticati. Questi gruppi hanno anche relativamente meno bisogno di ricorrere a intermediari locali per partecipare al canale del Comes. Questo conferma indirettamente il fatto che le azioni di formazione del Comes siano specificamente disegnate sulle caratteristiche e soprattutto sul grado di sviluppo delle comunità locali: "interventi di base" sono prevalentemente rivolti a supporto delle comunità più deboli, mentre interventi più sofisticati, a sostegno della qualità della produzione, caratterizzano prevalentemente l'interazione con le comunità più forti.

---

<sup>27</sup> Questa variabile assume valore 1 se dalle key stories si evincono iniziative di sviluppo della rete stradale, altrimenti assume valore zero.

```

Probit regression                               Number of obs   =           89
                                                LR chi2(4)      =           16.51
                                                Prob > chi2     =           0.0024
Log likelihood = -37.896679                    Pseudo R2       =           0.1788

```

```

-----
      mktorg |          Coef.   Std. Err.      z    P>|z|     [95% Conf. Interval]
-----+-----
      selfcon |    2.524967    .8793615     2.87   0.004     .8014497    4.248483
      schooledu |    .6574448    .3639927     1.81   0.071    -.0559677    1.370857
      tech |   -1.289762    .4434501    -2.91   0.004    -2.158908   -.4206155
      roads |    1.433181    .5744224     2.49   0.013     .3073333    2.559028
      _cons |   -.8044776    .2379486    -3.38   0.001    -1.270848   -.3381069
-----

```

## Bibliografia:

- Abbot J., et al. (1999), 'Who Benefits? A Social Assessment of Environmentally-Driven Trade', International Institute for Environment and Development.
- Artisans du Monde: Résultats de l'étude de l'impact sur les producteurs du Sud de l'action commerce équitable mise en oeuvre par Artisans du Monde depuis 25 ans.
- Barbetta G.P. (2006) Il Commercio Equo Solidale in Italia, Working Paper N. 3, Centro Ricerche sulla Cooperazione, Università Cattolica del Sacro Cuore
- Blofield M., Gallet S. (1998) *Ethical Trade and sustainable rural livelihoods. Volta River Estates Fairtrade bananas case study*, Natural research Institute.
- Carney, D., (Ed.), (1998). *Sustainable Rural Livelihoods: What Contribution Can We Make?* Department for International Development, London.
- Castro, J E., (2001), Impact assessment of Oxfam's Fair Trade activities. The case de Miel de Campanilla, Oxford.
- Castro, J E., (2001) Impact assessment of Oxfam's Fair Trade Activities. The case of the Cooperativa Integral de produccìon de vidrio soplado Cantel, R.L. (COPAVIC).
- Collinson C., Leon M., (2000) Economic Viability of Ethical Cocoa Trading in Ecuador.
- Carpenter S.C. (2000), *Alternative Trade: Analysis and Efficacy as a Development Model*.
- Coleman J. (1988), *Social Capital and the Creation of Human Capital*, American Journal of Sociology, Vol. 94, pp.S95-S121.
- Dasgupta P., Serageldin I. (2002), *Social Capital: a Multifaceted Perspective*, The World Bank.
- Davenport E., Low W. (2000), *NZODA Alternative Trading Organisations Support Facility Phase 2 – Field Review* .
- Durlauf S. (2002), "Bowling Alone: A Review Essay," *Journal of Economic Behavior and Organization*, 47, 3, 259-273, 2002.
- Durlauf S. (2002), "On the Empirics of Social Capital," *Economic Journal*, 112, 459-479, 2002.
- Durlauf S., Fafchamps M., (2004) *Social Capital*, Handbook of Economic Growth, Elsevier.
- Fogel R. (2004) *The Escape from Hunger and Premature Death, 1700-2100: Europe, America, and the Third World*. New York: Cambridge University Press.
- Grootaert C. and van Bastelar T. (2002), *The Role of Social Capital in Development, an Empirical Assessment*, Cambridge University Press
- Oxfam: Fair Trade: Overview, Impact, Challenges. Study to inform DFID's support to Fair Trade
- Oxfam: Impact assessment study of Oxfam Fair Trade. Final Report by Raul Hopkins. Version: 4 November 2000

- Pérezgrovas Garza V., Cervantes Trejo E. (2002), Poverty Alleviation through participation in Fair Trade Coffee Networks: The Case of Unión Majomut, Chiapas, Mexico, mimeo, University of Colorado
- Putnam R, Leonardi R., Nanetti R. (1993), Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy, Princeton University Press.
- Ronchi L. (2002) Monitoring impact of Fair Trade initiatives: A case of study Kuapa Kokoo and The Day Chocolate Company, report, Twin Company.
- Ronchi L. (2002) The impact of Fair Trade on producers and their organisations: a case of study with Coocafè in Costa Rica, Poverty Research Unit at Sussex, wp. N.11.
- Scoones, I., (1998). Sustainable rural livelihoods: a framework for analysis. IDS Working Paper, No. 72, Institute of Development Studies, Sussex, U.K.
- Shreck A., (2002) Just bananas? Fair Trade banana Production in the Dominican Republic. International Journal of Sociology of Agriculture and Food, Vol. 10, N.2: pp.13-23.
- Streeten P. (1982), First Things First: Meeting Basic Human Needs in the Developing Countries, Oxford University Press
- VanderHoff Boersma F., (2002), Poverty Alleviation through Participation in Fair Trade Coffee Networks: The Case of UCIRI, Oaxaca, Mexico, mimeo, University of Colorado.
- Villasenor S. (2000) Analysis and conclusions of the participatory impact assessment process of Apeca-Haiti.
- Woolcock M., (1998), Social Capital and Economic Development; Towards a Synthesis and Policy Framework, Theory and Science, Vol. 27, pp.151-208.

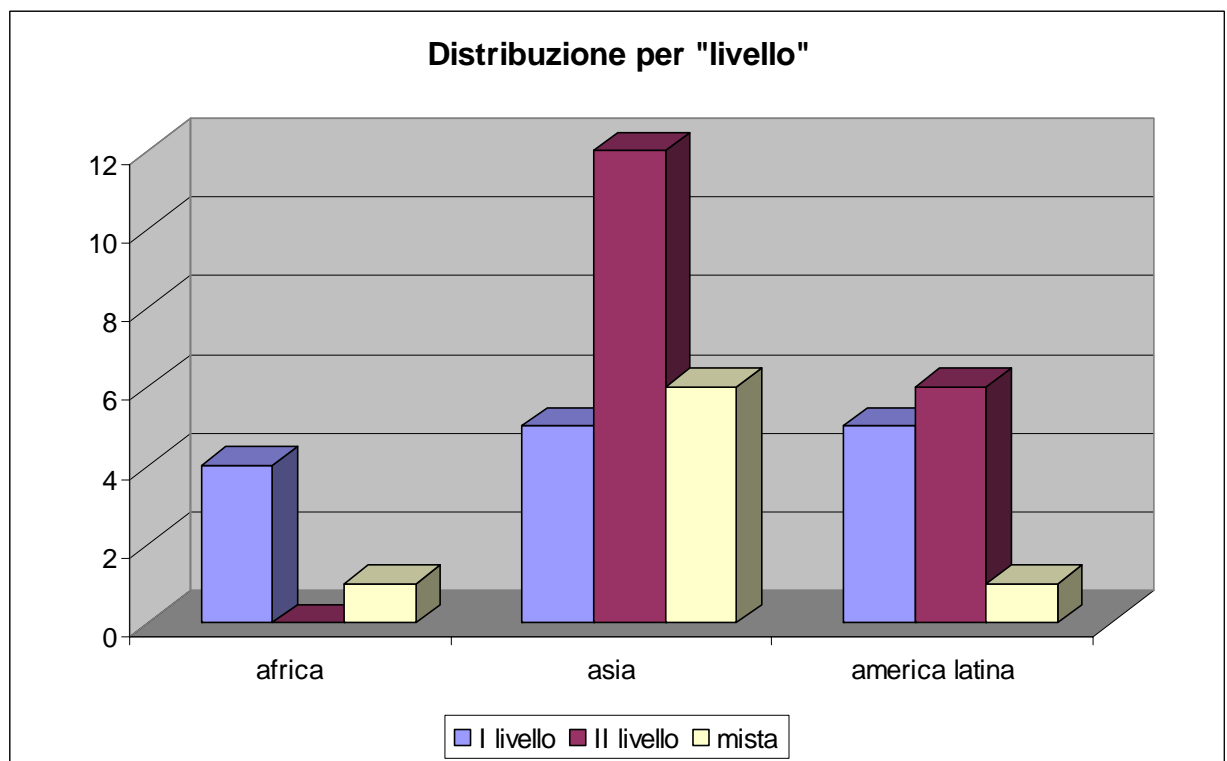
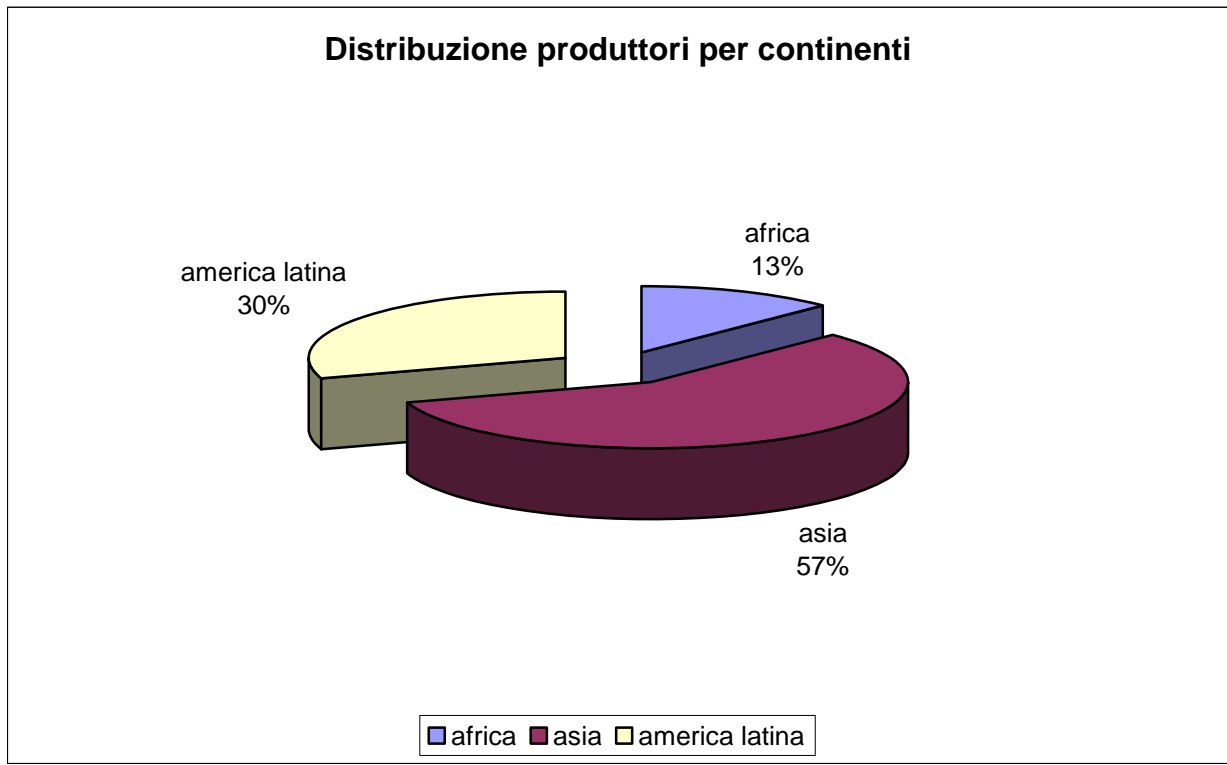
### **Appendice: dati relative ai singoli importatori italiani.**

Questa sezione presenta alcune statistiche descrittive relative a ciascuno degli importatori analizzati nella sezione 6 del presente rapporto. Ove non espressamente indicato i valori monetari sono in Euro (unità).

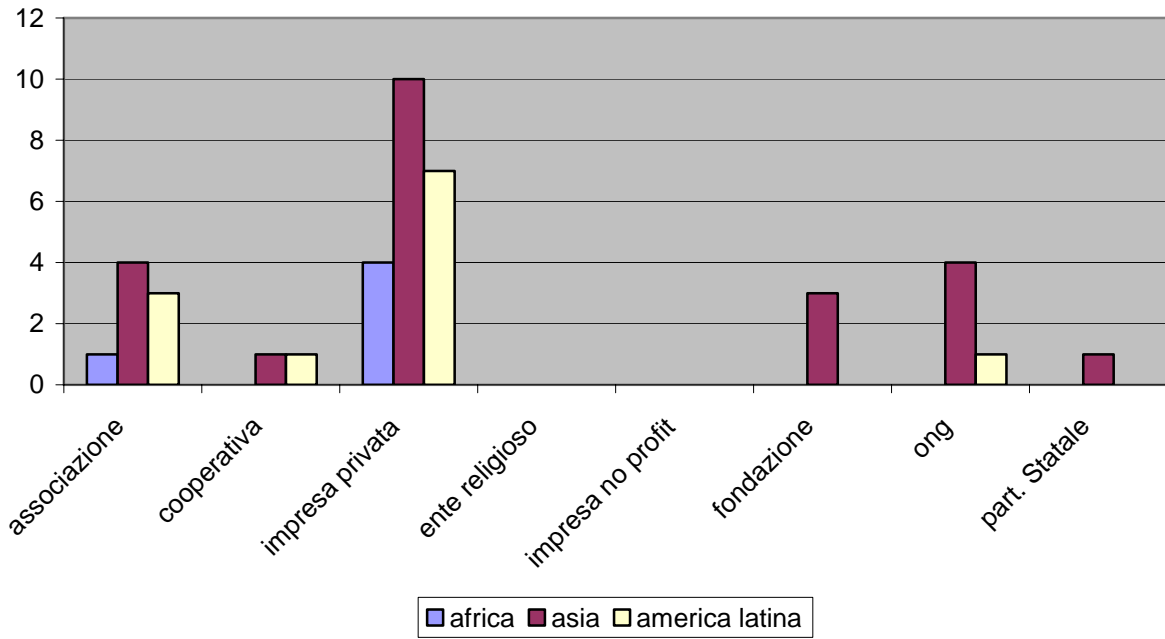
Con riferimento alla tipologia di attività si è provveduto a suddividerla in tre livelli: I livello: organizzazione di base, II livello: organizzazione di marketing e/o servizi di esportazione, III Livello: organizzazione mista che svolge entrambe le attività.

Con riferimento alla tipologia legale le ong sono state separate dalle altre forme non-profit.

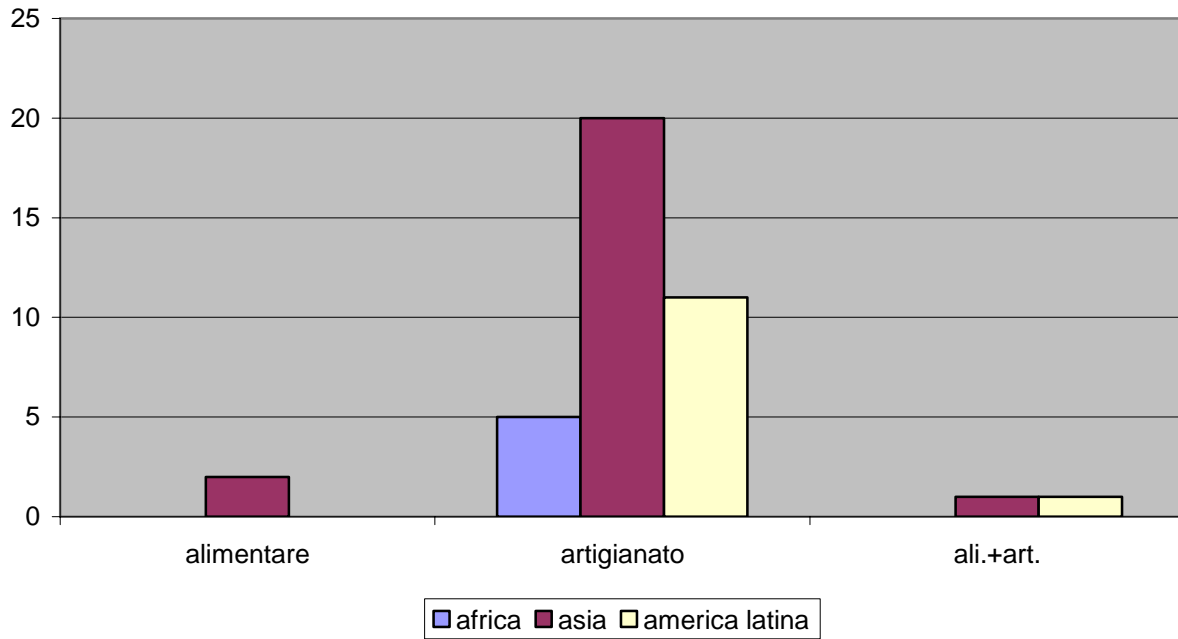
# ALTRA QUALITÀ



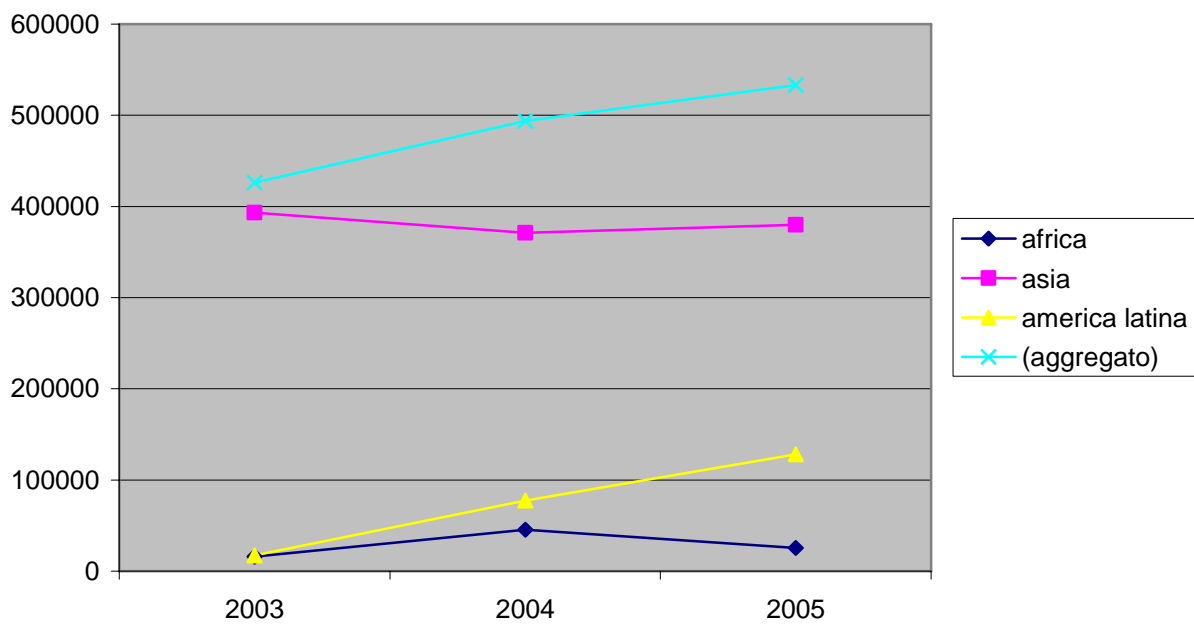
**Distribuzione per tipologia legale**



### Distribuzione per tipologia produttiva

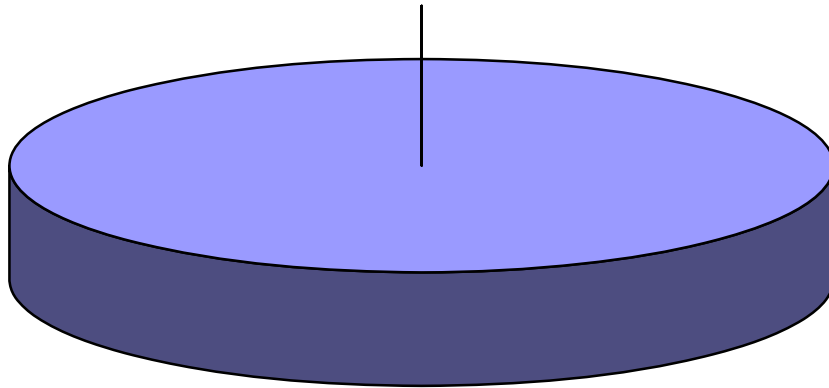


### Dinamica dei valori importati



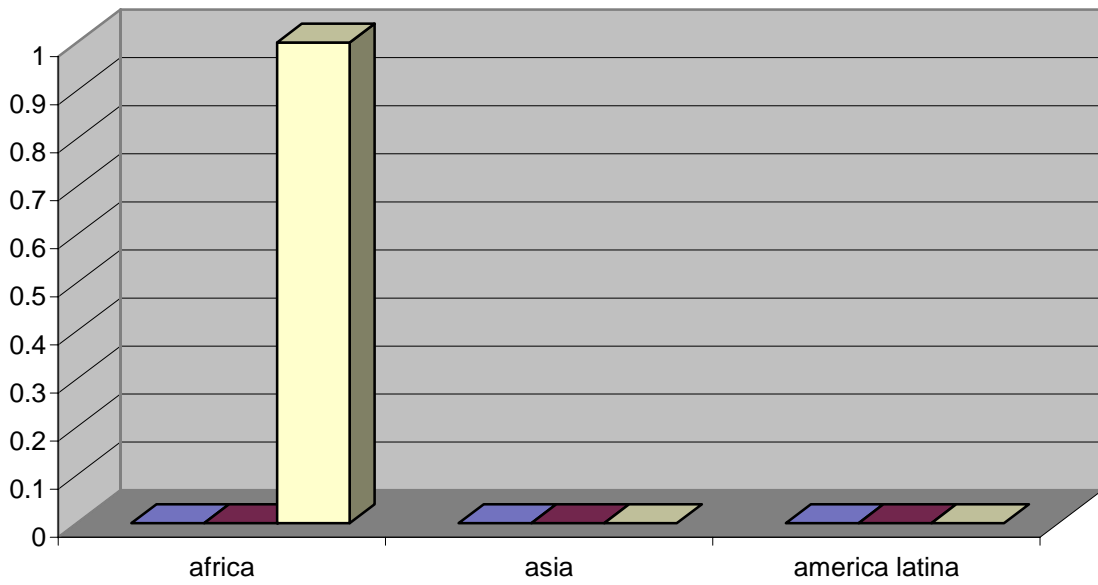
# BOTTEGA SOLIDALE GENOVA

## Distribuzione produttori per continenti



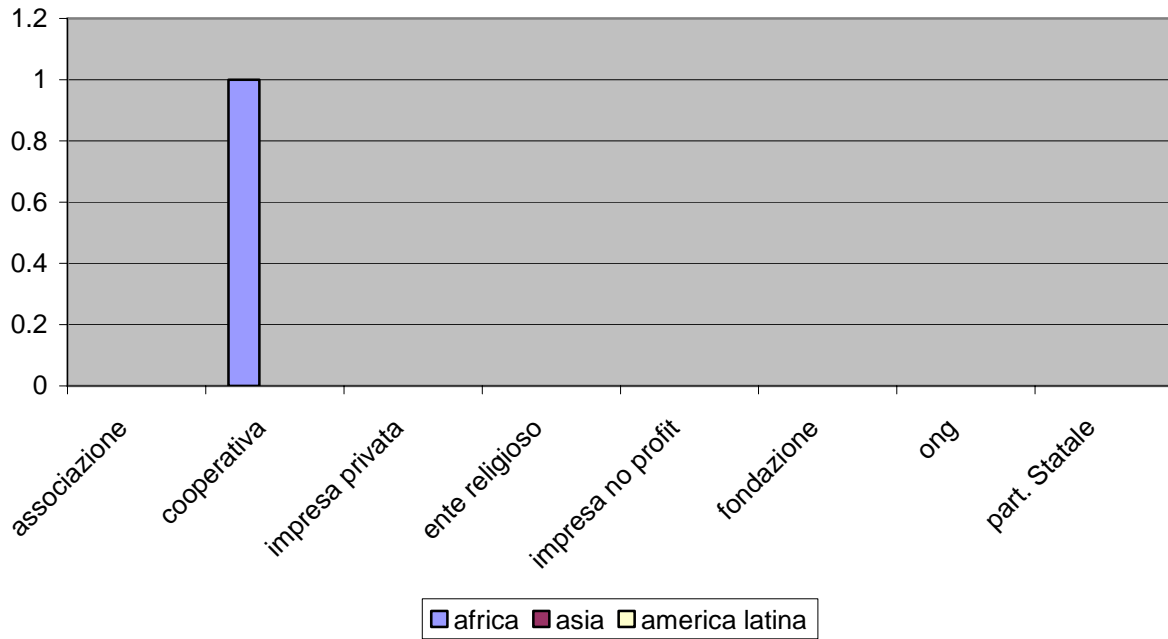
■ africa ■ asia ■ america latina

## Distribuzione per "livello"

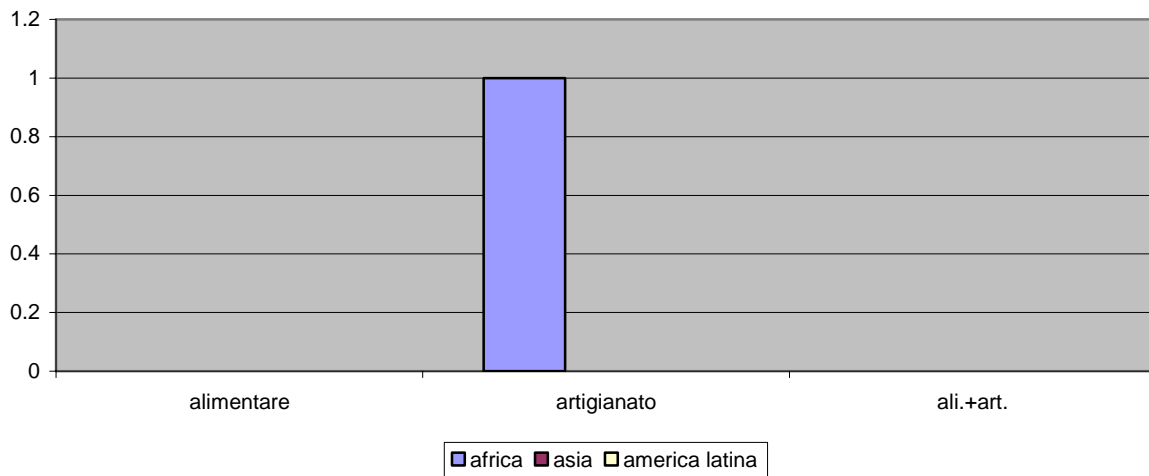


■ I livello ■ II livello ■ mista

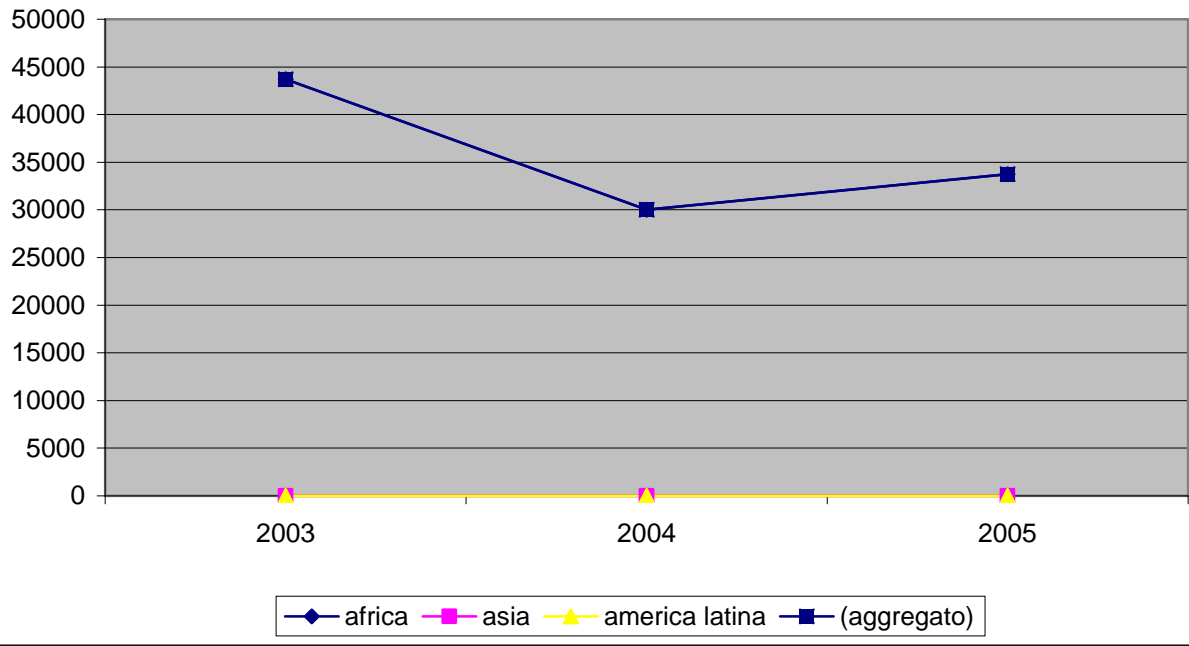
**Distribuzione per tipologia legale**



**Distribuzione per tipologia produttiva**

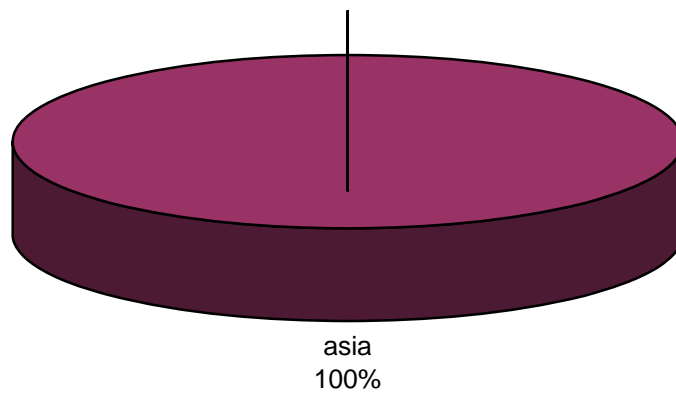


### Dinamica dei valori importati



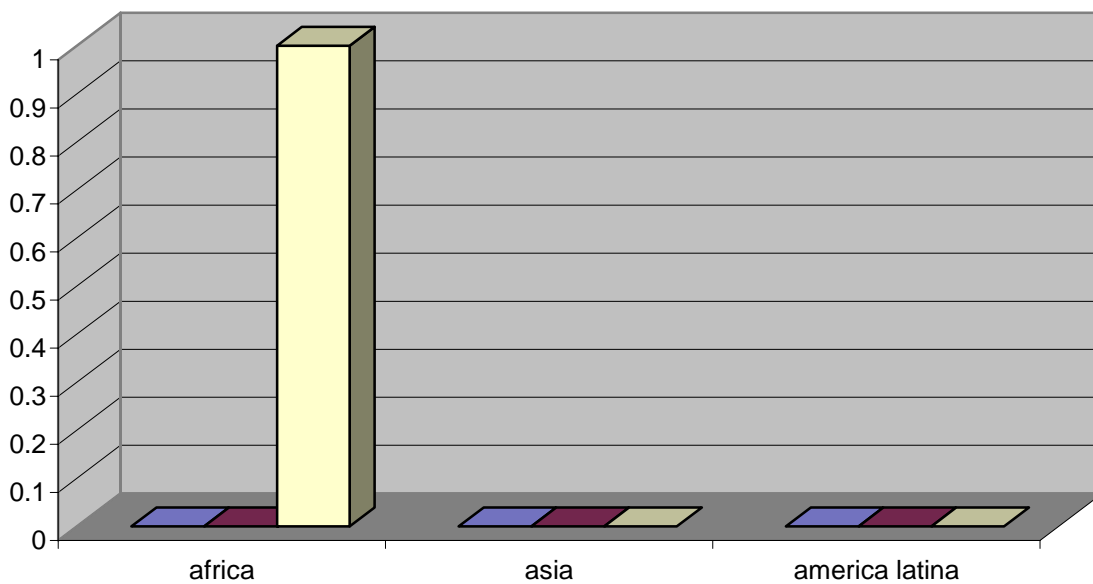
# BOTTEGA SOLIDALE SONDRIO

## Distribuzione produttori per continenti



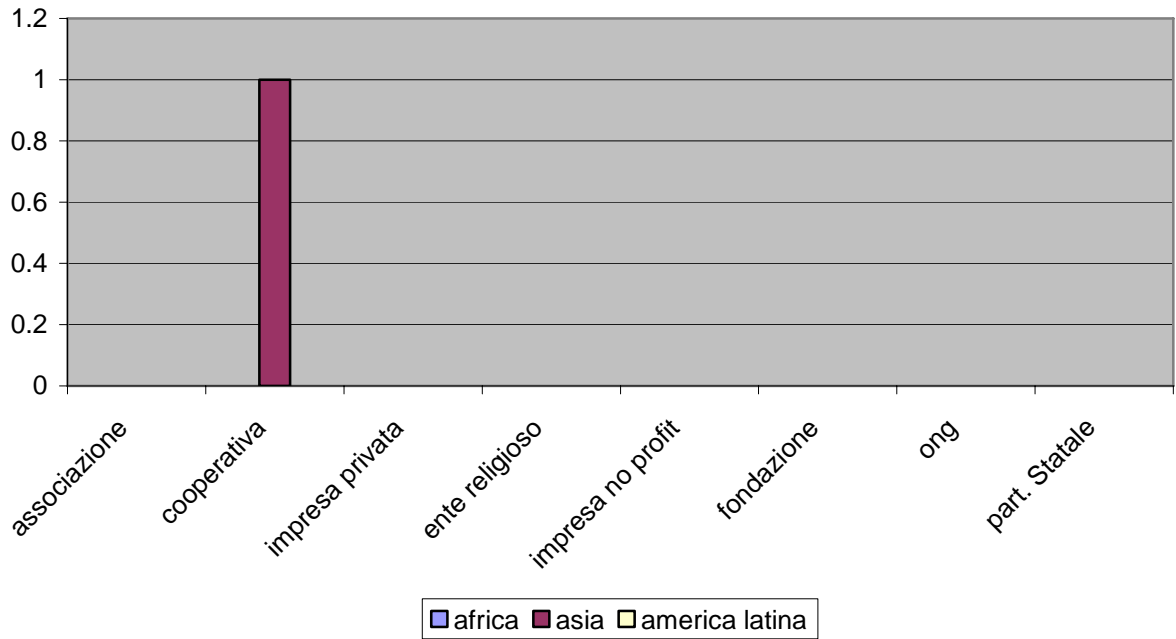
■ africa ■ asia ■ america latina

## Distribuzione per "livello"

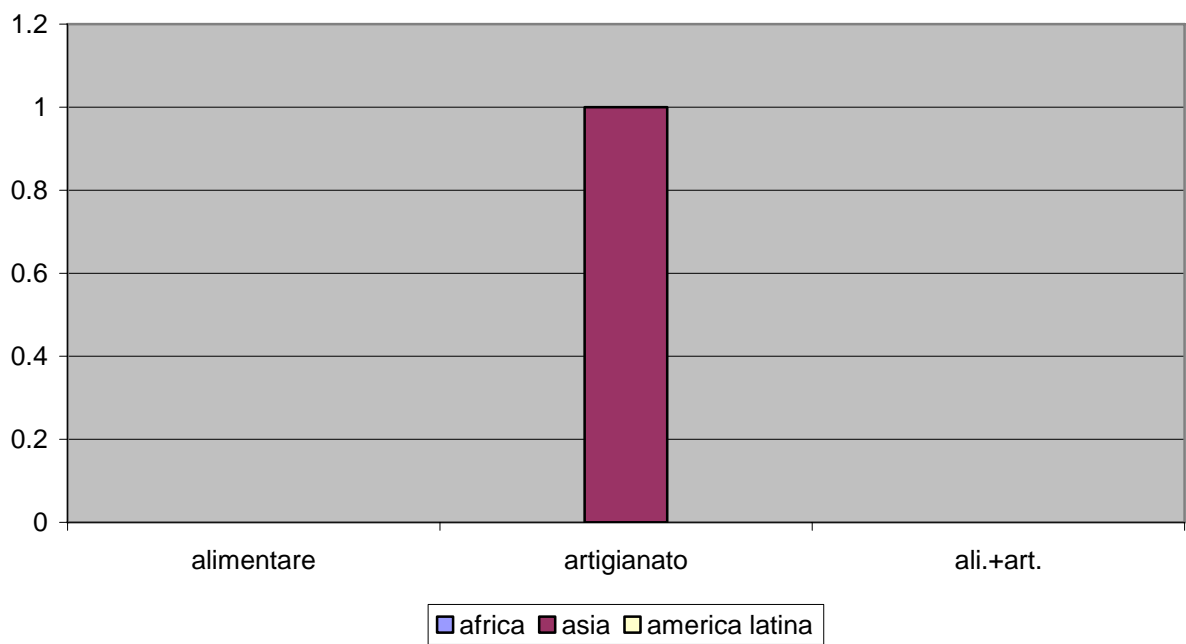


■ I livello ■ II livello ■ mista

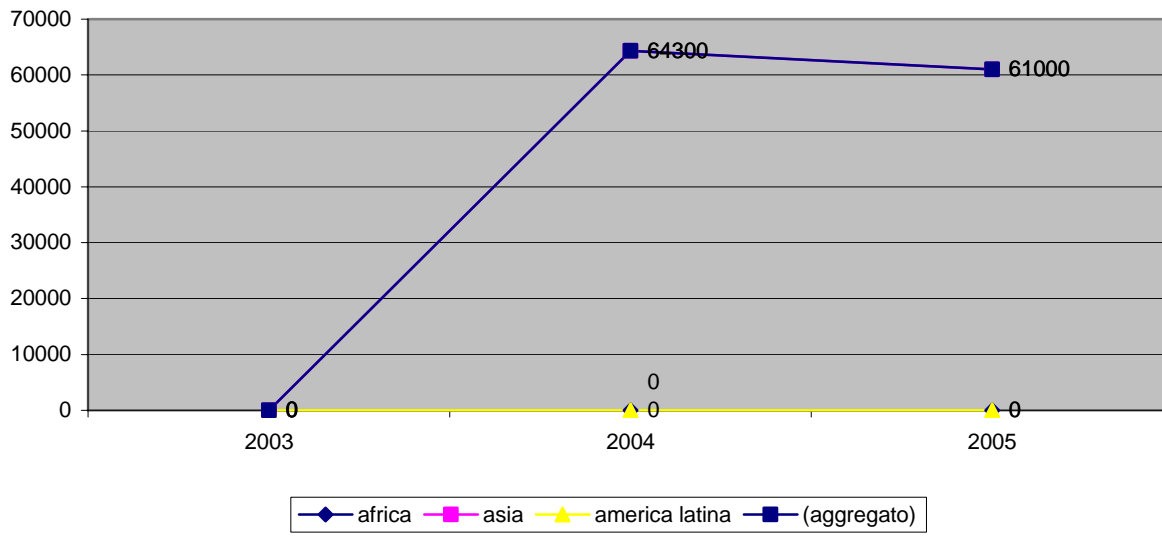
**Distribuzione per tipologia legale**



**Distribuzione per tipologia produttiva**

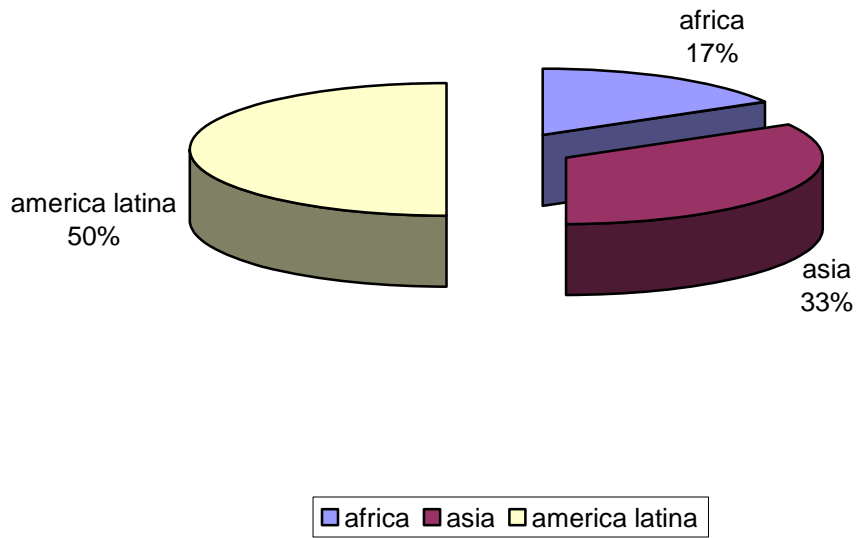


Dinamica dei valori importati

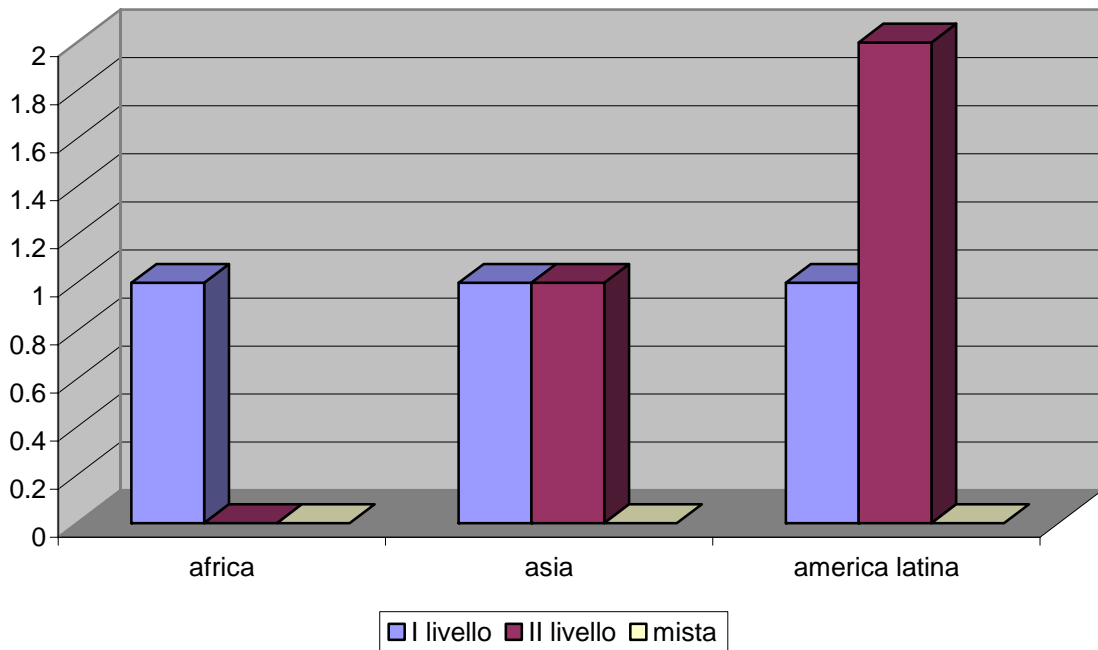


# CHICOMENDES

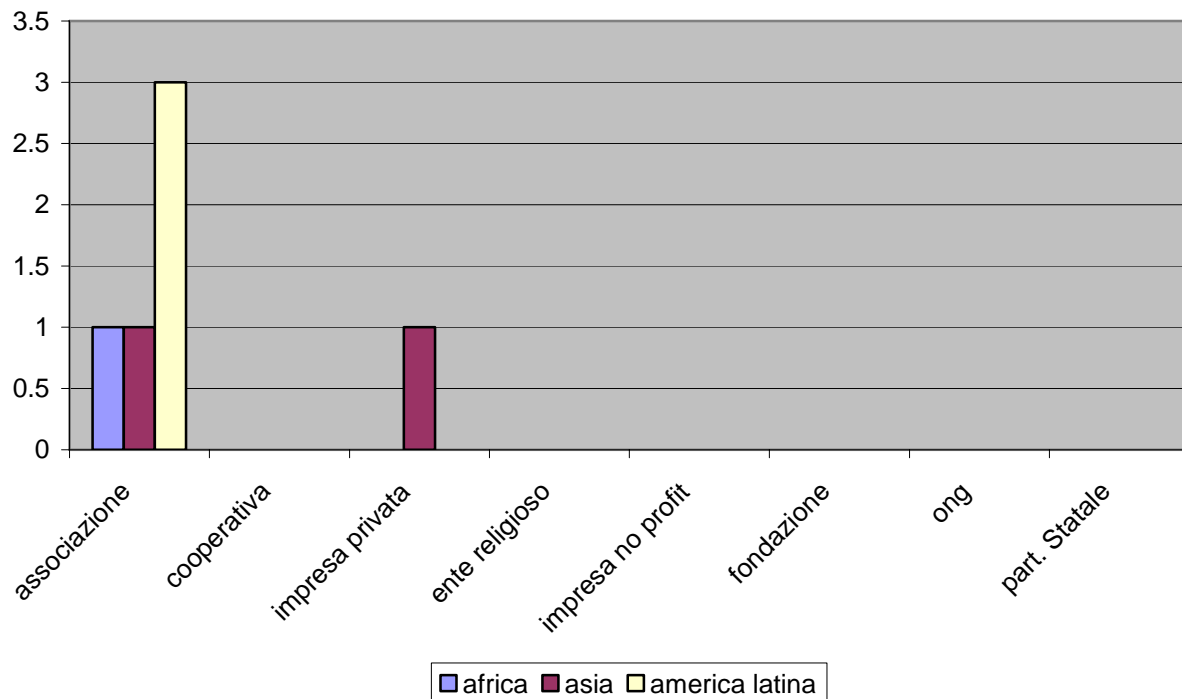
## Distribuzione produttori per continenti



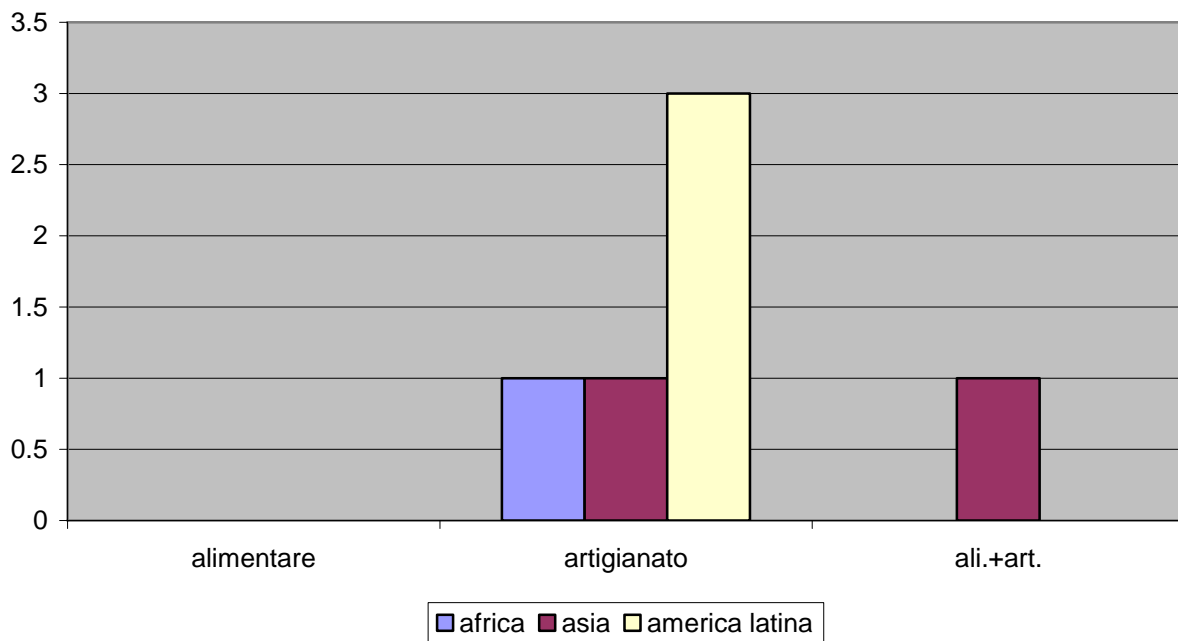
## Distribuzione per "livello"



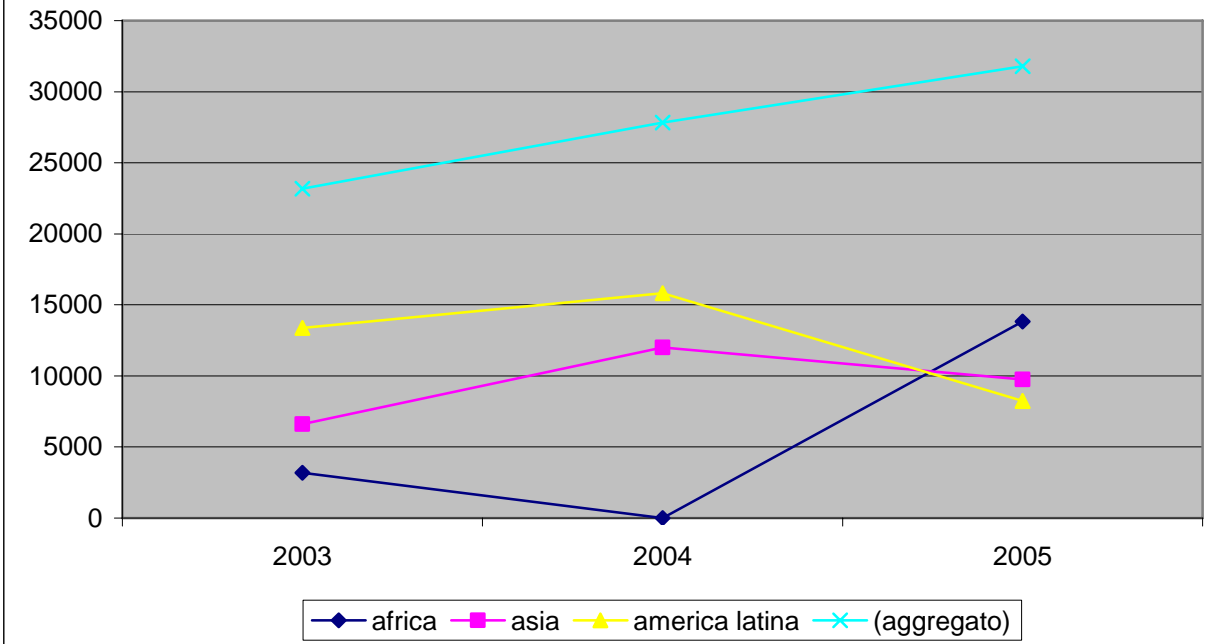
**Distribuzione per tipologia legale**



**Distribuzione per tipologia produttiva**

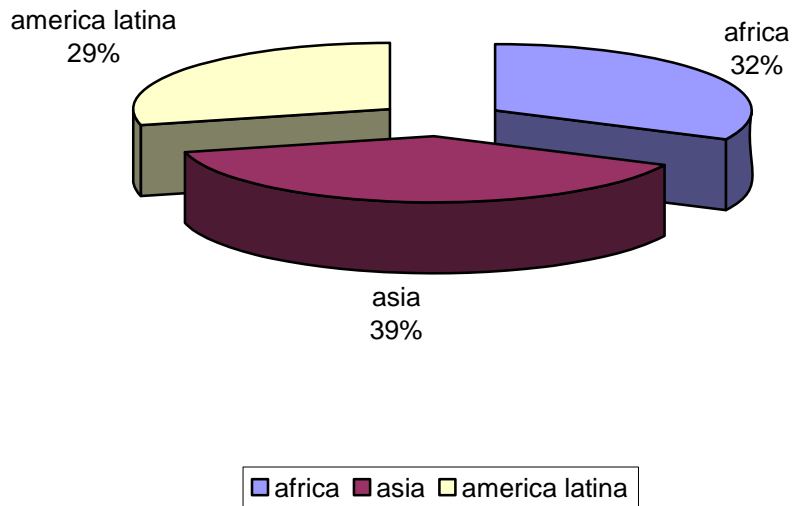


### Dinamica dei valori importati

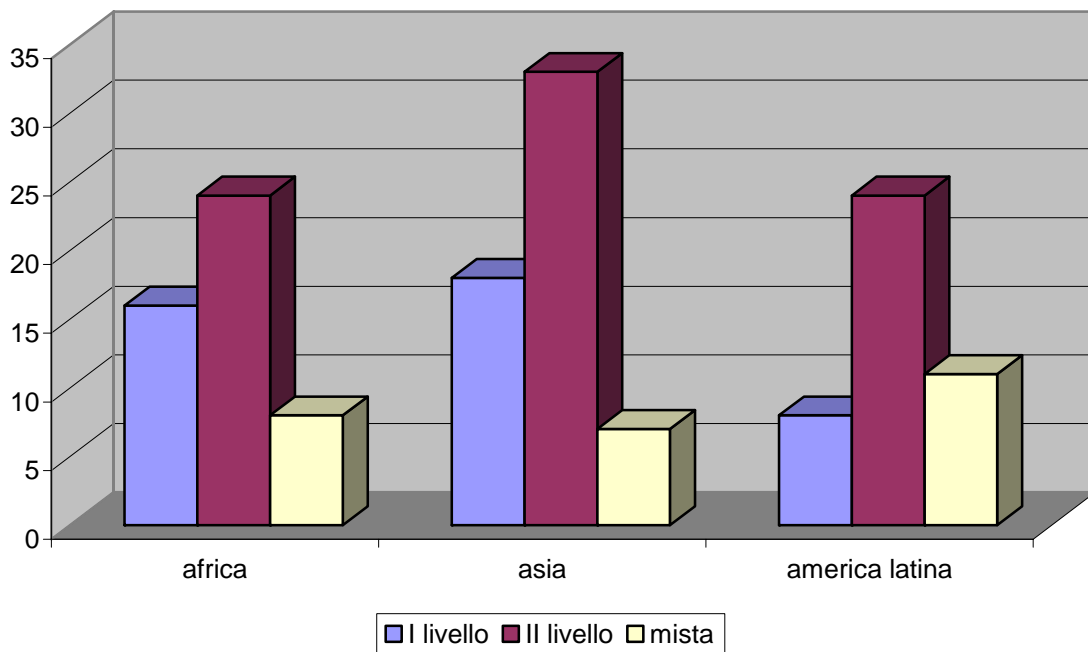


## COMMERCIO ALTERNATIVO

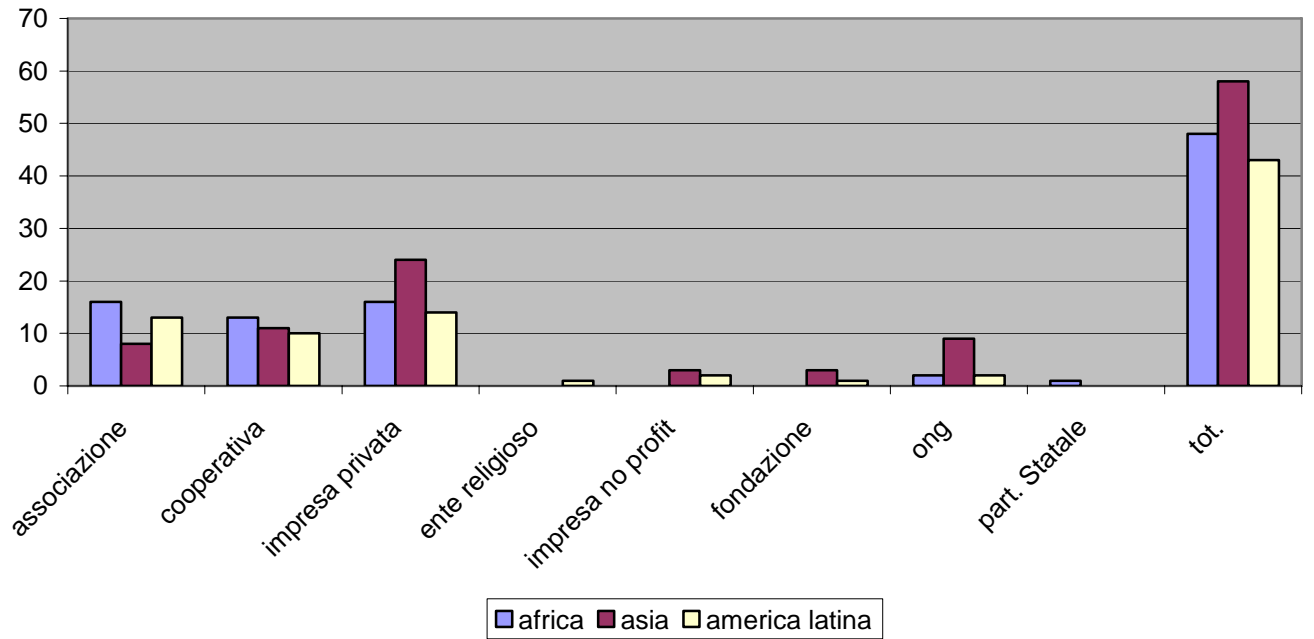
### Distribuzione produttori per continenti



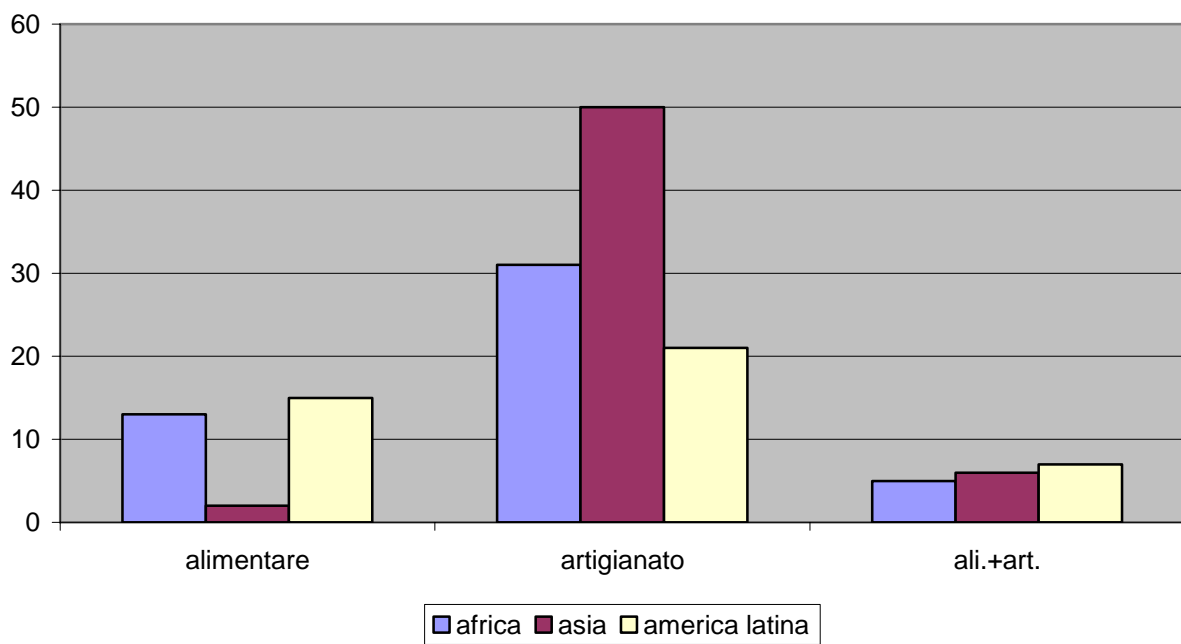
### Distribuzione per "livello"



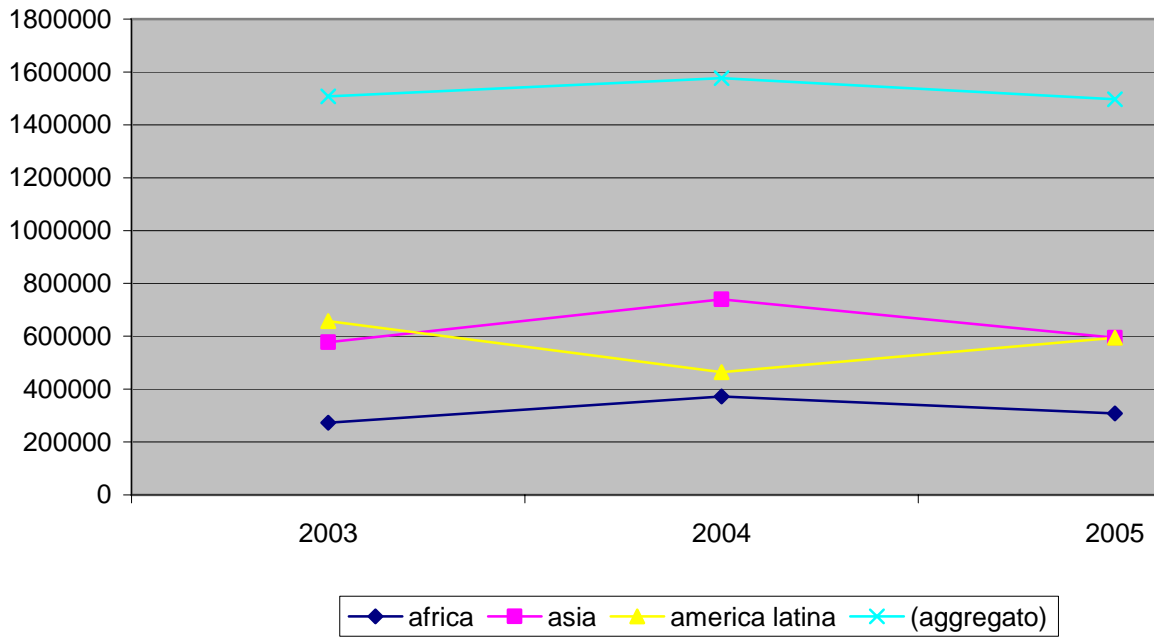
### Distribuzione per tipologia legale



### Distribuzione per tipologia produttiva

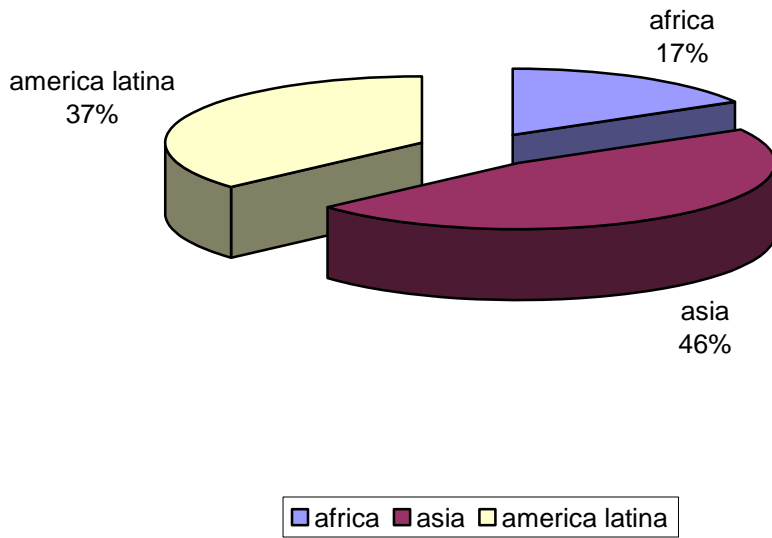


### Dinamica dei valori importati

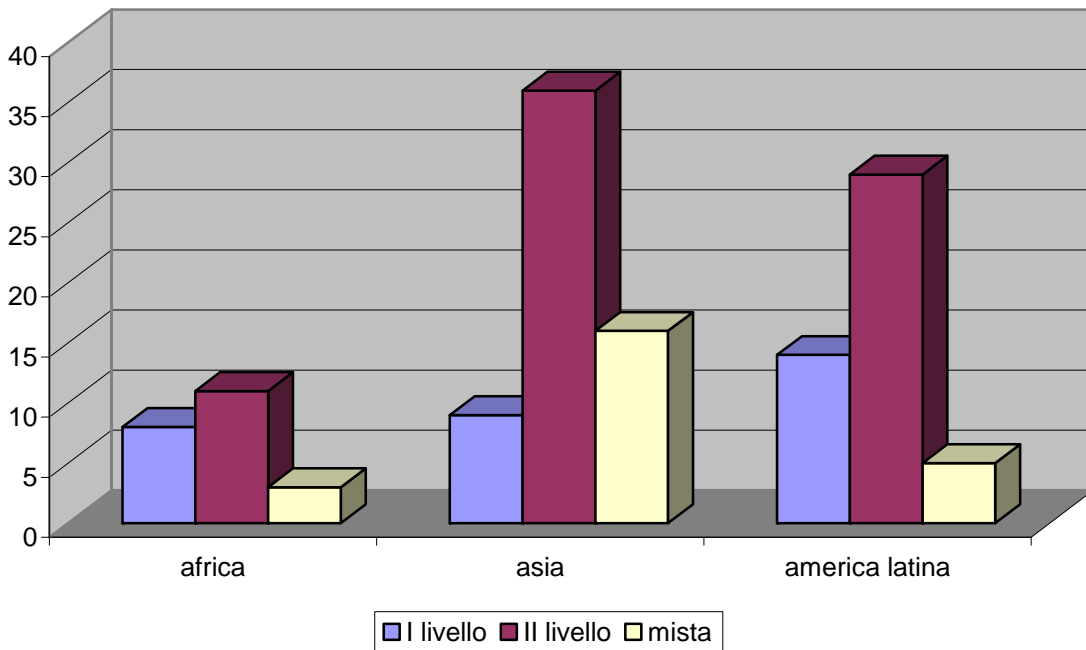


# CTM ALTROMERCATO

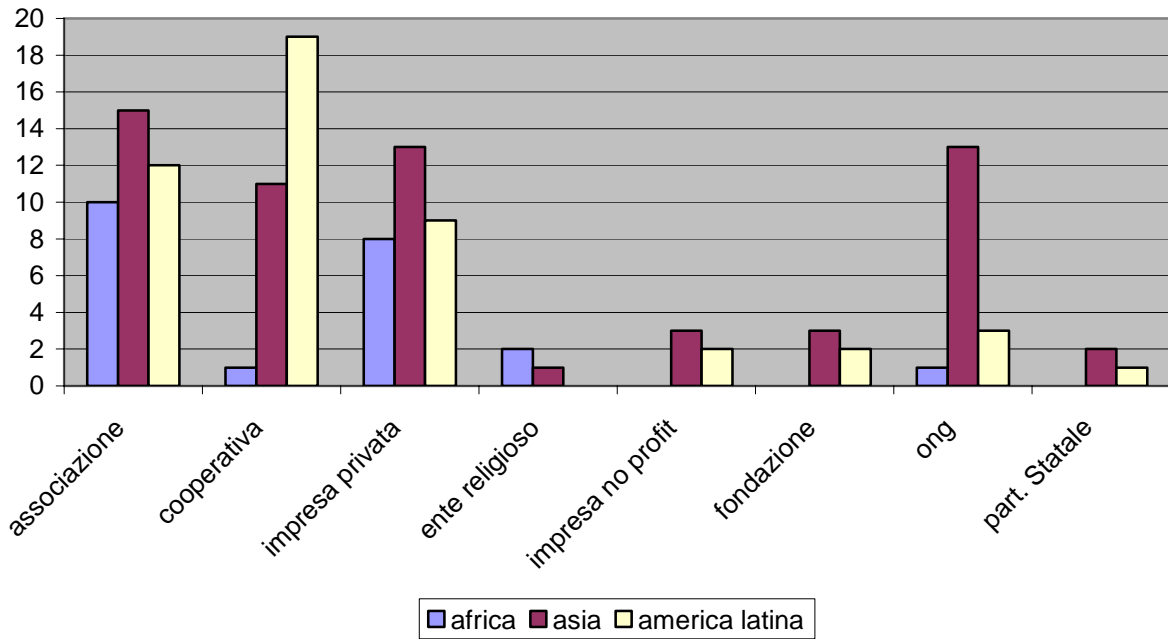
## Distribuzione produttori per continenti



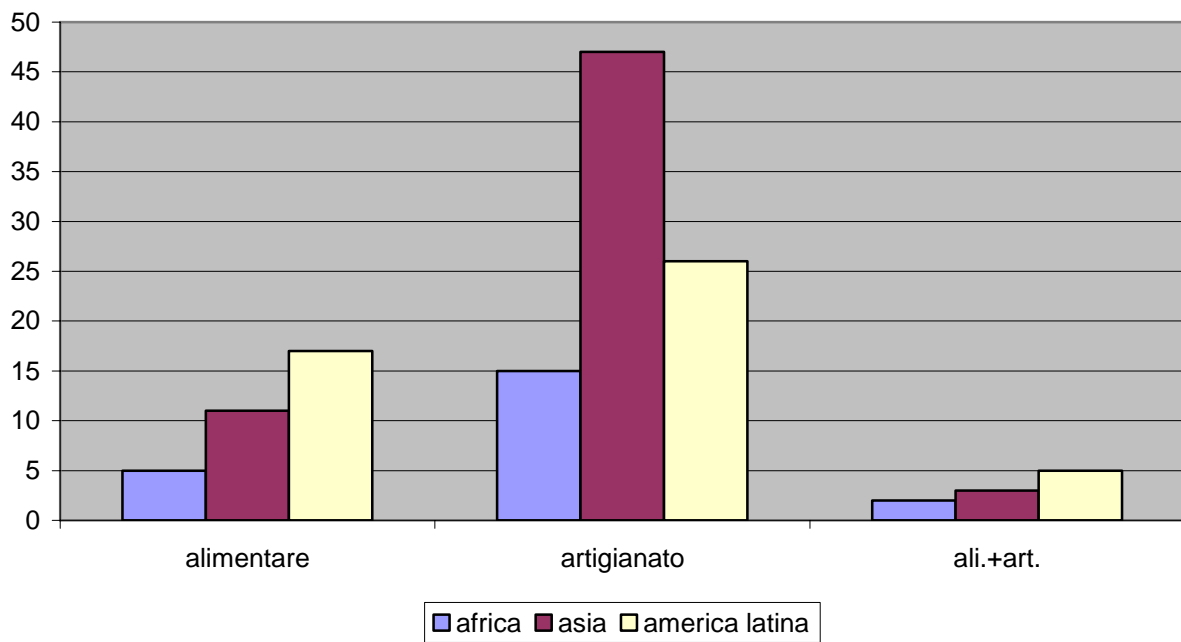
## Distribuzione per "livello"



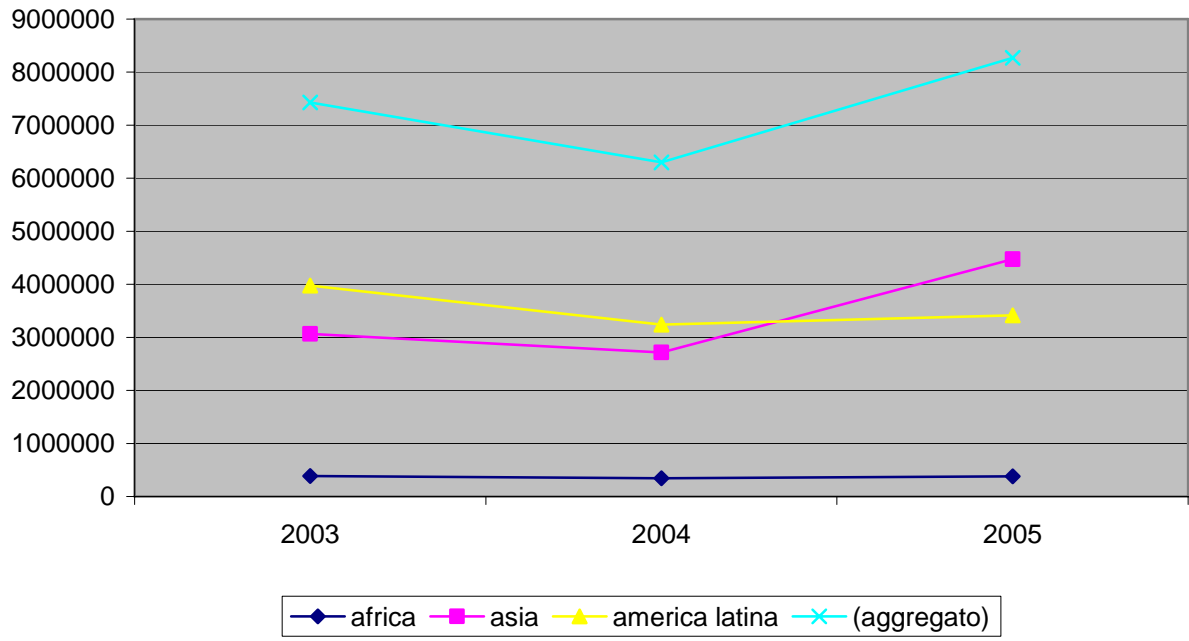
**Distribuzione per tipologia legale**



**Distribuzione per tipologia produttiva**

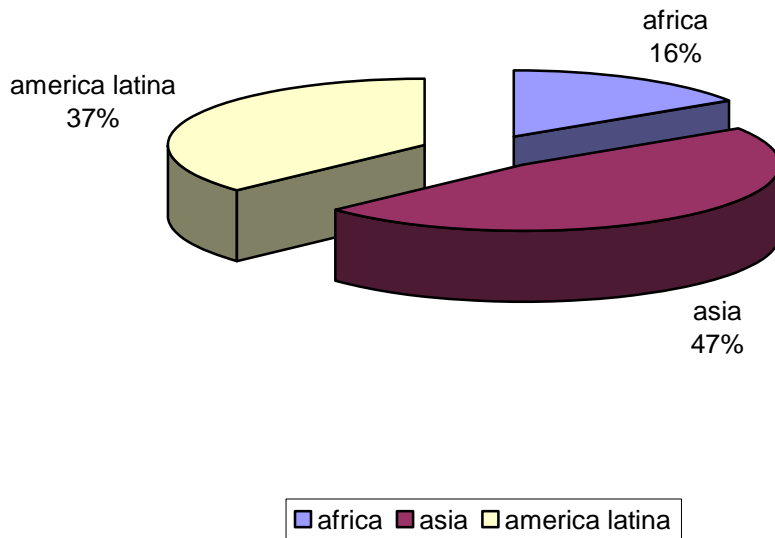


### Dinamica dei valori importati

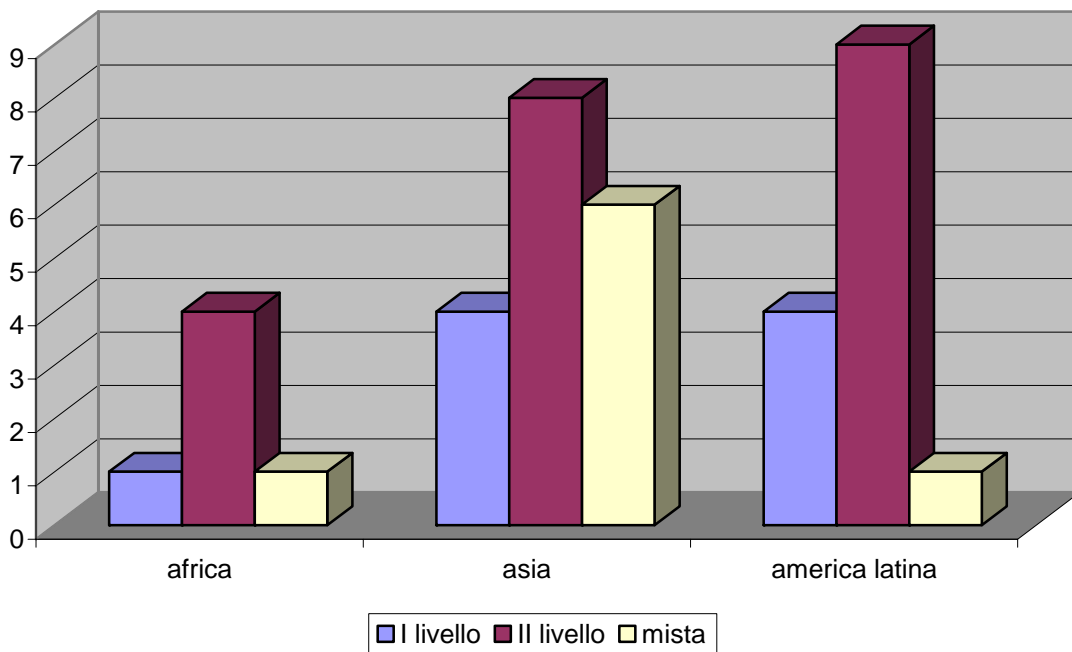


# EQUOLAND

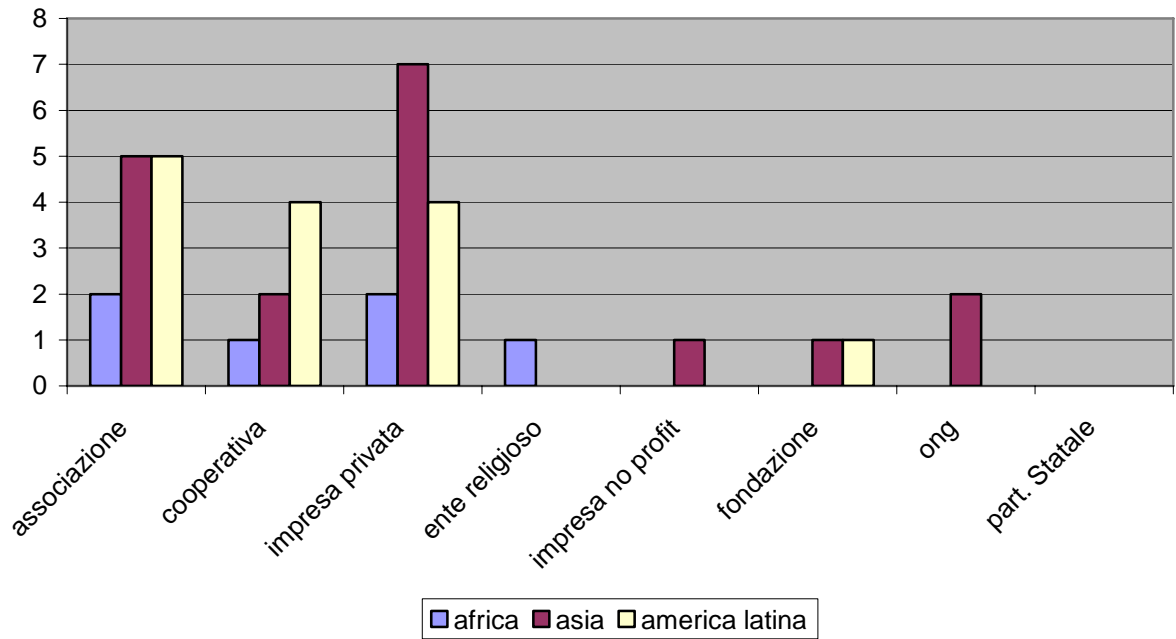
## Distribuzione produttori per continenti



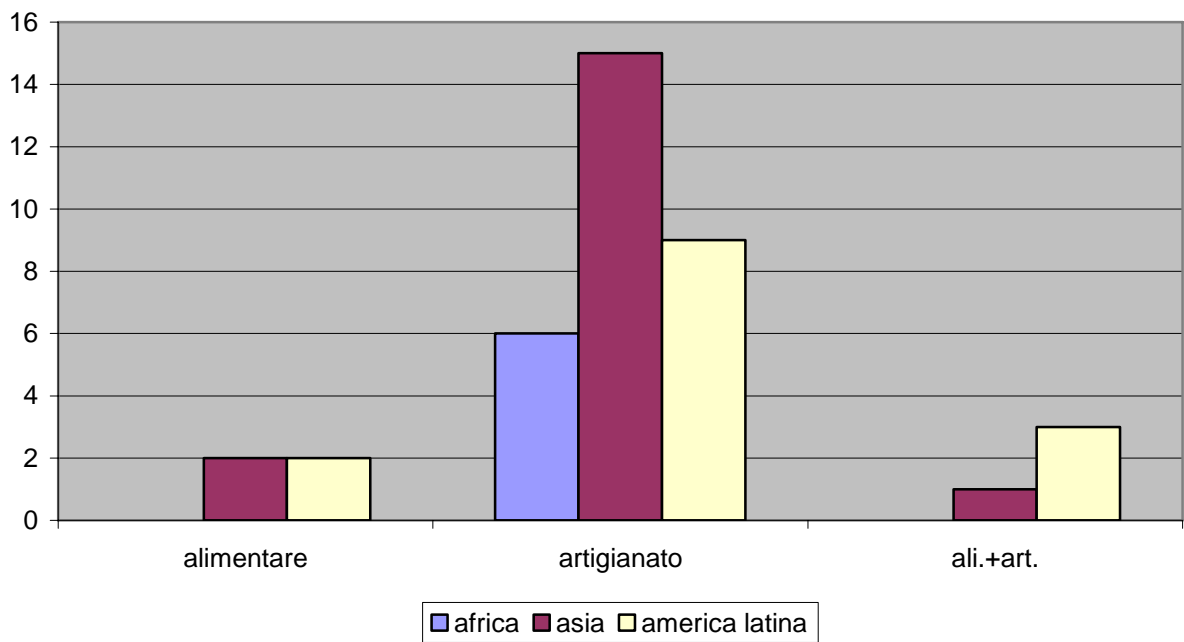
## Distribuzione per "livello"



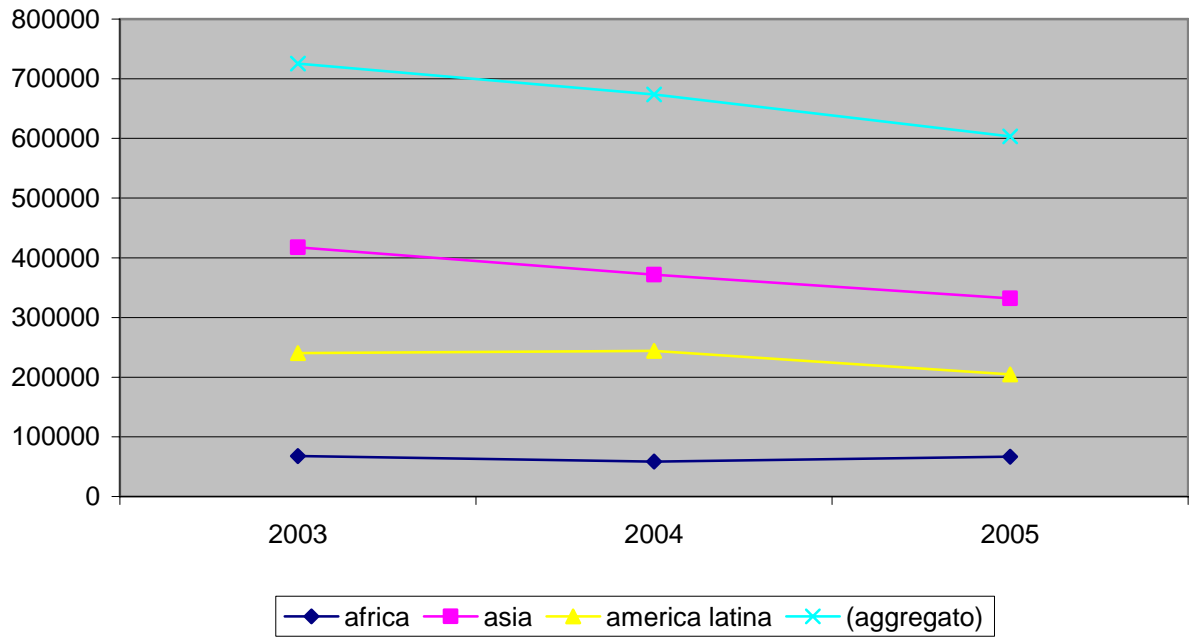
**Distribuzione per tipologia legale**



**Distribuzione per tipologia produttiva**

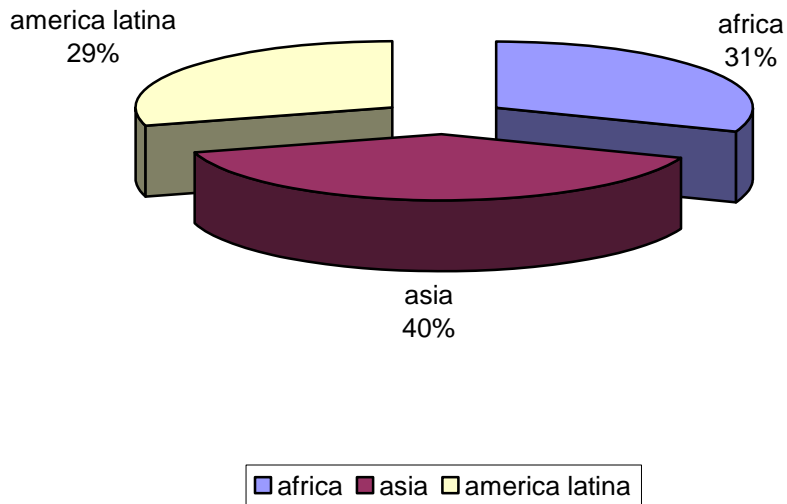


### Dinamica dei valori importati

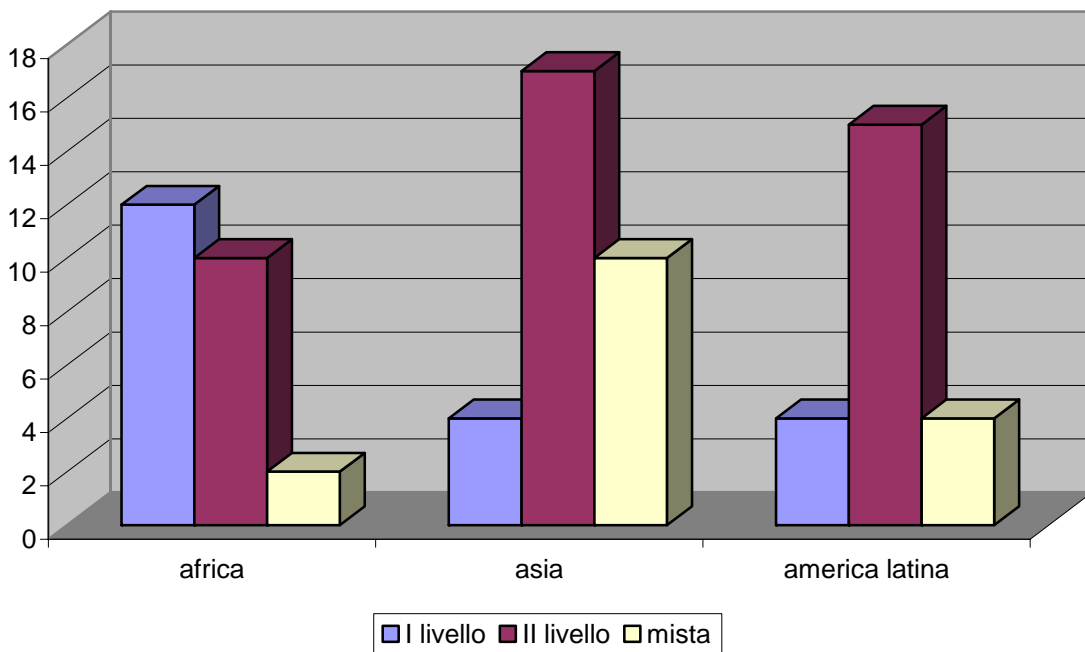


# LIBERO MONDO

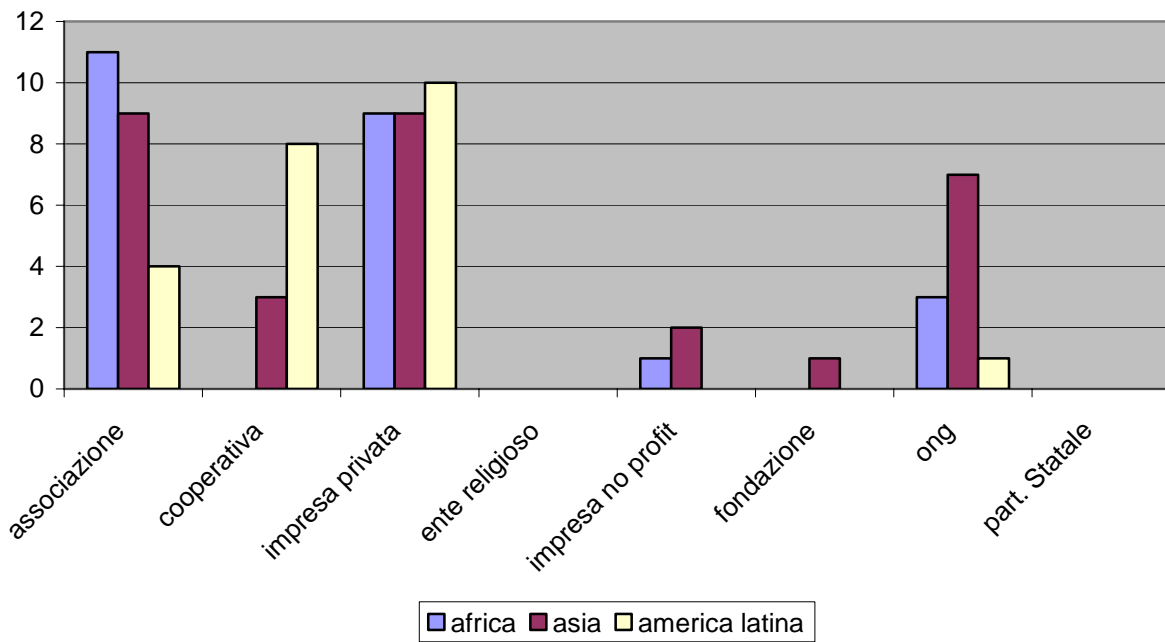
## Distribuzione produttori per continenti



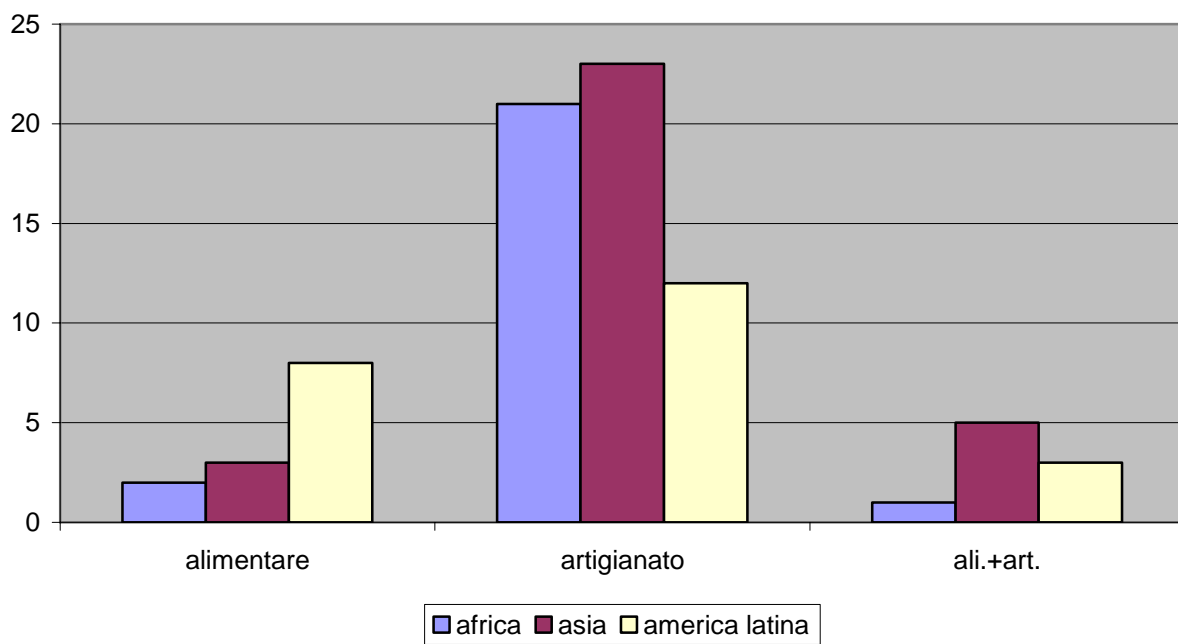
## Distribuzione per "livello"



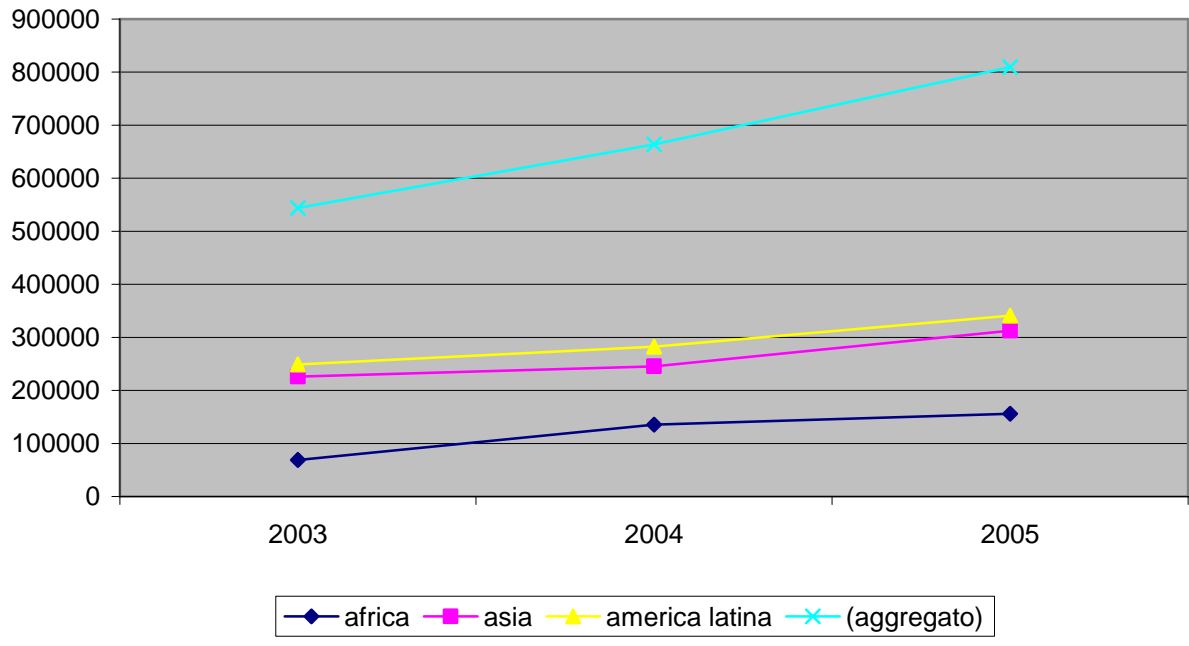
**Distribuzione per tipologia legale**



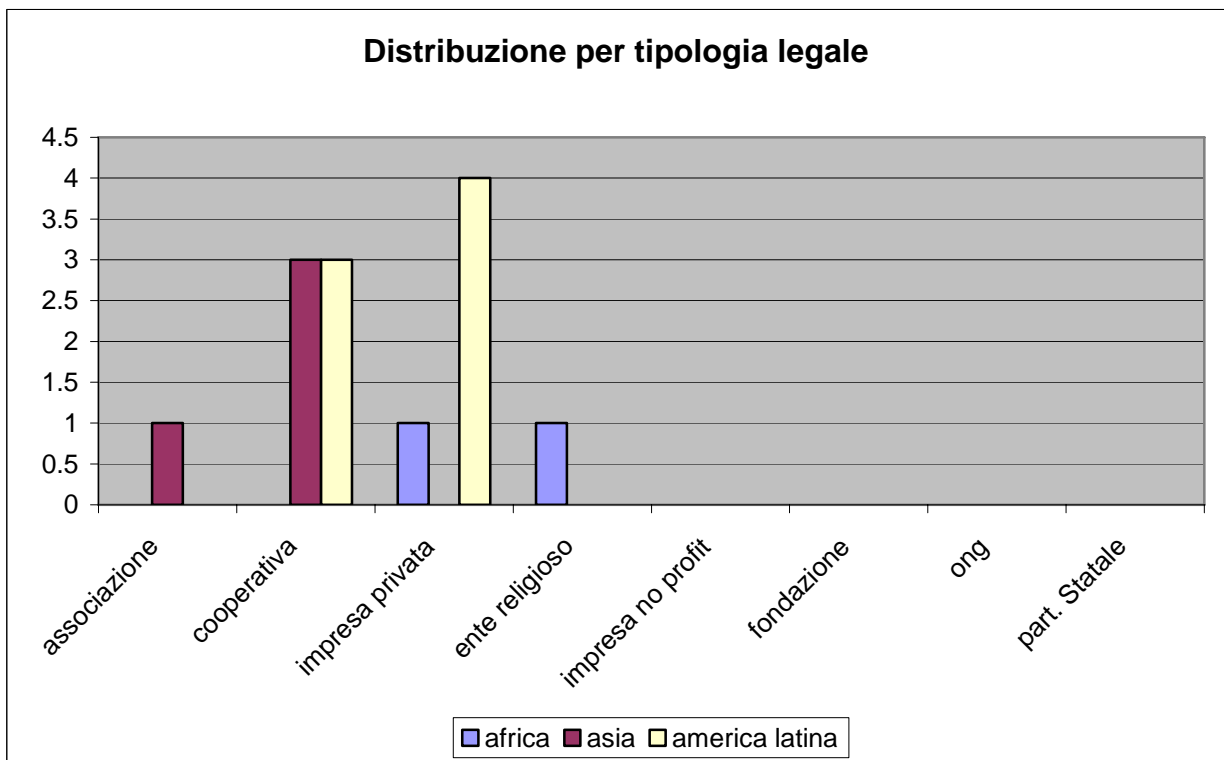
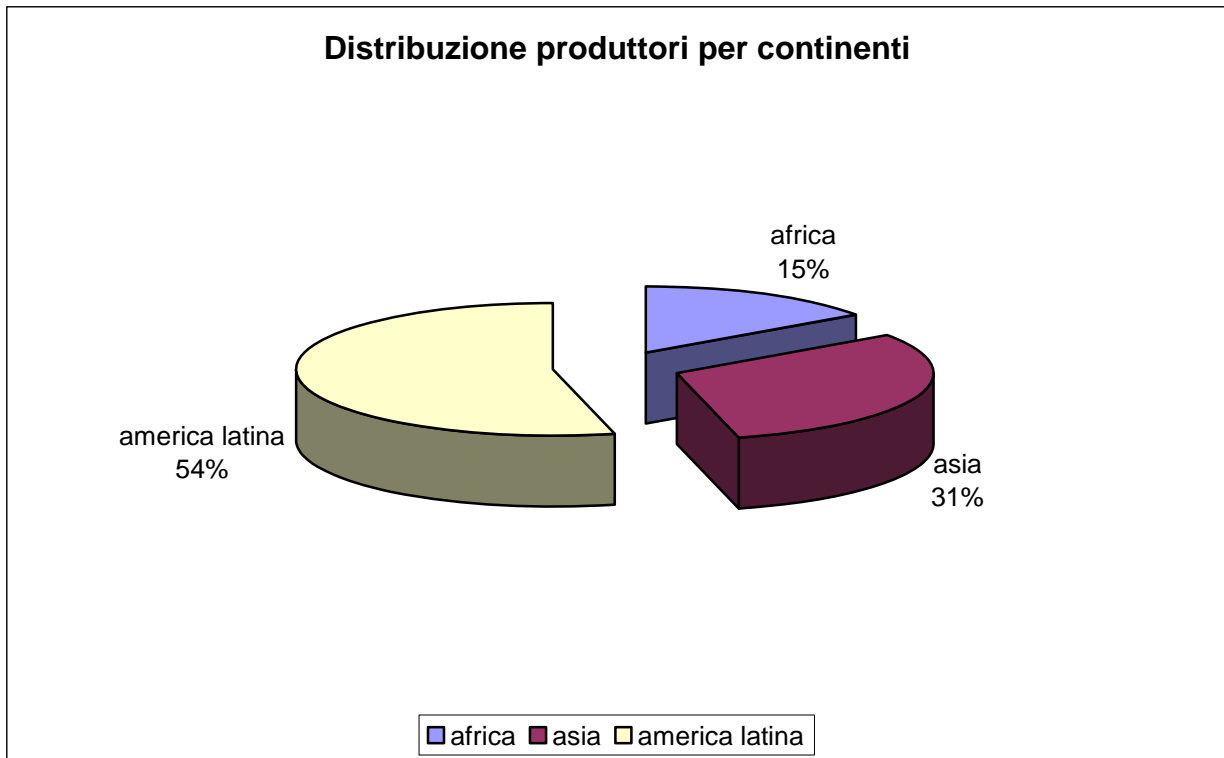
**Distribuzione per tipologia produttiva**



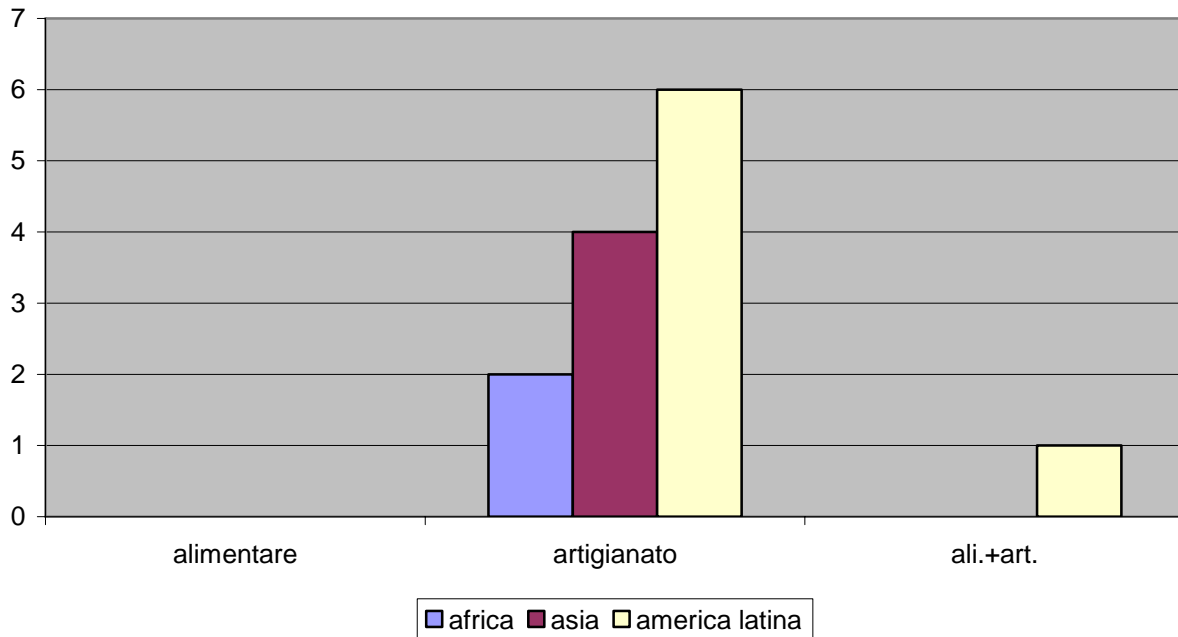
### Dinamica dei valori importati



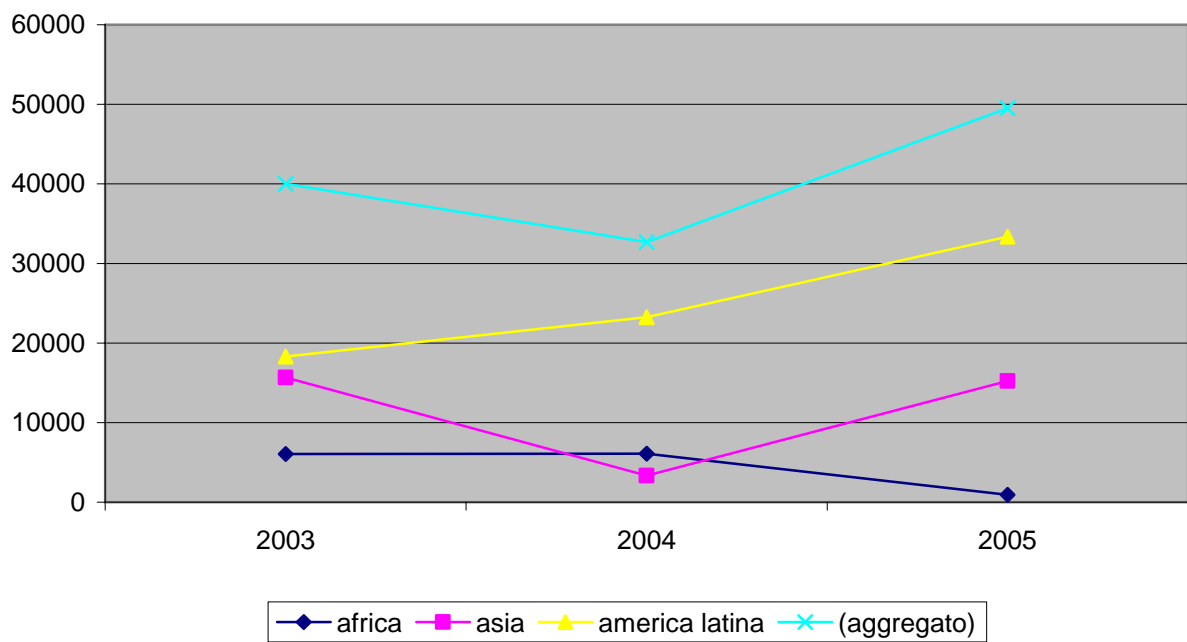
## MACONDO PALERMO



### Distribuzione per tipologia produttiva

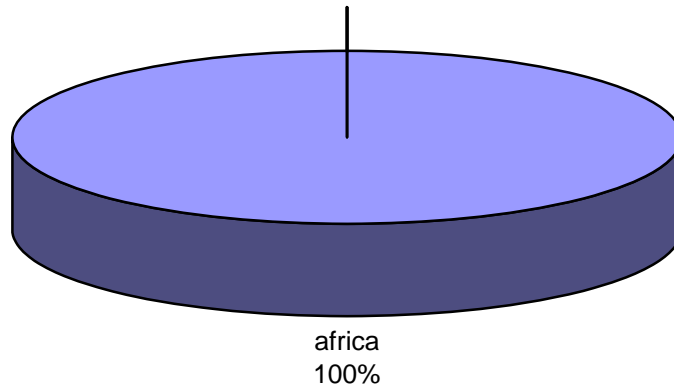


### Dinamica dei valori importati



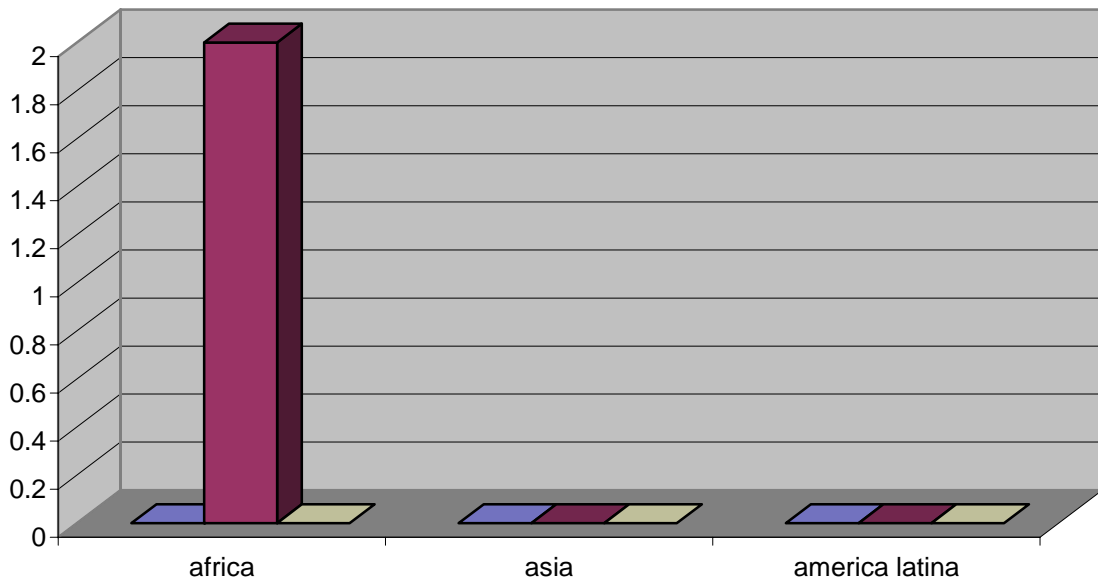
# RAVINALA

## Distribuzione produttori per continente



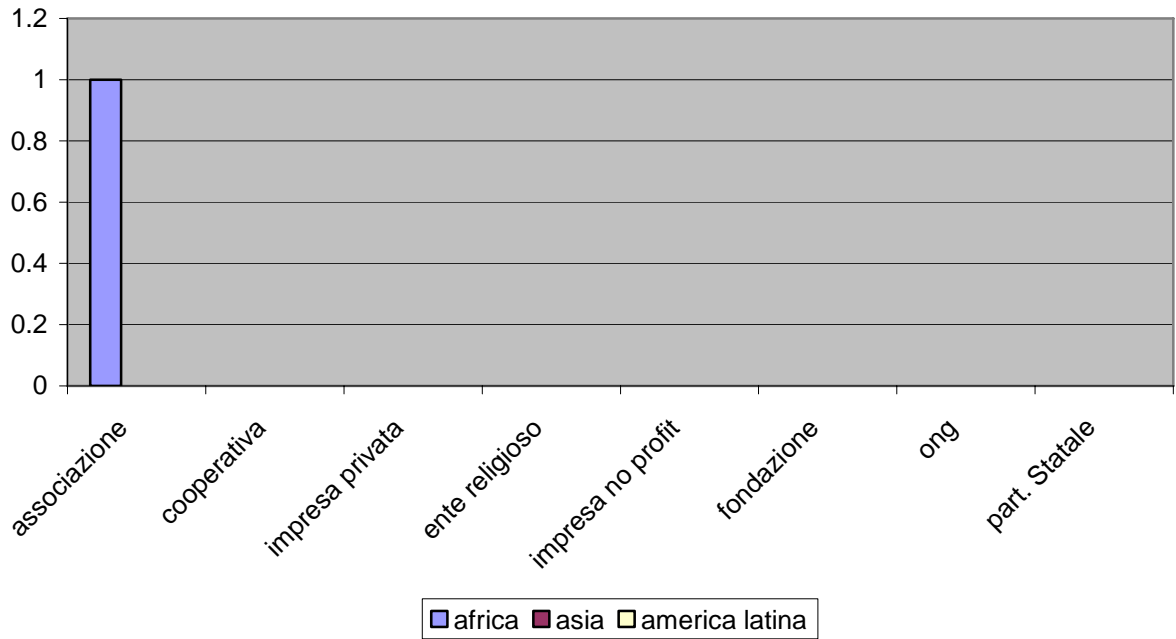
■ africa ■ asia ■ america latina

## Distribuzione per "livello"

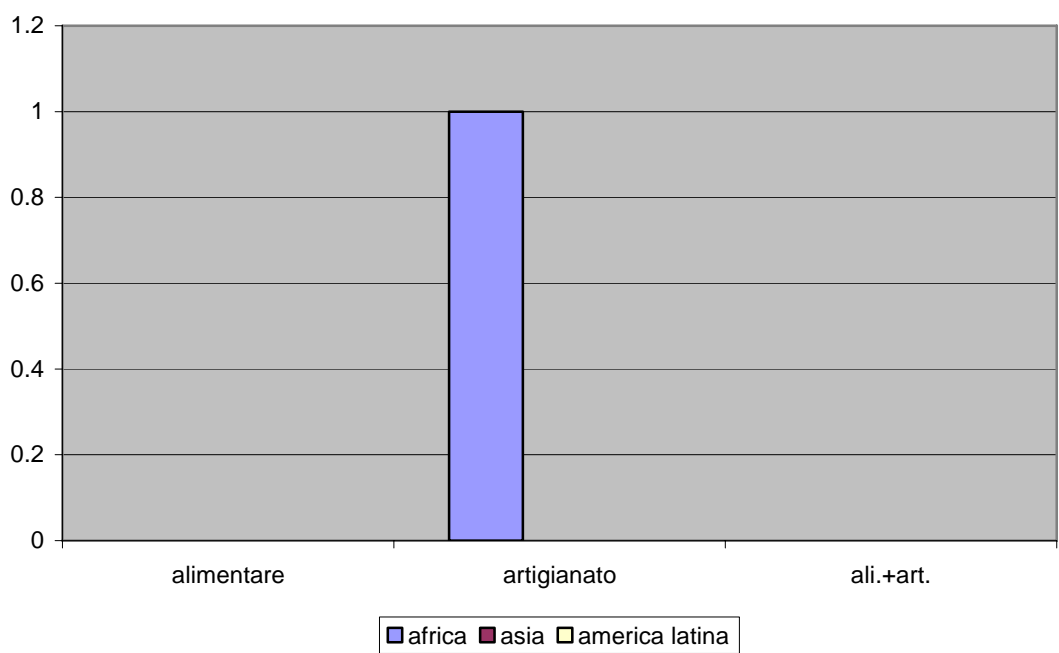


■ I livello ■ II livello ■ mista

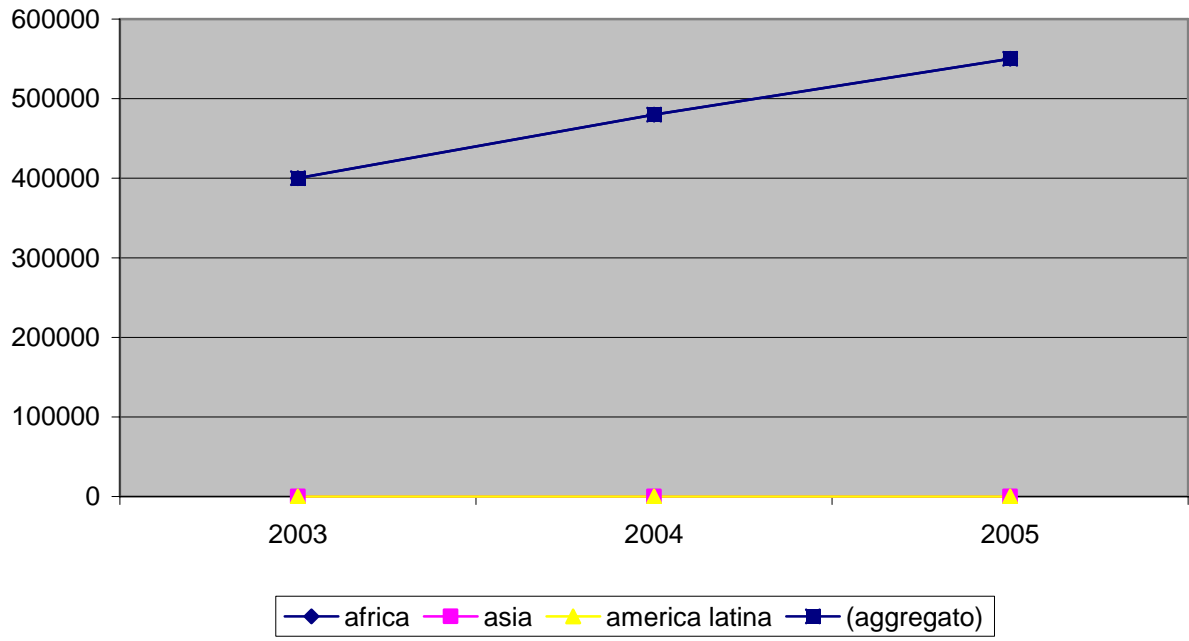
**Distribuzione per tipologia legale**



**Distribuzione per tipologia produttiva**

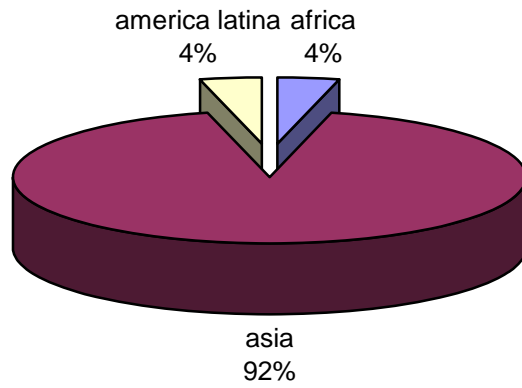


### Dinamica dei valori importati



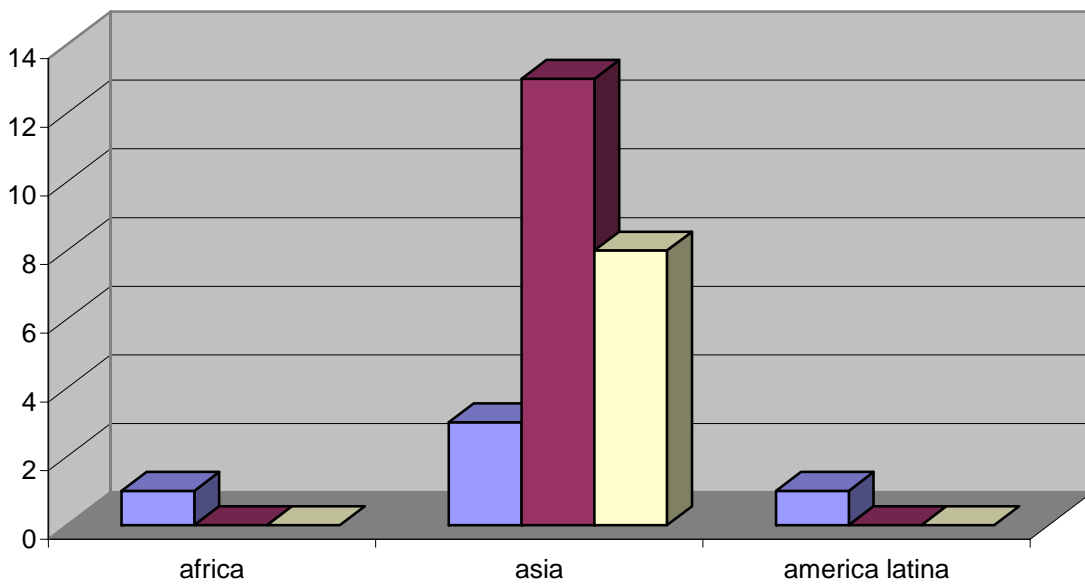
# ROBA

## Distribuzione produttori per continenti



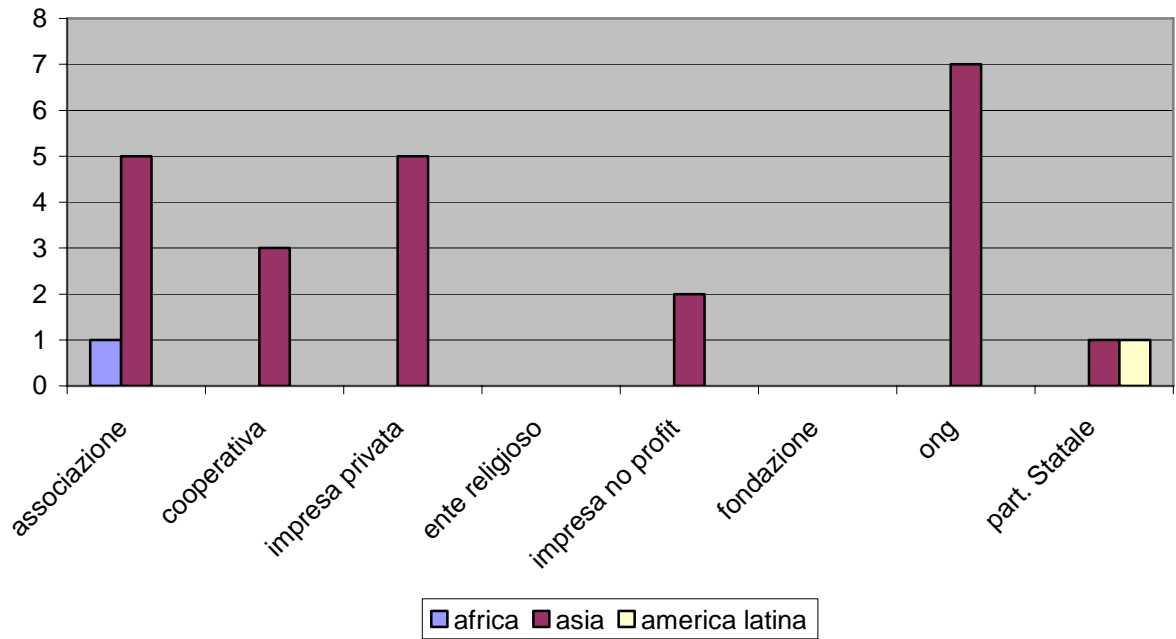
■ africa ■ asia ■ america latina

## Distribuzione per "livello"

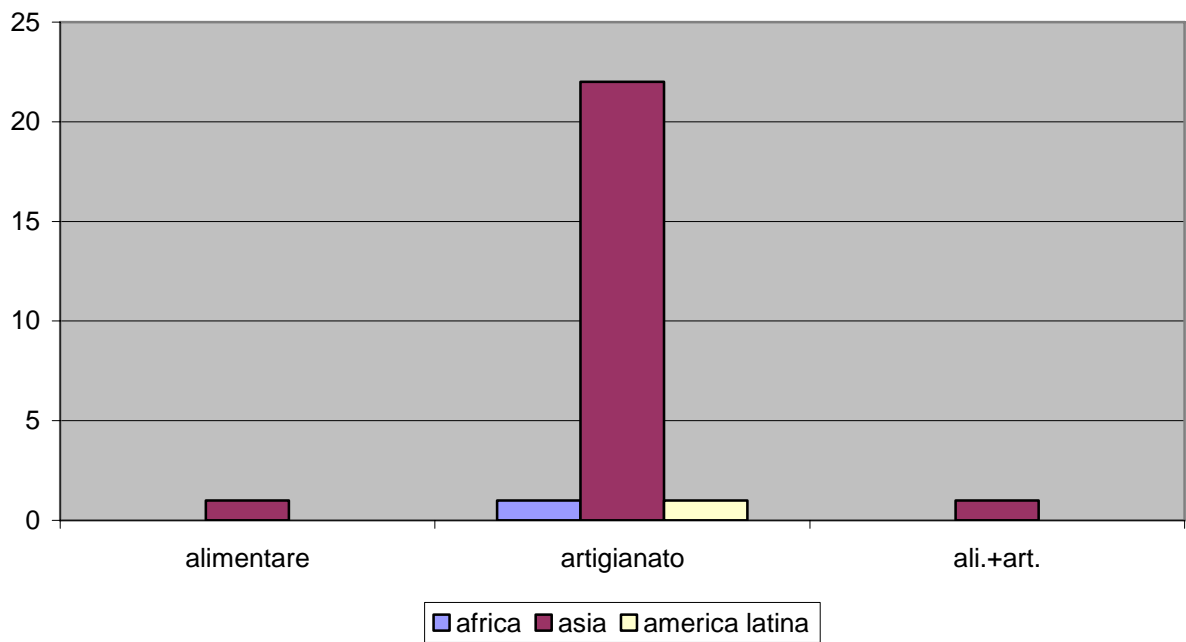


■ I livello ■ II livello ■ mista

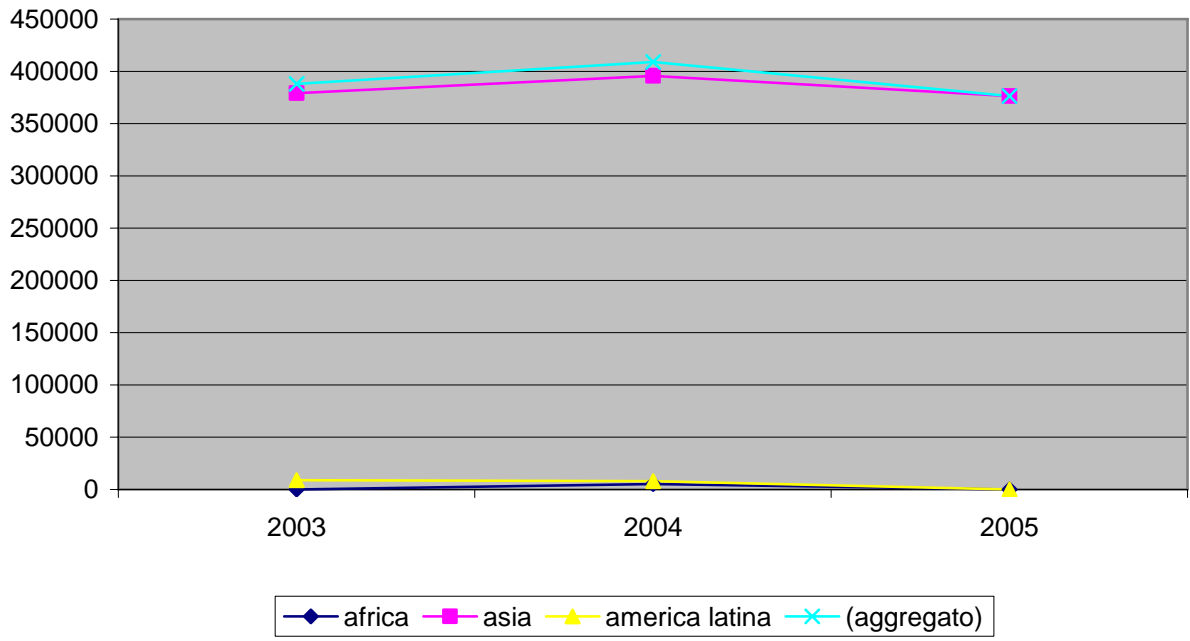
**Distribuzione per tipologia legale**



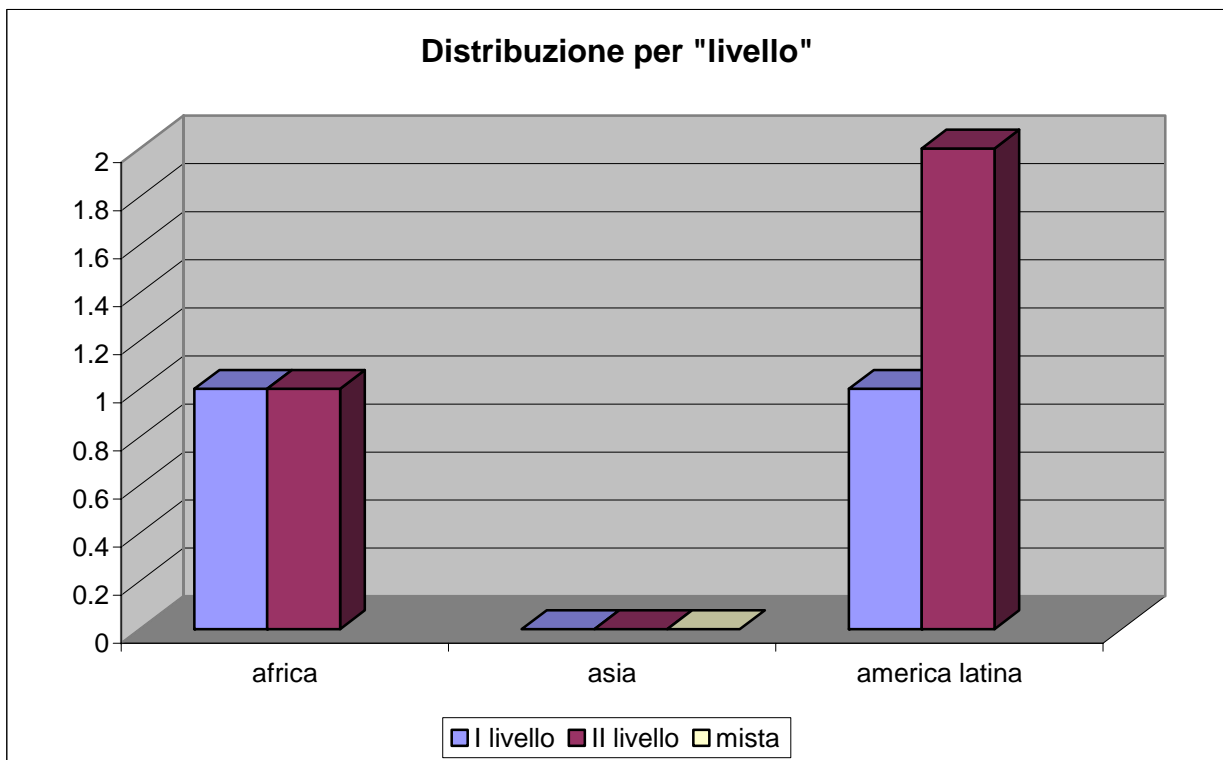
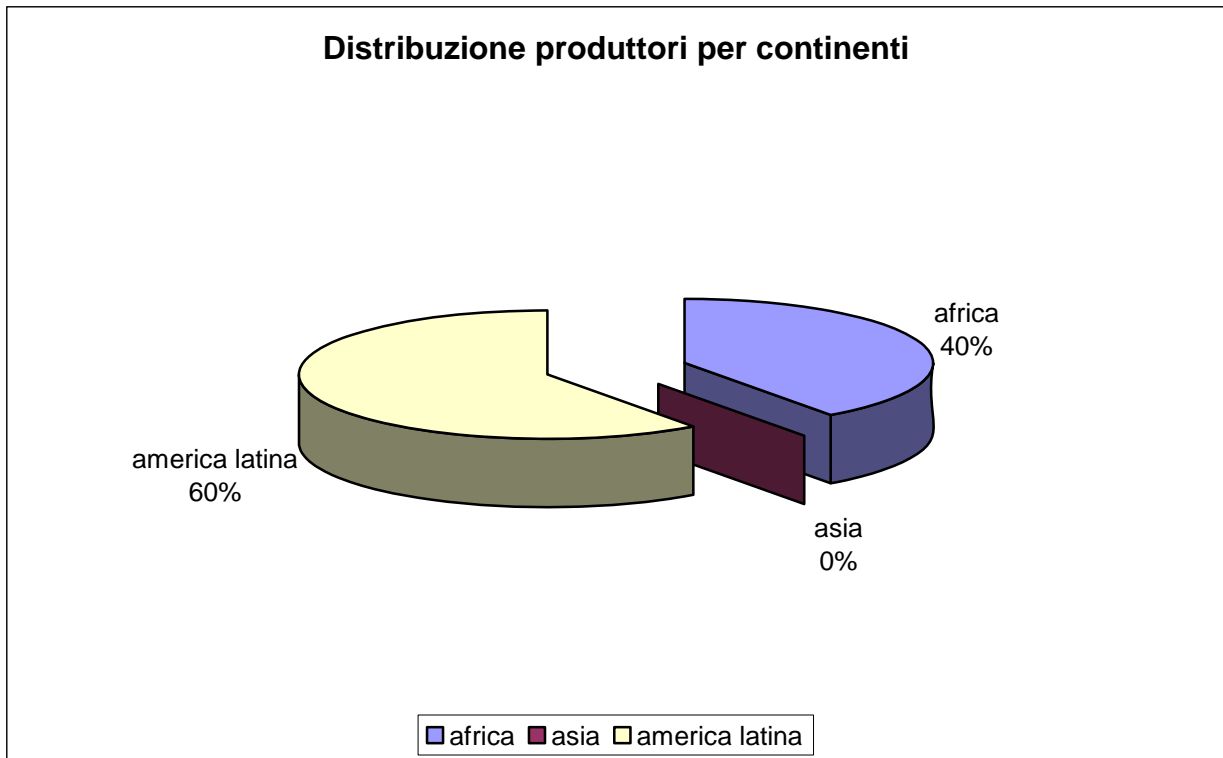
**Distribuzione per tipologia produttiva**



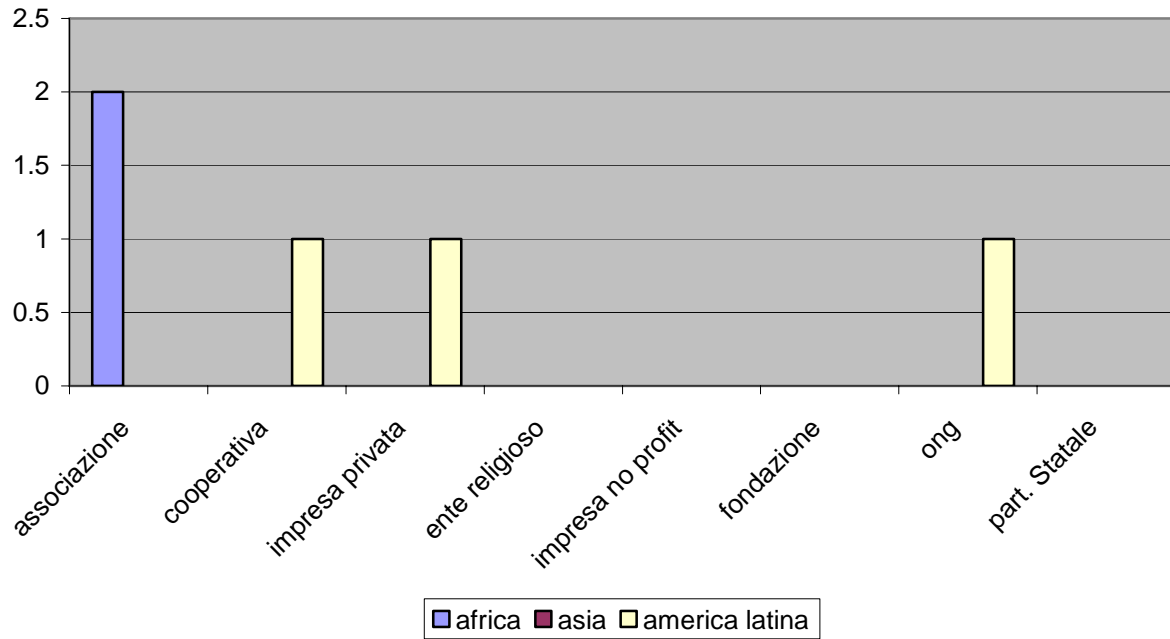
### Dinamica dei valori importati



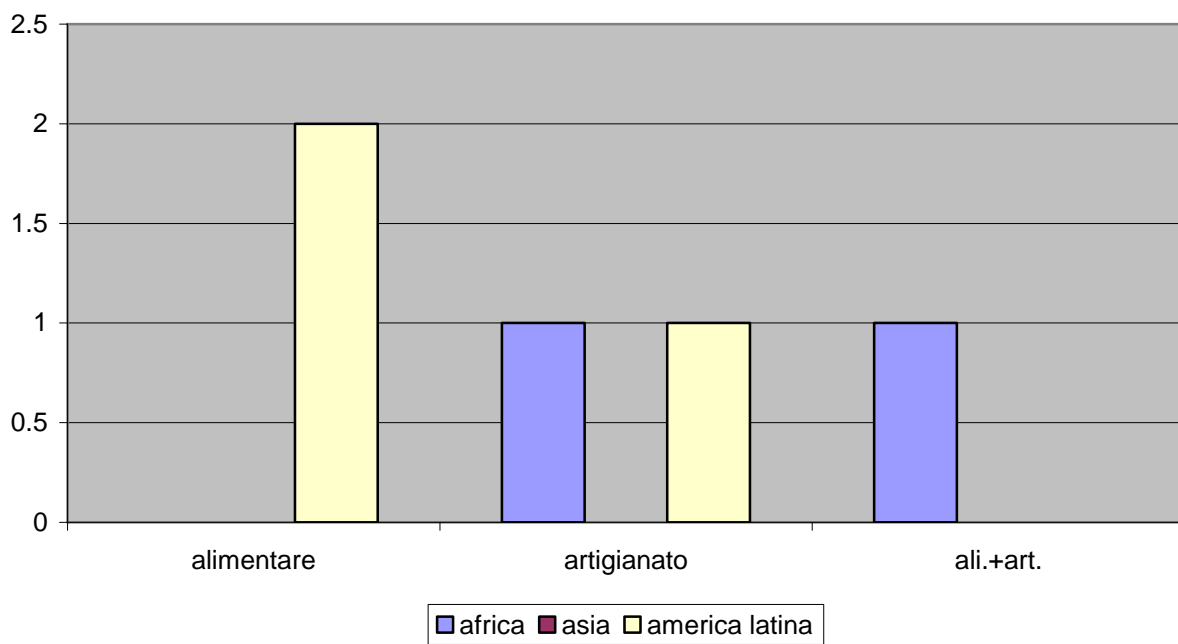
## SCAMBI SOSTENIBILI



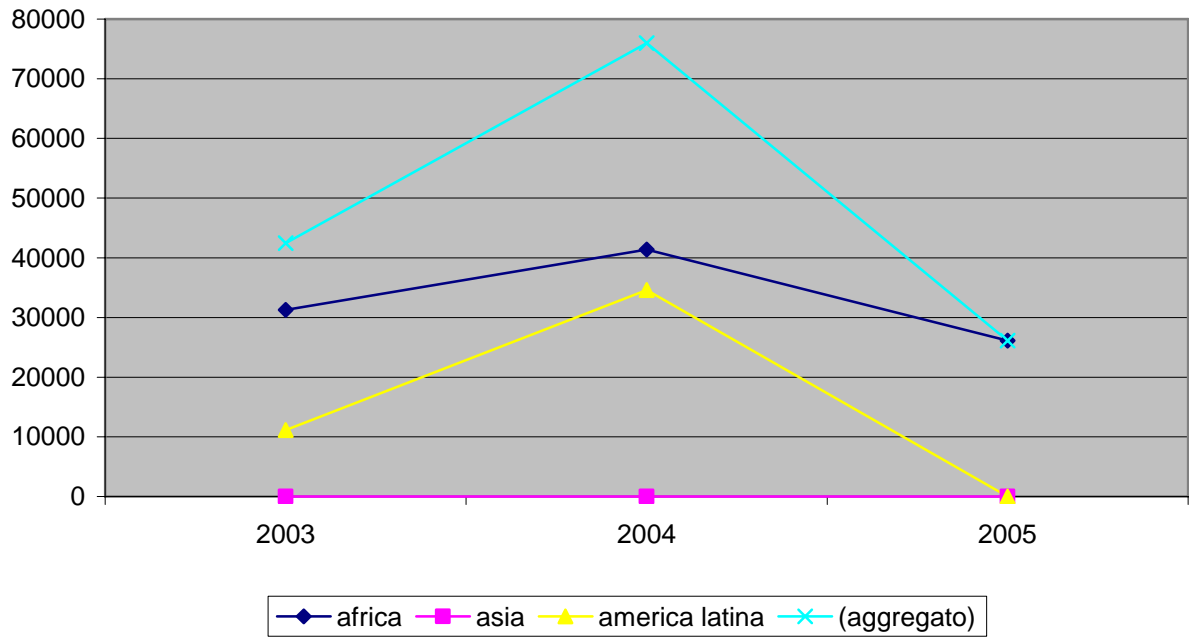
**Distribuzione per tipologia legale**



**Distribuzione per tipologia produttiva**



### Dinamica dei valori importati



**Working paper** già pubblicati:

- 1) **Emilio Colombo- Patrizio Tirelli,**  
*Il mercato delle banane e il commercio equo e solidale*, giugno 2006.
- 2) **Emilio Colombo- Patrizio Tirelli,**  
*Il mercato del caffè e il commercio equo e solidale*, giugno 2006.
- 3) **Gian Paolo Barbetta,**  
*Il commercio equo e solidale in Italia*, giugno 2006.
- 4) **Gruppo di lavoro coordinato da Antonella Sciarrone Alibrandi**  
*Quali norme per il commercio equo e solidale?*, giugno 2006.

*Sig.ra Giuliana Burdo (Segreteria)*

Università Cattolica del Sacro Cuore

Via Necchi, 5

20123 Milano MI – Italy

tel. 02-7234.2466

[cooperazione.ricerche@unicatt.it](mailto:cooperazione.ricerche@unicatt.it)

[www.unicatt.it/crc](http://www.unicatt.it/crc)