

# Capitolo 1

## La microfinanza per il Sud del mondo

### *Storie di donne*

“Mi chiamo Durga Bar, ho 35 anni, abito a Prasadpur, un poverissimo villaggio nella periferia di Calcutta. Ho due figli e fino a tre anni fa non avevo i soldi per mandarli a scuola. Il reddito di mio marito bastava a malapena a procurarci un pasto al giorno. Non avevo alcun punto di riferimento, alcuna speranza per poter migliorare le condizioni della mia famiglia. Poi un giorno ho incontrato il Dott. Sujit Mandal e sono venuta a conoscenza del programma rivolto alle donne del mio villaggio: l’Institute for Indian Mother and Child (IIMC) poteva prestarmi del denaro affinché io avviassi un’attività lavorativa. Così ho iniziato a comprare ortaggi e a rivenderli al mercato di Nappanj. Oggi i miei figli vanno a scuola.”

“Sono Mita Makal, madre di due bambini. Vivo a Gazipara, un poverissimo villaggio nella zona rurale a sud di Calcutta e sono sposata con un pescatore. Quando mio marito si è ammalato, la mia famiglia ha attraversato un lungo periodo di restrizioni, perchè è mancata la nostra unica fonte di reddito. Sono venuta a sapere della banca di microcredito dell’Institute for Indian Mother and Child (IIMC) che poteva prestarmi del denaro anche senza garanzie, dandomi la possibilità di investire sul mio futuro. Ho acquistato della canne di bambù adatte a costruire reti da pesca ed ho cominciato a venderle al mercato con notevole profitto. Ho ripagato quindi il prestito attraverso piccole rate e sono stata in grado di provvedere al sostentamento della famiglia in un momento di grande difficoltà. Oggi, grazie alla vendita delle reti e all’adesione al programma dell’IIMC, sono riuscita ad accumulare un piccolo risparmio per far fronte ad emergenze future.”

“Sono Basanti Karkamar, ho 35 anni e due figli. Vivo in un piccolo villaggio chiamato Panakua, a sud di Calcutta. I ricavi di mio marito, che svolge l’attività di fabbro, non bastavano al sostentamento di tutta la famiglia. Io mi sentivo impotente, in dovere di fare qualcosa, di portare un contributo personale per offrire un futuro migliore ai miei bambini. Finalmente un giorno ho saputo che l’Institute for Indian Mother and Child (IIMC) prestava denaro alle donne povere del mio villaggio. Così mi sono fatta avanti, ho partecipato alle riunioni settimanali, ed ho seguito dei corsi di formazione. Grazie al prestito ricevuto, ho contribuito ad ampliare l’officina di mio marito e ad aumentare il volume di affari. Da allora e grazie al supporto dell’IIMC, dò una mano nella gestione del lavoro, sono più partecipe alle decisioni e mi sento più considerata. I miei bambini hanno una prospettiva di vita migliore ed io sento di avere un ruolo più attivo all’interno della famiglia.”

Le parole di queste donne raccontano storie di successo, esperienze in cui il microcredito ha avuto un ruolo decisivo nella lotta contro la povertà, nella difesa dei diritti e nel rispetto della dignità delle persone<sup>1</sup>.

### *Che cosa è il “microcredito”?*

Il microcredito è un prestito di piccolo importo, concesso a chi non può rivolgersi ai tradizionali istituti di credito, perchè povero e considerato inaffidabile. È una possibilità di affrancarsi dall’usura e di uscire dalla miseria.

---

<sup>1</sup> Le storie qui riportate sono alcune fra le testimonianze raccolte dalla o.n.g. indiana IIMC e dai volontari italiani dell’associazione “Progetto Calcutta ONLUS” ([www.calcuttaproject.org](http://www.calcuttaproject.org))

Il microcredito è una forma di finanza etica, perchè estende l'accesso al credito, dà fiducia alle potenzialità di ciascuno ed aiuta ad uscire da una condizione di vulnerabilità, a conquistare il proprio riscatto sociale ed economico.

Il credito può essere molto più efficace del dono, perchè rispetta la dignità della persona, induce una maggiore responsabilizzazione nell'uso del denaro e, se impiegato per l'avvio di un'attività produttiva, può innescare uno sviluppo autosostenibile.

Più in generale, l'erogazione di micro-crediti è un aspetto della microfinanza, un insieme di servizi finanziari che comprende anche il risparmio, la formazione, l'assistenza tecnica.

*Quali sono le caratteristiche del microcredito?*

Durga Bar, Mita Makal e Basanti Karkamar sono tre donne che hanno partecipato ad un programma di microfinanza di una ONG indiana, madri costrette alla fame e preoccupate per il futuro dei loro figli. La caratteristica principale del microcredito, infatti, è di rivolgersi ai diseredati, alle persone povere, escluse dalle banche tradizionali e spesso vittime dell'usura.

Un altro aspetto fondamentale è accennato nella storia di Mita Makal: il prestito è di piccolo importo e va restituito gradualmente, solitamente in rate settimanali. In questo modo si rende più stretto il rapporto con la banca, che ha modo di seguire passo passo l'andamento dell'attività, rendendo più tempestivi la verifica e il supporto in caso di difficoltà o ritardi nel rimborso. Questo sistema, inoltre, risolve il problema di trovare un luogo sicuro per la custodia ed evita che i soldi vengano spesi.

Molto spesso, come raccontato da Basanti Karkamar, il credito è erogato solo dopo un periodo di formazione. In alcuni casi, prima di poter ricevere il primo prestito, è obbligatorio accumulare del risparmio, dimostrare una certa affidabilità e disciplina nella gestione del denaro.

Il rapporto con la banca non è individuale, ma organizzato attraverso "gruppi solidali", ovvero da gruppi di persone che rispondono congiuntamente nel caso di insolvenza. In particolare, se uno dei membri non restituisce il debito entro la scadenza, nessuno degli altri riceverà ulteriori prestiti. Questo meccanismo aumenta il controllo reciproco e rende più probabile la corretta gestione del denaro, pena l'eventuale perdita di reputazione in seno alla comunità di appartenenza. Inoltre, quando un membro del gruppo non è in grado di rimborsare la sua quota, può chiedere ai compagni che hanno avuto successo di ripagarla, evitando così di far fallire il gruppo e risolvendo la questione dall'interno.

Per incentivare la restituzione, d'altro canto, spesso si stabiliscono dei limiti d'importo via via crescenti, così che il beneficiario, dimostrata la sua affidabilità per aver onorato il debito, possa contare ogni volta su di un prestito maggiore o a condizioni più vantaggiose.

Mita Makal è riuscita, attraverso la partecipazione al programma di microfinanza, a mettere da parte una piccola somma di denaro. Non deve sorprendere che uno degli obiettivi per sconfiggere la povertà sia educare al risparmio, concetto molto spesso associato al surplus, e quindi non compatibile con situazioni di indigenza. Nelle condizioni di estrema vulnerabilità dei Paesi del Sud del mondo, invece, dare gli strumenti per reagire alle emergenze e potersi risollevare con le proprie forze è essenziale per porre le basi di uno sviluppo sostenibile.

Basanti Karkamar sottolinea un'altra caratteristica importante del microcredito: il protagonismo delle donne, artefici del proprio sviluppo ed emancipazione. Le donne vengono privilegiate come beneficiarie dei prestiti, perchè risultano più disciplinate ed affidabili nella gestione dei soldi. Quando decidono come utilizzare il denaro guadagnato, infatti, le donne preferiscono impiegarlo per la famiglia, mentre gli uomini spesso scelgono un ulteriore investimento in attività produttive. Le madri dunque sono più attente nell'uso del prestito,

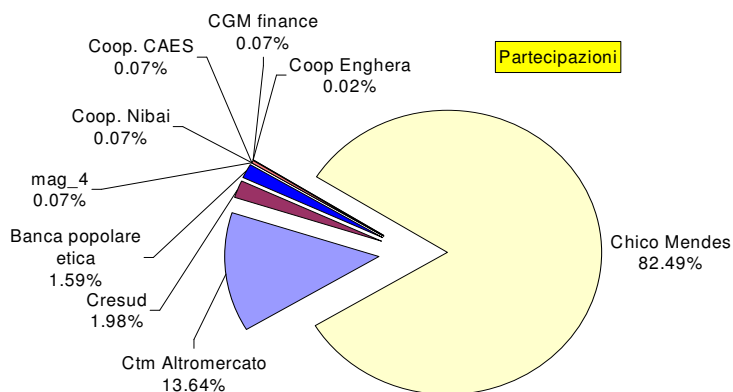
perchè di vitale importanza per il ruolo che istintivamente svolgono per proteggere i figli. La responsabilità di gestire il denaro, inoltre, le fa crescere in autostima e coscienza politica.

Mita Makal riesce a ripagare il debito: il successo della microfinanza sta proprio nell'alto tasso di restituzione, che si aggira in media attorno al 95%.

Anche in assenza di garanzie patrimoniali, il credito concesso ai poveri viene quasi sempre rimborsato, grazie ad un' attenta selezione del singolo cliente, un' approfondita valutazione del progetto e ai meccanismi di pressione di gruppo.

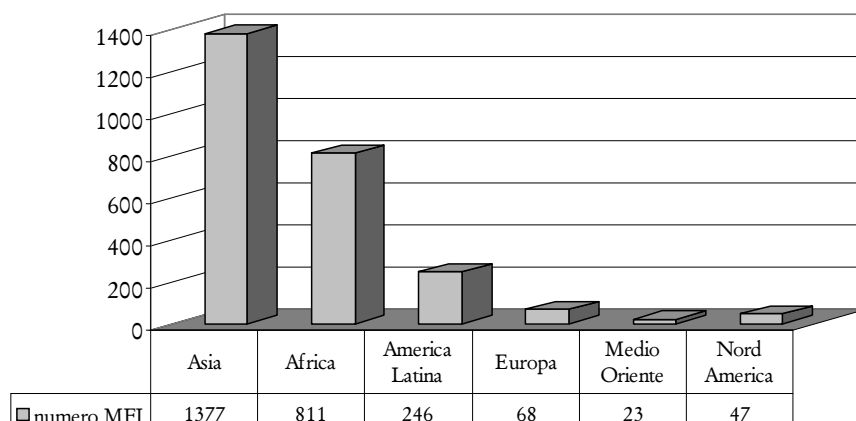
### Chi si occupa di microfinanza nel mondo?

Nel 1997 a Washington più di 2 mila rappresentanti del settore pubblico e privato provenienti da oltre cento paesi del mondo si sono riuniti con l'obiettivo di lanciare una campagna globale, affinché 100 milioni di famiglie povere, e in particolare le donne, ricevano entro il 2005 un credito per avviare una propria attività imprenditoriale



(Microcredit Summit Campaign). La campagna si basa sulla convinzione che con piccoli prestiti e l'accesso ad altri servizi finanziari, i poveri possono riscattarsi dalla loro condizione di indigenza, inventando o ampliando i loro piccoli affari. Si stima che la domanda complessiva di microfinanza riguardi 500 milioni di famiglie.

Secondo le valutazioni della Banca Mondiale, nel mondo ci sono circa 7000 MFI (MicroFinance Institutions). Quelle censite dal Microcredit Summit<sup>2</sup> ed esplicitamente impegnate a perseguire l'ambizioso obiettivo di raggiungere 100 milioni di famiglie entro il 2005 sono 2572, ed hanno la seguente distribuzione geografica:



(N.B.: il valore dell'America Latina è molto sottostimato)

Il numero di beneficiari censiti al 31/12/2002 è pari a 67,606,080; di questi, 41,594,778 appartengono alla categoria dei più poveri tra i poveri (definita come la metà inferiore della

<sup>2</sup> Si veda il rapporto 2003, [www.microcreditsummit.org](http://www.microcreditsummit.org)

distribuzione di persone con un reddito giornaliero < 1 \$) ed il 79%, pari a 37,677,080, è costituito da donne.

*Alcuni esempi di MFI nel mondo:*

GRAMEEN BANK, Bangladesh ([www.grameenbank.com](http://www.grameenbank.com))

È una delle più importanti istituzioni di microfinanza nel mondo, è diventata famosa in Italia grazie al libro scritto dal suo fondatore Muhammad Yunus ("Il banchiere dei poveri", Feltrinelli 98), economista e accademico di fama internazionale. Costituita nel 1976, dal 1983 è una banca a partecipazione statale, nel 2004 concede finanziamenti a circa 2 milioni di persone, per il 95% donne, e dà lavoro a 12000 dipendenti.

I beneficiari sono anche soci della banca, dunque i poveri sono co-prioprietari di una delle banche più grandi del Bangladesh. Organizzati in gruppi da cinque, i membri si assumono la responsabilità di aiutarsi reciprocamente e di raccogliere piccole quantità di denaro secondo scadenze regolari. Il programma di microfinanza della Grameen Bank si contraddistingue per le sue forti connotazioni sociali: il cliente accetta di seguire 16 principi<sup>3</sup> che riguardano la sfera personale e vanno ben oltre il rapporto economico, finalizzato al rimborso del debito

ACCION, USA ([www.accion.org](http://www.accion.org))

Fondata in Venezuela nel 1961 come organizzazione non profit, oggi supporta una rete di microcredito in 21 Paesi del mondo, in America Latina, Africa e Stati Uniti. Il suo primo programma di microfinanza risale al 1973 (Recife, Brasile) ed il primo intervento negli Stati Uniti è stato sperimentato a Brooklyn, New York, nel 1991. Nel 2004 Accion beneficia un milione e mezzo di clienti, di cui il 61% è costituito da donne. Il modello scelto è quello dei prestiti di gruppo, l'utilizzo del denaro è prevalentemente finalizzato allo sviluppo di microimprese.

*Chi si occupa di microfinanza per il Sud del mondo in Italia?*

Consorzio Etimos

Etimos è un consorzio formato da circa 200 soci (cooperative, o.n.g., associazioni, fondazioni ed enti religiosi), tra i quali Banca Popolare Etica e Caritas Italiana. Impegnato a sostenere le esperienze micro-imprenditoriali nei Paesi del Sud del Mondo, promuove la

---

<sup>3</sup> Si veda ad esempio Federica Volpi, "Il denaro della speranza", EMI 98: nel contratto firmato dal cliente, si legge:

"1) Rispetteremo e applicheremo i quattro principi della Grameen Bank: disciplina, unità, coraggio e impegno costante in tutti gli ambiti della nostra esistenza; 2) porteremo prosperità nelle nostre famiglie; 3) non vivremo in case cadenti, ma le ripareremo e cercheremo quanto prima di costruirne di nuove; 4) coltiveremo ortaggi tutto l'anno. Ne mangeremo molti e venderemo quelli che non consumiamo; 5) durante il periodo del trapianto, metteremo a dimora quanti più germogli possibile; 6) faremo in modo di non avere troppi figli. Limiteremo le nostre spese. Baderemo alla nostra salute; 7) educaeremo i nostri figli e faremo in modo che possano pagare le spese per la loro istruzione; 8) terremo puliti i nostri figli e l'ambiente in cui viviamo; 9) costruiremo e faremo uso delle fosse biologiche; 10) berremo l'acqua dei pozzi profondi. Se non ne avremo, faremo bollire quella che è a nostra disposizione o la disinfetteremo con allume; 11) non chiederemo alcuna dote per il matrimonio di nostro figlio e neppure ne verseremo per il matrimonio di nostra figlia. Faremo sì che i nostri centri non siano afflitti da questa calamità. Rifiuteremo la pratica del matrimonio tra bambini; 12) Non commetteremo ingiustizie e ci opporremo a che altri le commettano; 13) investiremo collettivamente i capitali, al fine di accrescere i nostri; 14) saremo sempre pronti ad aiutarci reciprocamente. Se qualcuno è in difficoltà ci mobiliteremo in suo aiuto; 15) se apprenderemo che in un centro si contravviene alla disciplina, interverremo in tutti i modi per ristabilirla; 16) introdurremo l'esercizio fisico in tutti i nostri centri. Parteciperemo collettivamente agli incontri organizzati."

crescita delle istituzioni di microfinanza per favorire lo sviluppo delle comunità locali nel pieno rispetto dei diritti umani, dell'ambiente e delle tradizioni culturali.

Nato nel 1999 come evoluzione della cooperativa CTM-MAG fondata nel 1989, il consorzio svolge le seguenti attività finanziarie:

- raccolta di capitale e risparmio tra i soci;
- finanziamenti a istituzioni di microfinanza, banche villaggio, cooperative, associazioni, enti religiosi e istituti scolastici.

Etimos non finanzia direttamente i microimprenditori del Sud del mondo, ma agisce attraverso i propri partner locali, in Africa, America Latina ed Europa, i quali erogano i prestiti al beneficiario finale. I programmi di microcredito di Etimos raggiungono per circa il 56% donne e per il 46% persone che vivono al di sotto della soglia di povertà. Il portafoglio dei finanziamenti aggiornato al 31/12/2003 è di circa 6 milioni di euro.

### CreSud spa

CreSud è una società finanziaria fondata nel 1999 da un piccolo gruppo di persone interessate alla microfinanza. Tra gli azionisti vi sono individui e cooperative legate al circuito del Commercio Equo e Solidale, tra i quali Chico Mendes, Mandacarù, Microcredit Coop e Nuova Solidarietà.

CreSud offre risorse finanziarie alle associazioni di produttori del Sud del mondo ed alle istituzioni di microfinanza economicamente solide, che difficilmente trovano accesso al credito a condizioni sostenibili. Con i partner selezionati, in Africa, Asia e America Latina, CreSud stabilisce delle relazioni di lungo periodo, contribuendo alla loro formazione e al loro sviluppo.

Il denaro impiegato per erogare i prestiti deriva dal capitale di rischio della spa, ma anche dalla raccolta presso il pubblico mediante emissioni obbligazionarie.

Il portafoglio dei finanziamenti aggiornato al 30/06/2004 è di circa 1,6 milioni di euro.

### Microfinanza srl

Microfinanza srl è una società di consulenza, costituita nel 2000, attiva in ambito nazionale ed internazionale nella promozione del microcredito. L'assistenza tecnica e la formazione offerte dalla società riguardano la microfinanza, la finanza etica e la responsabilità sociale d'impresa.

Nell'ambito di tali settori, Microfinanza svolge i seguenti servizi:

- valutazione e rating di istituzioni di microfinanza;
- assistenza tecnica a progetti di microfinanza;
- valutazione etico - sociale di azienda;
- assistenza tecnica a progetti di finanza etica e prestito d'onore;
- valutazione di prodotti di finanza etica e microfinanza;
- formazione, ricerca ed informazione sui temi della finanza etica, della microfinanza, della responsabilità sociale d'impresa;
- assistenza tecnica per lo sviluppo delle micro, piccole e medie imprese dei paesi in via di sviluppo e delle economie in transizione ;

Nei primi quattro anni dalla fondazione, la società ha seguito circa 40 organizzazioni e progetti in Asia, Africa, America Latina ed Europa e nel 2003 ha chiuso con un fatturato superiore ai 300,000 euro.

Microfinanza srl è l'unica società italiana accreditata dal CGAP (Consultative Group to Assist the Poorest) della Banca Mondiale, quale società di rating specializzata nella valutazione delle istituzioni di microfinanza.

**Indirizzi:**Consorzio Etimos s.c.a r.l.

Piazza dei Signori 1, 35139 Padova

Tel. 049-8755116

[etimos@etimos.it](mailto:etimos@etimos.it) – [www.etimos.it](http://www.etimos.it)

CreSud s.p.a.

- Sede legale ed amministrativa:

Via Apollonio 5, 25100 Brescia

- Ufficio di Milano:

Via Aosta, 2 20155 Milano

Tel. e Fax 02 - 33611001

[info@cresud.it](mailto:info@cresud.it) – [www.cresud.it](http://www.cresud.it)

Microfinanza srl

- Sede legale ed amministrativa:

via manzoni 5/1 - 36054 Montebello Vicentino (VI)

- Ufficio di Milano:

Corso Sempione 65 - 20149 Milano

Tel. 02-36565019 - Fax 02-36565018

- Ufficio di Vicenza:

Borgo Casale 18 - 36100 VICENZA

Tel e Fax 0444 301305

[info@microfinanza.it](mailto:info@microfinanza.it) – [www.microfinanza.it](http://www.microfinanza.it)

## Capitolo 2

### Finanza etica – principi e storia

*Che cosa vuol dire “finanza etica”?*

L'etica è un sistema di valori di riferimento, è un insieme di principi guida: se applicata in ambito economico-finanziario, definisce dei criteri di scelta, caratterizza i modi di operare, ma non si esaurisce in un insieme di strumenti ed attività.

È riduttivo quindi identificare la finanza “etica” con alcuni prodotti finanziari specifici. In questo caso, si tratta di strategie di marketing che propongono soluzioni diverse, studiate per incontrare le esigenze “etiche” di clienti diversi.

Il sistema di valori di riferimento della “finanza etica” riguarda in particolare l'attività creditizia e si concentra sui seguenti aspetti:

- 1. rendimento sociale**
- 2. trasparenza**
- 3. fiducia**

1. Il rendimento sociale, cioè gli effetti positivi per la collettività, per l'ambiente, le ricadute positive sul territorio: sono questi gli obiettivi primari tenuti in considerazione per l'erogazione del credito. Se la finanza tradizionale è finalizzata a massimizzare il profitto, la finanza etica è finalizzata a massimizzare i benefici per la società.
2. La trasparenza è uno dei principi fondamentali della finanza etica, un concetto che in ambito bancario, invece, è spesso vissuto come ostacolo all'operatività aziendale, un intralcio alle relazioni commerciali. La trasparenza deve riguardare tutti gli aspetti dell'attività finanziaria, dalla raccolta, agli impieghi, fino ai meccanismi di gestione dell'azienda. La trasparenza sugli impieghi, in particolare, cioè la pubblicazione di tutti i finanziamenti erogati (beneficiario, causale, condizioni) rende possibile il risparmio responsabile: il cliente può scegliere di depositare il proprio denaro presso l'istituto che ne fa l'uso più coerente rispetto ai propri valori di riferimento, con la propria “etica”. Conoscere precisamente l'impiego dei propri risparmi consente, ad esempio, di escludere le banche che partecipano allo sviluppo del settore delle armi, o che si avvantaggiano maggiormente dei paradisi fiscali. Viceversa, la trasparenza permette di scegliere consapevolmente un operatore finanziario che investe in un settore ritenuto di proprio interesse. La partecipazione alle scelte strategiche aziendali, inoltre, permette ai soci di una cooperativa finanziaria di influenzare l'indirizzo e dunque la destinazione del denaro raccolto.
3. Per una banca tradizionale la presenza di garanzie è una condizione necessaria per l'erogazione di un prestito: chi non dispone di beni patrimoniali o di garanti che possano subentrare nel pagamento è escluso dal settore creditizio, indipendentemente dalla validità del progetto proposto. La finanza etica abbatte questa barriera ed allarga l'accesso al credito anche ai soggetti privi di capitali, ai cosiddetti “non bancabili”. In altre parole, presta denaro anche a chi non ne ha, perchè “dare credito” vuol dire “dare fiducia”. L'erogazione di un prestito avviene sulla base della conoscenza del soggetto richiedente ed in funzione di un'attenta analisi del progetto da finanziare. La probabilità di restituzione del capitale, infatti, è proporzionale alla credibilità del beneficiario ed è determinata dalla sua capacità di generare reddito, ma non aumenta con la presenza di garanzie. Queste ultime servono a recuperare il denaro in caso di insolvenza, ma statisticamente coprono solo tra il 40 e il 60% del capitale investito. Per questo motivo, porre maggiore attenzione sul progetto da finanziare invece che sulle garanzie collaterali è una scelta etica ma anche economicamente sostenibile.

### *Che cosa sono i fondi etici?*

Sono prodotti finanziari offerti dalle banche o dalle società di gestione risparmio, basati sulla selezione di un portafoglio di azioni e obbligazioni in base a criteri "etici". Si escludono, cioè, titoli di imprese o Stati ritenuti "inaccettabili" e si includono imprese o Stati con caratteristiche ritenute "meritevoli". La trasparenza nella composizione e nella gestione dei fondi è l'indice di serietà dell'offerta. Non tutti i fondi "etici", purtroppo, hanno questa caratteristica<sup>4</sup>.

Tra i prodotti finanziari cosiddetti "etici" si possono elencare anche i conti correnti caratterizzati dalla possibilità di donare in beneficenza una parte degli interessi attivi. In questo caso, la banca si limita a trasferire il denaro da un soggetto ad un altro e non è vincolata ad alcun criterio specifico per la gestione del risparmio.

### *Quando sono nate le prime esperienze di finanza etica in Italia?*

La storia della finanza etica in Italia si fa risalire all'esperienza delle MAG, Mutue di Autogestione, cooperative finanziarie nate per concedere prestiti a soggetti esclusi dalle banche, a favore di progetti di utilità sociale o ambientale.

Qui di seguito le date di fondazione delle varie realtà italiane, dalla prima MAG alla fondazione di Banca Popolare Etica:

- ▶ 1978 MAG Verona
- ▶ 1980 MAG2 Milano
- ▶ 1983 Autogest Udine
- ▶ 1985 MAG3 Padova (nel 1989 confluisce in CTM-MAG, che nel 1999 si trasforma in Consorzio Etimos)
- ▶ 1987 MAG4 Torino
- ▶ 1987 MAG6 Reggio Emilia
- ▶ 1991 MAG7 Genova
- ▶ 1992 MAG Venezia

Dopo l'emanazione della legge 197/91, ossia la legge "antiriciclaggio" che obbliga tutte le finanziarie a possedere un miliardo di capitale sociale (la CTM-MAG aveva circa 80 milioni, mentre le altre disponevano in media di 30 milioni) e l'entrata in vigore del Testo Unico (D.L. 385/93) che riserva alle aziende bancarie la possibilità di raccogliere risparmio tra il pubblico, le MAG devono modificare la loro struttura. In una lettera datata 18/11/93 scritta da Fabio Salviato, allora presidente della cooperativa CTM-MAG, si legge: "Data la complessità del settore in cui ci troviamo ad operare, e data l'incertezza legislativa, non è possibile limitarsi al solo aspettare, è necessario attrezzarsi in tempo e stabilire nuove strategie che permettano di affrontare i vincoli di legge e far sì che questi non precludano la nostra operatività". Da questo proposito nasce l'idea di costituire un "polo nazionale della solidarietà" che sostenga il Terzo Settore.

- ▶ 1994 Associazione verso la Banca Etica
- ▶ 1995 Cooperativa verso la Banca Etica
- ▶ 8 marzo 1999 Banca Popolare Etica: apertura del primo sportello a Padova

### *Che differenza c'è tra le MAG e Banca Etica?*

Le MAG sono cooperative finanziarie radicate sul territorio e specializzate nell'erogazione di finanziamenti a favore di soggetti locali, conosciuti in modo diretto o indiretto. Generalmente, intervengono in situazioni di emergenza, impegnandosi in una finanza solidale caratterizzata

---

<sup>4</sup> Per un approfondimento su questo tema si veda ad esempio il "Manuale del risparmiatore etico e solidale" Ed. Berti Altreconomia 2002, [www.finanza-etica.org](http://www.finanza-etica.org)

da alto rischio e da alto impatto sociale. Spesso offrono consulenza e supporto per la nascita di organizzazioni non profit. Raccolgono denaro, solitamente attraverso la sottoscrizione di quote di capitale sociale, ma non offrono alcun servizio di tipo bancario rivolto al pubblico. Nel 2004 le MAG attive sono MAG Verona, MAG2, MAG4, MA6 e MAG Venezia, ciascuna contraddistinta da specifici criteri di raccolta e di impieghi.

Banca Etica è una banca popolare, è cioè una banca a tutti gli effetti, un istituto finanziario sottoposto ai vincoli ed alla vigilanza della Banca d'Italia. Il risparmiatore è garantito dal Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi, come avviene per tutte le altre banche.

Banca Etica opera su tutto il territorio nazionale attraverso una rete di 8 filiali, 15 promotori finanziari (i "banchieri ambulanti"), 2 uffici di rappresentanza, 59 circoscrizioni locali di soci volontari (dati aggiornati a maggio 2004). A differenza delle MAG, la banca raccoglie risparmio dal pubblico (e non solo tra i propri soci) ed offre varie tipologie di conto corrente o di deposito vincolato. I finanziamenti sono erogati per lo più ad organizzazioni del Terzo Settore o ad imprese sociali già consolidate.

*Che differenza c'è tra Banca Etica e una banca tradizionale?*

Banca tradizionale	Banca Etica
Fini lucrativi (massimizzazione del profitto)	Fini mutualistici e di utilità sociale
Separazione gestionale tra raccolta e impieghi	Impieghi vincolati alla raccolta mediante le preferenze dei risparmiatori <sup>5</sup>
Richiesta di garanzie patrimoniali	Forme di garanzia possibili: <ul style="list-style-type: none"> <li>• fideiussione personale/collettiva</li> <li>• consorzi di garanzia fidi</li> <li>• forme di reciproco sostegno che coinvolgano gli enti locali e la <u>rete</u> sociale che supporta il progetto</li> </ul>
Credito a chi è già forte economicamente	Credito a chi è debole economicamente ma propone progetti sostenibili di interesse collettivo
Vantaggio competitivo: capitale finanziario	Vantaggio competitivo: capitale umano (le persone e la rete di conoscenze sul territorio)
Remunerazione capitale di rischio per attrarre i clienti	Remunerazione capitale di rischio bassa o nulla: il risparmiatore può auto-ridursi il tasso perché l'investimento è soprattutto sociale.
Investimenti a carattere speculativo	Investimenti in titoli di Stato e nei fondi etici di Etica SGR (società di gestione risparmio del Gruppo Banca Etica)
Margine d'intermediazione costituito in gran parte da ricavi da servizi	Ricavi da servizi trascurabili rispetto al margine d'interesse
Adeguamento dei tassi al contesto competitivo (tassi più alti al Sud che al Nord) ed alla forza contrattuale del cliente	Tassi paragonabili in tutta Italia e non soggetti a negoziazioni individuali (agevolazioni solo per i soci)
Mancanza di trasparenza sugli impieghi	Trasparenza sugli impieghi <sup>6</sup>
Prodotti finanziari caratterizzati mediante indici di rischio e rendimento	Prodotti finanziari caratterizzati da rischio, rendimento ed impatto socio-ambientale
Scarso coinvolgimento nel progetto del cliente	Forte coinvolgimento nel progetto del cliente: rapporto di fiducia reciproca

Fra le caratteristiche peculiari di Banca Etica del tutto innovative rispetto al sistema bancario italiano si possono evidenziare:

<sup>5</sup> Il risparmiatore può scegliere i seguenti settori d'intervento: 1) cooperazione sociale; 2) cultura e società civile; 3) cooperazione internazionale; 4) ambiente.

<sup>6</sup> Tutti i finanziamenti erogati alle persone giuridiche sono pubblicati sul sito [www.bancaetica.com](http://www.bancaetica.com)

- la formulazione di principi dichiarati nello Statuto e nel Manifesto, a cui ispirare ed attenere ogni scelta operativa della Banca;
- la costituzione di un comitato etico, organismo di garanzia nominato dai soci, che svolge in piena autonomia una funzione consultiva e propositiva, affinché la Banca si sviluppi nel rispetto dei principi espressi dallo Statuto;
- la partecipazione dei soci<sup>7</sup>, considerati non solo come apportatori di capitali, ma come attori protagonisti di un progetto comune. Circa 400 volontari organizzati in 59 circoscrizioni locali (associazioni non riconosciute) coordinate in 4 grandi aree (Nord Ovest, Nord Est, Sud e Centro) hanno il compito di:
  - garantire l'informazione e la promozione locale di Banca Etica;
  - facilitare la partecipazione dei soci alla vita della banca, stimolando il dialogo, la circolazione di idee, proposte e critiche;
  - permettere alla banca un contatto immediato con il territorio e valutare le realtà locali attraverso una rete di conoscenze;
  - sensibilizzare l'opinione pubblica sul risparmio etico;
  - effettuare un'azione di monitoraggio per cogliere nel territorio le tendenze di sviluppo e la domanda/necessità di servizi;
- la composizione di ogni istruttoria per la concessione di un fido in due parti essenziali:
  1. valutazione economica
  2. valutazione socio-ambientale

Quest'ultima, in particolare, denominata anche "istruttoria etica" è affidata ai "valutatori sociali" delle varie circoscrizioni ed ha lo scopo di verificare le caratteristiche delle organizzazioni non profit, in termini di radicamento sul territorio, notorietà, significatività dei servizi erogati nella realtà locale.

In particolare, è stato elaborato un modello di valutazione chiamato **VARI**, che individua VAlori, Requisiti ed Indicatori ed aiuta a verificare secondo parametri quali-quantitativi l'ammissibilità della domanda di finanziamento.

I valori scelti sono i seguenti:

  - partecipazione democratica
  - trasparenza
  - pari opportunità
  - rispetto dell'ambiente
  - qualità sociale
  - rispetto condizioni di lavoro
  - volontariato
  - solidarietà
  - legami territoriali

### *Chi si occupa di microcredito in Italia?*

Il microcredito in Italia può essere inteso come l'insieme dei servizi finanziari per lo sviluppo delle microimprese o come l'erogazione di prestiti concessi a soggetti svantaggiati, a persone prive di garanzie patrimoniali e dunque escluse dal settore bancario tradizionale. Tra i protagonisti, in varie forme, del microcredito italiano, si possono citare le MAG, Banca Etica, ma anche Agemi (MI), Fondazione S. Carlo (MI), Comunità "le Piagge" (FI), Sviluppo Italia, COSIS (Roma), Misericordia e Fondazione Monte dei Paschi (Siena), e numerosi Comuni, Province, Regioni.

---

<sup>7</sup> Il numero di soci aggiornato a dicembre 2003 è pari a 22.242, di cui 19.112 persone fisiche

## **Indirizzi:**

- Banca Popolare Etica  
Piazzetta Forzatè 2, 35137 Padova  
Tel. 049 8771166 – Fax 049 664922  
[posta@bancaetica.com](mailto:posta@bancaetica.com) – [www.bancaetica.com](http://www.bancaetica.com)
  
- MAG Verona  
Via Aeroporto Berardi 9, 37139 Verona  
Tel. 045 573011 – Fax 045 575213  
[magmutua@tin.it](mailto:magmutua@tin.it) – [www.rcvr.org/mag](http://www.rcvr.org/mag)
  
- MAG2 Finance Soc. Coop. a r.l.  
Via Angera 3, 20125 Milano  
Tel. 02 6696355 – Fax 02 6697728  
[magfin@tiscali.it](mailto:magfin@tiscali.it) – [www.mag2.it](http://www.mag2.it)
  
- MAG4 Piemonte a r.l. – Strumenti di finanza etica e di economia solidale  
Via Brindisi 15, 10152 Torino  
Tel. 011 5217212 – Fax 011 4358953  
[info@mag4.it](mailto:info@mag4.it) – [www.mag4.it](http://www.mag4.it)
  
- MAG6 Scrl  
Via Vittorangeli 7/c, 42100 Reggio Emilia  
Tel. e Fax 052 2454832  
[info@mag6.it](mailto:info@mag6.it) – [www.mag6.it](http://www.mag6.it)
  
- MAG Venezia s.r.l.  
Via Trieste 82/c, 30175 Marghera (VE)  
Tel. e Fax 041 5381479  
[magve@libero.it](mailto:magve@libero.it) – [www.magvenezia.org](http://www.magvenezia.org)

## Capitolo 3

### Commercio equo e solidale: cenni storici e principi

*Che cos'è il commercio "equo e solidale"?*

Il commercio equo e solidale (ComES) o FAIR TRADE è una forma di cooperazione economica rivolta agli **artigiani e ai contadini svantaggiati del Sud del mondo**.

Alternativo alle forme di aiuto assistenziale che creano dipendenza ed ostacolano la nascita di comunità autosufficienti, il ComES ha l'obiettivo di:

- garantire ai produttori l'accesso diretto al mercato;
- creare opportunità di **autosviluppo**, attraverso la crescita della capacità produttiva e la gestione autonoma delle risorse.

*Quando è nato e come si è sviluppato?*

Il commercio equo e solidale è nato in nord Europa alla fine degli anni '60, per iniziativa di persone che hanno avuto modo di constatare con i propri occhi, viaggiando o lavorando nei Paesi del Sud del mondo, lo sfruttamento e la drammatica condizione di povertà delle popolazioni locali.

Frans van der Hoff, ad esempio, il fondatore della cooperativa di coltivatori di caffè messicano Uciri, si è accorto di come i campesinos fossero tenuti all'oscuro del reale valore dei loro prodotti. Non disponendo di alcun mezzo di trasporto per scendere a valle e verificare i prezzi del mercato, i contadini indio accettavano passivamente le tariffe imposte dagli intermediari, i quali pagavano un prezzo di 25 contro un ricavo di 95 centesimi di dollaro. In totale assenza di trattativa, il guadagno di questi "sciacalli" era dovuto esclusivamente alla condizione di povertà ed ignoranza dei produttori di caffè. I primi negozi del commercio equo (i cosiddetti *world shop* o *botteghe del mondo*) sono nati per vendere i prodotti di artigianato acquistati dalle comunità povere del Sud del mondo. Grazie al contatto con gruppi missionari, era possibile importare gli oggetti realizzati dalle donne, garantendo alle famiglie povere una fonte di reddito addizionale, o in molti casi l'unico introito, cruciale per la loro stessa sopravvivenza.

Dall'artigianato si è passati in seguito ai prodotti alimentari, riconoscendo sempre di più nelle relazioni commerciali un possibile ambito d'intervento per contribuire allo sviluppo e all'autonomia dei Paesi ex-coloniali.

Il primo caffè "equo e solidale" si fa risalire al 1973, anno in cui la centrale d'importazione olandese Fair Trade Organisatie (prima nota come SOS WERELDHANDEL) ha avviato le relazioni commerciali con alcune piccole cooperative di produttori del Guatemala.

Oltre al caffè, il commercio equo si è esteso nei suoi oltre 40 anni di storia ad altri generi alimentari, dal tè, al cacao, lo zucchero, il riso, le banane, fino a raggiungere nel suo complesso, artigianato compreso, 7000 prodotti diversi.

Si stima che il ComES oggi coinvolga 5 milioni di beneficiari, diretti e indiretti, di 60 Paesi del mondo, raggiunti attraverso 1000 Alternative Trade Organizations (ATO's). Dai banchetti fuori dalle chiese, si è passati prima ai gruppi d'acquisto, poi all'organizzazione delle Botteghe, fino agli scaffali della grande distribuzione organizzata (supermercati). In Europa il ComES ha raggiunto dimensioni considerevoli, come dimostra la seguente tabella riassuntiva, aggiornata a settembre 2004:

	Italia	Europa
Botteghe del Mondo	Oltre 400	3500
Supermercati che vendono prodotti del ComES	2.620	60.000
Centrali d' importazione	10	100
Volontari	3000	100.000
Lavoratori a tempo pieno	300	1250
Fatturato (milioni euro)	60	370

**Date storiche del Commercio Equo e Solidale:**

fine '40	Esperienze di commercio equo di Ten Thousand Villages e SERRV (USA)
fine '50	Il direttore di Oxfam UK, in visita ad Hong Kong, decide di vendere in Europa i prodotti dell'artigianato confezionati dai profughi cinesi: il primo prodotto del commercio equo è un puntaspilli
1967	Nei Paesi Bassi viene fondata SOS WERELDHANDEL, prima centrale d'importazione europea, poi nota come Fair Trade Organisatie. La prima attività commerciale è l'importazione di statuette di legno da Haiti.
1968	Durante la conferenza di UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), si sottolinea l'importanza di eque relazioni commerciali per lo sviluppo del Sud del mondo. Lo slogan è: " <i>Trade not Aid</i> "
1969	A Breukelen, in Olanda, viene aperto il primo "world shop"
1980	A Bressanone viene aperta la prima Bottega del mondo d'Italia
1984	Prima Conferenza europea delle Botteghe del mondo
1987	Nasce <b>EFTA</b> , European Fair Trade Association; nel 2004 riunisce importatori di 9 paesi europei
1988	Presentazione in Olanda della confezione di caffè equo e solidale con l'etichetta <b>Max Havelaar</b> , primo marchio di certificazione del fair trade
1989	Nasce <b>IFAT</b> , International Association for Fair Trade, rappresenta gruppi di produttori e organizzazioni di commercio alternativo; nel 2004 conta 250 membri di 56 Paesi del Nord e del Sud del mondo
1994	Nasce <b>NEWS!</b> , Network of European World Shops; nel 2004 rappresenta circa 3000 negozi in 15 Paesi europei
1997	Nasce <b>FLO</b> , Fair trade Labelling Organization, organizzazione internazionale dei Marchi di Garanzia del commercio equo, presente in 14 Paesi europei, oltre a Canada, Giappone e USA
1998	Approvazione della <b>Carta Italiana dei Criteri</b> del Commercio Equo e Solidale
2001	Costituzione di <b>FINE</b> , la rete che mette in relazione fra loro <b>FLO</b> , <b>IFAT</b> , <b>NEWS!</b> , <b>EFTA</b> , con l'obiettivo di creare sinergie nelle campagne di sensibilizzazione, nell'attività di <i>advocacy</i> in favore dei produttori, nella definizione e nel monitoraggio degli standard del fair trade
2001	Approvazione del Codice di condotta IFAT, Standard internazionali per un commercio equo e solidale
2003	Costituzione di <b>AGICES</b> , associazione Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale
2004	Costituzione del <b>Registro Italiano</b> delle Organizzazioni di Commercio Equo e Solidale, gestito dall'AGICES

*Chi si occupa in Italia dell'importazione dei prodotti del ComES?*

Le 10 centrali d'importazione italiane:

<i>Nome</i>	<i>Sede</i>	<i>1. Data di fondazione</i>
Altra qualità	Chiesuol del Fosso (FE)	2002
Commercio Alternativo	FE	1992
CTM altromercato	BZ	1988
Equoland	Campi Bisenzio (FI)	1995
Equomercato	Cantu' (CO)	1993
Liberomondo	Bra' (CN)	1997
Macondo	PA	1992
RAM	Camogli (GE)	1988
Roba dell'altro mondo	Rapallo (GE)	1988
Scambi sostenibili	PA	2001

*Perché è nato e qual è lo scopo finale del commercio equo e solidale?*

Il ComES si caratterizza fin da subito come “commercio politico”, trae la sua origine da un **bisogno di giustizia** e divulga, tramite la vendita dei prodotti importati, le informazioni sui Paesi di provenienza, per indurre una coscienza critica nei consumatori e mostrare un'alternativa economica possibile.

Lo scopo finale del FAIR TRADE è ridurre le disuguaglianze tra Nord e Sud del mondo, **cambiando le regole e le pratiche del commercio convenzionale**, eliminando le aberrazioni di un sistema economico in cui le multinazionali possono spostarsi di Paese in Paese alla ricerca delle condizioni migliori per massimizzare il loro profitto: i salari più bassi, le minori garanzie per i lavoratori, le normative meno severe in tema di sicurezza e ambiente<sup>8</sup>.

Il Fair Trade è un progetto di lunga durata e non può accontentarsi di favorire il benessere di singoli artigiani e contadini che incontra lungo il cammino, ma cerca di migliorare in modo permanente le condizioni di vita dei produttori svantaggiati. Per questo si impegna in campagne di sensibilizzazione e si propone come agente di cambiamento sociale.

*Quali sono gli obiettivi e gli strumenti del commercio equo?*

Come espresso dalla definizione formulata da FINE, coordinamento informale delle reti del commercio equo, il fair trade è una “partnership economica basata sul dialogo, la trasparenza e il rispetto”, finalizzata a:

4. garantire ai produttori **condizioni di lavoro dignitose, nel rispetto dei diritti umani e dell'ambiente;**
5. contribuire ad alleviare la povertà, permettendo il passaggio da una condizione di vulnerabilità ad una condizione di sicurezza ed autosufficienza;

<sup>8</sup> Il rispetto dei diritti umani da parte delle imprese è un tema degno di attenzione anche per le Nazioni Unite: nell'agosto 2003, infatti, per opera della Sotto-commissione per la Promozione e la Protezione dei Diritti Umani, sono state approvate le “Norme sulla responsabilità delle società multinazionali e di altre imprese” (U.N. Doc. E/CN.4/Sub.2/2003/L.11 a 52), un insieme di obblighi in materia di diritti umani e ambiente, definito da Amnesty International “il primo set autorevole ed esauritivo di standard per le imprese di tutto il mondo” e da Greenpeace “un importante precedente nella lotta volta a rendere le imprese responsabili e punibili per le loro azioni dovunque su questo pianeta”.

- ▶ agire a livello politico-culturale per raggiungere maggiore equità nelle regole e nelle pratiche del commercio internazionale;
- ▶ dimostrare che è possibile produrre e consumare diversamente, cioè indicare alternative economiche

Le caratteristiche del rapporto con i produttori sono:

6. **prezzo “equo”**<sup>9</sup>, copre i costi di produzione, inclusi i costi sociali ed ambientali; consente di soddisfare i bisogni primari e lascia un margine d’investimento;
7. **prezzo fisso**, non soggetto alle fluttuazioni di borsa di breve periodo;
8. **prefinanziamento** della merce fino al 50%, per consentire l’acquisto delle materie prime e sottrarre i produttori all’usura;
9. **continuità** del rapporto commerciale<sup>10</sup>;
10. investimento sociale del sovrapprezzo pagato (“fair trade premium”)

Per un approfondimento sui principi rispettati lungo tutta la filiera produttiva del ComES (produttore, esportatore, importatore e venditore), si veda la Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale riportata nell’appendice 1.

L’organizzazione di commercio equo e solidale investe:

- nello sviluppo del produttore;
- nella sua formazione professionale;
- nelle tecnologie del sistema di produzione e in tutti gli aspetti che possono contribuire al miglioramento della qualità del prodotto.

L’organizzazione s’impegna a trasferire competenze commerciali al produttore, per aiutarlo ad accedere sia al mercato (locale ed internazionale), sia ai canali di finanziamento necessari soprattutto nella fase di avvio della produzione.

Spesso il fallimento delle piccole attività imprenditoriali è determinato, più che dalla concorrenza sui prezzi all’esportazione, dalle gravose condizioni imposte dagli usurai, unici referenti possibili per chi è considerato “non bancabile”.

In questo contesto si spiega il prefinanziamento della merce offerto dagli operatori del FAIR TRADE, ovvero un parziale pagamento anticipato<sup>11</sup> che avvantaggia il produttore.

---

<sup>9</sup> Ad esempio il prezzo di borsa del caffè arabica è stato in media 1\$ al Kg. Per il caffè Uciri (Messico), Ctm Altromercato ha pagato i produttori 3 \$ al Kg, di cui: 2,6 \$ prezzo minimo garantito; 10 centesimi come fondo sociale; 30 centesimi premio coltivazione biologica. Il codice di condotta IFAT dice che i prezzi dovrebbero essere definiti per massimizzare il benessere dei produttori e delle loro famiglie e non il margine economico, tenendo conto dei vincoli imposti dalle situazioni di mercato. I produttori del Sud legati al commercio equo dovrebbero avere un reddito socialmente accettabile, dovrebbero cioè essere soddisfatte le seguenti condizioni:

- il salario dovrebbe coprire i costi necessari per soddisfare i bisogni di base (alimentazione, vestiario, alloggio, accesso all’istruzione e all’assistenza sanitaria);
- i prezzi pagati ai produttori dovrebbero essere uguali o maggiori a quelli pagati per prodotti equivalenti nei mercati tradizionali;
- il reddito dovrebbe essere uguale o maggiore al salario minimo;
- donne e uomini con mansioni equivalenti dovrebbero avere lo stesso salario

<sup>10</sup> Tra i requisiti fondamentali necessari per essere iscritti al registro italiano delle organizzazioni di commercio equo e solidale vi è la relazione stabile con i produttori. Si considera “continuità” un rapporto minimo di tre anni, in cui il valore d’acquisto dei prodotti sia pari ad almeno il 70% del valore d’acquisto dell’anno precedente. In caso contrario, l’ente deve redigere (e mettere a disposizione del Comitato di Gestione del registro AGICES) una relazione scritta circa le cause del non raggiungimento di continuità e, possibilmente, definire un piano d’intervento/sostegno al produttore partner.

Versando una parte del denaro al momento dell'ordine, le centrali d'importazione si espongono finanziariamente e a loro volta devono trovare il capitale necessario per questo investimento.

Cosa posso fare io, nel mio quotidiano, per contribuire a ridurre le disuguaglianze tra Nord e Sud del mondo?

*La **finanza solidale** offre una possibile risposta a questo interrogativo: utilizzare il proprio denaro, sotto forma di capitale o di risparmio, per rafforzare gli operatori del commercio equo e solidale, è un modo per aiutare le popolazioni svantaggiate del Sud del mondo.*

*Dare loro la dignità di una fonte di reddito e la speranza di uno sviluppo sostenibile è una scelta di solidarietà, rispettosa e duratura.*

## **Appendice 1**

### **Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale**

*Documento approvato l'8 settembre 1999.*

*La Carta verrà discussa durante l'assemblea del 23-24 ottobre 2004: per leggere la versione più aggiornata, si consulti il sito [www.agices.it](http://www.agices.it)*

#### **1. Definizione del Commercio Equo e Solidale**

Il Commercio Equo e Solidale è un approccio alternativo al commercio convenzionale; esso promuove giustizia sociale ed economica, sviluppo sostenibile, rispetto per le persone e per l'ambiente, attraverso il commercio, la crescita della consapevolezza dei consumatori, l'educazione, l'informazione e l'azione politica. Il Commercio Equo e Solidale è una relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione: produttori, lavoratori, Botteghe del Mondo, importatori e consumatori.

#### **2. Obiettivi del Commercio Equo e Solidale**

1. Migliorare le condizioni di vita dei produttori aumentandone l'accesso al mercato, rafforzando le organizzazioni di produttori, pagando un prezzo migliore ed assicurando continuità nelle relazioni commerciali.
  2. Promuovere opportunità di sviluppo per produttori svantaggiati, specialmente gruppi di donne e popolazioni indigene e proteggere i bambini dallo sfruttamento nel processo produttivo.
  3. Divulgare informazioni sui meccanismi economici di sfruttamento, tramite la vendita di prodotti, favorendo e stimolando nei consumatori la crescita di un atteggiamento alternativo al modello economico dominante e la ricerca di nuovi modelli di sviluppo
  4. Organizzare rapporti commerciali e di lavoro senza fini di lucro e nel rispetto della dignità umana, aumentando la consapevolezza dei consumatori sugli effetti negativi che il commercio internazionale ha sui produttori, in maniera tale che possano esercitare il proprio potere di acquisto in maniera positiva
  5. Proteggere i diritti umani promuovendo giustizia sociale, sostenibilità ambientale, sicurezza economica
  6. Favorire la creazione di opportunità di lavoro a condizioni giuste tanto nei Paesi economicamente svantaggiati come in quelli economicamente sviluppati.
  7. Favorire l'incontro fra consumatori critici e produttori dei Paesi economicamente meno sviluppati
3. Sostenere l'autosviluppo economico e sociale

---

<sup>11</sup> Come specificato dall'AGICES, Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale, è considerato "prefinanziamento" l'anticipo ai fornitori a tasso zero, senza costi. Altre forme di anticipazioni con l'applicazione di un tasso d'interesse sono considerate attività di credito.

9. Stimolare le istituzioni nazionali ed internazionali a compiere scelte economiche e commerciali a difesa dei piccoli produttori, della stabilità economica e della tutela ambientale, effettuando campagne di informazione e pressione affinché cambino le regole e la pratica del commercio internazionale convenzionale.
10. Promuovere un uso equo e sostenibile delle risorse ambientali

### **3. Criteri adottati da tutte le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale**

Le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale (Botteghe del Mondo, Importatori, Produttori, Esportatori) si impegnano a condividere ed attuare, nel proprio statuto o nella mission, nel materiale informativo prodotto e nelle azioni, la definizione e gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale. In particolare si impegnano a:

1. Garantire condizioni di lavoro che rispettino i diritti dei lavoratori sanciti dalle convenzioni OIL
2. Non ricorrere al lavoro infantile e a non sfruttare il lavoro minorile, agendo nel rispetto della Convenzione Internazionale sui diritti dell'Infanzia.
3. Pagare un prezzo equo che garantisca a tutte le organizzazioni (di produzione, di esportazione, di importazione e di distribuzione) un giusto guadagno; il prezzo equo per il produttore è il prezzo concordato con il produttore stesso sulla base del costo delle materie prime, del costo del lavoro locale, della retribuzione dignitosa e regolare per ogni singolo produttore.
4. Garantire ai lavoratori una giusta retribuzione per il lavoro svolto assicurando pari opportunità lavorative e salariali senza distinzioni di sesso, età, condizione sociale, religione, convinzioni politiche
5. Rispettare l'ambiente e promuovere uno sviluppo sostenibile in tutte le fasi di produzione e commercializzazione, privilegiando e promuovendo produzioni biologiche, l'uso di materiali riciclabili, e processi produttivi e distributivi a basso impatto ambientale.
6. Adottare strutture organizzative democratiche e trasparenti in tutti gli aspetti dell'attività ed in cui sia garantita una partecipazione collettiva al processo decisionale
7. Coinvolgere produttori di base, volontari e lavoratori nelle decisioni che li riguardano
8. Reinvestire gli utili nell'attività produttiva e/o a beneficio sociale dei lavoratori (p.e. fondi sociali)
9. Garantire ai consumatori sia in caso di distribuzione diretta che di distribuzione attraverso soggetti esterni, informazioni relative al Commercio Equo e Solidale, ai gruppi produttori che hanno realizzato il prodotto, all'importatore, alla rete delle organizzazioni socie AGICES ed uno schema di prezzo trasparente, che fornisca almeno le seguenti informazioni: prezzo FOB pagato al fornitore, costo di gestione, importazione e trasporto, margine per le Botteghe. Tali informazioni possono essere indicate in percentuale od in valore assoluto, per singolo prodotto o per categoria di prodotti, o per paese di provenienza, o per gruppo di produttori.
10. Garantire un flusso di informazioni multidirezionale che consenta di conoscere le modalità di lavoro, le strategie politiche e commerciali ed il contesto socio-economico di ogni organizzazione
11. Promuovere azioni informative, educative e politiche sul commercio equo e solidale, sui rapporti fra i Paesi svantaggiati da un punto di vista economico e i Paesi economicamente sviluppati e sulle tematiche collegate
12. Garantire rapporti commerciali diretti e continuativi, evitando forme di intermediazione speculativa, escludendo costrizioni e/o imposizioni reciproche e consentendo una migliore conoscenza reciproca
13. Privilegiare progetti che promuovono il miglioramento della condizione delle categorie più deboli
14. Valorizzare e privilegiare i prodotti artigianali espressioni delle basi culturali, sociali e religiose locali perché portatori di informazioni e base per uno scambio culturale
15. Cooperare, riconoscendosi reciprocamente, ad azioni comuni e a favorire momenti di scambio e di condivisione, privilegiando le finalità comuni rispetto agli interessi particolari.

Per evitare azioni che indeboliscano il Commercio Equo si impegnano, inoltre, in caso di controversie, a fare un percorso di confronto e di dialogo, eventualmente con l'aiuto di un facilitatore.

16. Garantire relazioni commerciali libere e trasparenti, promuovendo processi di sviluppo e coordinandosi nello spirito dell'art. 3.15

17. Garantire trasparenza nella gestione economica con particolare attenzione alle retribuzioni

#### **4. Botteghe del Mondo**

Le Botteghe del Mondo sono organizzazioni di distribuzione al dettaglio dei prodotti del commercio equo che condividono gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale e rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta. Le Botteghe del Mondo devono:

1. Commercializzare prevalentemente i prodotti del Commercio Equo e Solidale, importati sia direttamente che attraverso le Centrali di Importazione.

2. Scegliere i fornitori esterni al circuito del commercio equo e solidale fra quelli organizzati in strutture no-profit, con finalità sociali e con gestione trasparente e democratica e che abbiano prodotti eco-compatibili e culturali. Non intraprendere relazioni commerciali con aziende che, con certezza, violino i diritti umani e dei lavoratori.

3. Promuovere iniziative di economia solidale al meglio delle proprie possibilità

4. Fornire ai consumatori tutto il materiale informativo disponibile, comprese le schede del prezzo trasparente.

5. Sostenere le campagne di sensibilizzazione e pressione, condotte a livello nazionale ed internazionale, volte a realizzare gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale.

6. Mantenersi costantemente informate sui prodotti che vengono venduti, verificando che vengano rispettati i criteri del Commercio Equo e Solidale

7. Essere senza fini di lucro

8. Inserire, appena possibile, personale stipendiato all'interno della struttura, garantendo un'adeguata formazione

9. Valorizzare e formare i volontari e garantire loro la partecipazione ai processi decisionali

Le Botteghe del Mondo, inoltre, cercano, al meglio delle proprie possibilità, di:

10. Avviare e mantenere contatti diretti con esperienze marginali di autosviluppo, sia in loco che nei Paesi economicamente svantaggiati al fine di stabilire una sorta di gemellaggio equosolidale. Il mantenimento dei contatti passa attraverso lo scambio epistolare, la commercializzazione degli eventuali prodotti, l'organizzazione di viaggi di scambio, la diffusione dell'informazione ai frequentatori della Bottega ed alle altre Botteghe, ed ogni altro mezzo idoneo per permettere la conoscenza di luoghi, persone, modalità di vita e di produzione che possano associarsi ai concetti con cui si definisce il Commercio Equo e Solidale.

#### **5. Importatori**

Gli Importatori sono organizzazioni che hanno quale attività prevalente nello scopo sociale, e quale attività prevalente effettiva, l'acquisto di prodotti del Commercio Equo e Solidale da organismi di produzione e di esportazione, e li rivendono prioritariamente alle Botteghe del Mondo. Il ricorso a fornitori esterni al circuito del Commercio Equo deve essere funzionale agli scopi sociali, e agli obiettivi del Commercio Equo stesso.

Gli Importatori condividono gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale e rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta.

Essi devono:

1. Offrire ai produttori, se da essi richiesto, il pre-finanziamento della merce, e favorire altre forme di credito equo o microcredito, qualora non esistano in loco possibilità di accesso a crediti

2. Promuovere, anche attraverso la collaborazione reciproca, rapporti di continuità, per mantenere un clima di autentico scambio, per favorire una maggiore stabilità per gli sbocchi

di mercato dei produttori, e per permettere un effettivo miglioramento delle condizioni di vita sul breve/medio/lungo periodo.

3. Fornire supporto alle organizzazioni di produzione ed esportazione: formazione, consulenze, ricerche di mercato, sviluppo di prodotti, feedback sui prodotti e sul mercato

4. Assicurarsi che i principi del commercio equo e solidale siano conosciuti e condivisi dai produttori e lavorare con questi per applicarli

5. Fornire assistenza alle Botteghe del Mondo informandole sui prodotti e sui produttori attraverso schede informative che contengano il prezzo trasparente dei prodotti ed essere disponibili a fornire, su richiesta, la documentazione di supporto.

6. Rendere disponibile ai soggetti del Commercio equo, impegnandosi alla trasparenza, l'accesso alle informazioni riguardanti la propria attività (commerciali e culturali) e alle proprie competenze tecniche non disponibili nelle Botteghe del Mondo.

7. Dare possibilità alle Botteghe del Mondo di fare viaggi di conoscenza presso i produttori (e viceversa), rispettando i criteri del Turismo responsabile espressi nel documento "Turismo responsabile: Carta d'identità per viaggi sostenibili".

8. Essere senza fini di lucro

## **6. Produttori ed Esportatori**

### **6.1 Produttori**

I Produttori sono organizzazioni di produzione e commercializzazione di artigianato ed alimentari che condividono gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale e rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta.

I Produttori devono:

1. Perseguire logiche di autosviluppo e di autonomia delle popolazioni locali.

2. Evitare una dipendenza economica verso l'esportazione, a scapito della produzione per il mercato locale

3. Evitare di esportare prodotti alimentari e materie prime scarseggianti o di manufatti con queste ottenuti

4. Favorire l'uso di materie prime locali

5. Garantire la qualità del prodotto

Qualora i produttori non siano in grado di esportare direttamente possono servirsi di organizzazioni di esportazione.

### **6.2 Esportatori**

Gli Esportatori sono organizzazioni che acquistano dai produttori come specificati all'art.6.1 e vendono principalmente ad importatori come definiti in questi criteri; essi condividono gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale e rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta.

Gli esportatori devono:

1. Assicurarsi che i principi del Commercio Equo e Solidale siano conosciuti dai produttori e lavorare con questi per applicarli

2. Fornire supporto alle organizzazioni di produzione: formazione, consulenza, ricerche di mercato, sviluppo dei prodotti, feedback sui prodotti e sul mercato

3. Dare ai produttori, se da questi richiesto, il pre-finanziamento della merce o altre forme di credito equo o microcredito

4. Fornire informazioni sui prodotti e sui produttori e sui prezzi pagati ai produttori

5. Garantire rapporti di continuità con i produttori

## **7. Prodotti trasformati**

I prodotti trasformati sono tutti quei prodotti non riconducibili ad un'unica materia prima: biscotti, cioccolata, dolci, ecc.

1. I prodotti trasformati possono essere definiti in etichetta "prodotti di commercio equo e solidale" solo se almeno il 50% del costo franco trasformatore delle materie prime o il 50% del peso delle materie prime è di commercio equo e solidale

2. L'elaborazione dei prodotti trasformati, laddove ne esistano le condizioni, dovrebbe avvenire nei Paesi d'origine.
3. La trasformazione deve essere effettuata da soggetti dell'economia solidale o comunque da cooperative o imprese che non siano in contrasto con i principi del commercio equo e solidale.
4. I prodotti trasformati devono riportare in etichetta la dicitura: "Totale ingredienti del Commercio Equo: %".
5. Nei prodotti trasformati, la scelta degli altri ingredienti rispetto a quelli del Commercio Equo deve ispirarsi ai criteri esposti all'art.3.5 di questa Carta.

## Capitolo 4

### Il Consorzio CTM Altromercato

#### Storia

Le origini di CTM Altromercato risalgono alla cooperativa CTM (Cooperazione Terzo Mondo), fondata a Bolzano nel 1988 da Rudi Dalvai, Heini Grandi ed Antonio Vaccaro, fra i "pionieri" del commercio equo e solidale in Italia. L'anno successivo viene costituita la cooperativa finanziaria CTM-MAG con l'obiettivo di raccogliere risparmio e capitale sociale per sostenere lo sviluppo del commercio equo e solidale. Nel 1998 la cooperativa CTM assume la forma di Consorzio CTM Altromercato, per creare una rete di Botteghe che fosse anche importatrice di prodotti. L'anno successivo CTM-MAG, in seguito alle disposizioni in materia bancaria ed alla riorganizzazione di tutti gli attori della finanza etica italiana<sup>12</sup>, si trasforma in Consorzio Etimos, oggi parte del Gruppo Banca Popolare Etica.

Partita nel 1988 con l'importazione dal Bangladesh di borse di juta stipate nel garage di uno dei fondatori, nel 2004 CTM Altromercato è diventata la maggiore organizzazione di commercio equo in Italia (la sua quota di mercato si stima intorno al 75%) e la seconda a livello mondiale dopo GEPA, la centrale d'importazione tedesca con sede a Wuppertal.

*Il Consorzio, forte della sua storia ed in virtù di numerose partnership ed alleanze istituzionali, intende essere un soggetto guida, a livello nazionale ed internazionale, nella promozione e realizzazione di iniziative di economia solidale, per l'autosviluppo dei popoli nel Sud del mondo.*

#### Dimensioni

*I numeri riportati nelle seguenti tabelle (dati aggiornati al 2004) delineano il raggio di azione, economico e sociale, raggiunto da CTM Altromercato. I valori sono riferiti rispettivamente all'insieme dei soci ed alla struttura operativa del Consorzio:*

<b>150</b> progetti in <b>36</b> Paesi del Sud del mondo
<b>600</b> comunità coinvolte
<b>130</b> soci, <b>17</b> aziende grande distribuzione, <b>50</b> enti locali
<b>260</b> Bdm gestite dai soci
<b>18 milioni</b> di euro raccolti fra capitale e risparmio
<b>300</b> impiegati
<b>3000</b> volontari
<b>200</b> prodotti alimentari
<b>3000</b> prodotti artigianali
<b>80</b> dipendenti con contratto sindacale (CCNL Commercio) <sup>1bis</sup>
<b>2000</b> clienti distributori
<b>34 milioni</b> di euro di fatturato

*Il Consorzio partecipa a diversi progetti europei per sostenere campagne di sensibilizzazione e progetti di cooperazione con partner del Sud del mondo. Siede inoltre al tavolo del Consiglio d'Europa per la definizione e la diffusione dell'economia sociale e solidale e*

<sup>12</sup> Per maggiori dettagli, si veda il capitolo 2

<sup>1bis</sup> CTM Altromercato è la prima società in Italia nel settore non profit ad aver stipulato un contratto integrativo aziendale: il percorso è iniziato nel 2000 ed è stato firmato nel 2002

*partecipa attivamente al Multistakeholder Forum sulla Responsabilità Sociale delle Imprese, promosso dalla Commissione Europea. CTM Altromercato è accreditata da IFAT (International Fair Trade Association) e AGICES (Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale)*<sup>13</sup>.

- 
- Scopi

Nell'articolo 2 dello statuto (scopo sociale), si legge: "... Il Consorzio è indissolubilmente legato alla cooperazione con i piccoli produttori nei Paesi in Via di Sviluppo. Tale cooperazione rappresenta il significato caratterizzante del movimento del Commercio Equo e Solidale, che si propone come alternativo alla tradizionale forma di aiuto assistenziale presente in molte modalità di cooperazione internazionale. (...) Il Consorzio riconosce nelle Botteghe del Mondo i soggetti che rappresentano il commercio equo sul territorio e ne promuovono lo sviluppo. Esse costituiscono il canale privilegiato per la distribuzione dei prodotti del commercio equo e la promozione della finanza etica. Il Consorzio intende essere parte attiva e propositiva di un'economia sociale fondata sui principi della giustizia, sostenibilità e cooperazione."

*Per realizzare questi obiettivi, il Consorzio si muove lungo tre direttrici:*

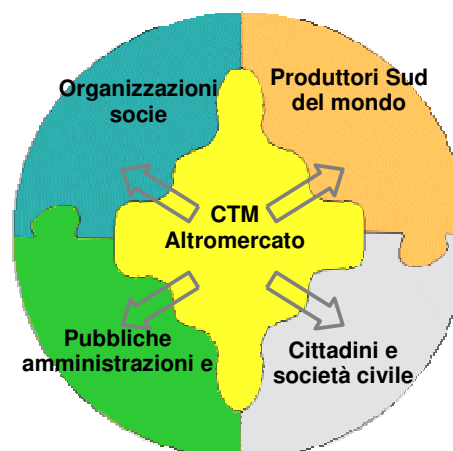
- *lo sviluppo della rete delle organizzazioni di commercio equo e solidale;*
- *lo sviluppo di attività di economia solidale con il Sud del mondo;*
- *l'attività politica e culturale a favore dell'economia solidale con il Sud del mondo.*

La visione di sviluppo del Consorzio può essere schematizzata nei seguenti punti:

- ▶ *avamposto di economia solidale: soggetto guida nel mondo del fair trade, promotore di iniziative economiche e politico-culturali, agente di sensibilizzazione dell'opinione pubblica, partner degli attori istituzionali e degli attori economici tradizionali, che intendono contribuire all'economia solidale con il sud del mondo;*
- ▶ *una rete di botteghe capillare, visibile, sostenibile e con un'identità comune, che scelgono di svilupparsi nel rispetto della Carta dei criteri, con trasparenza e democraticità nei processi decisionali;*
- ▶ *un consorzio che intende estendere gradualmente la partecipazione ai produttori partner mediante l'inserimento progressivo all'interno della struttura societaria;*
- ▶ *un sistema economicamente sostenibile.*

*Il Consorzio ed il Sistema degli stakeholders (portatori d'interessi):*

Per ciascun portatore d'interessi, il Consorzio ha sviluppato una diversa strategia in termini di obiettivi e proposte:



<sup>13</sup> Il sistema di accreditamento e monitoraggio verifica il perseguimento delle finalità del commercio equo e solidale in un'ottica di effettivo supporto per i piccoli produttori e di trasparenza verso i consumatori

Portatore d'interessi	Obiettivi e proposte
Produttori del Sud del mondo	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Favorire l'autosviluppo sociale ed economico, mediante iniziative di cooperazione e scambio di competenze (sviluppo qualità dei prodotti, assistenza tecnica e organizzativa, segnalazione di possibili finanziamenti istituzionali)</li> <li><input type="checkbox"/> Fornire accesso al mercato internazionale e sviluppare, ove possibile, reti commerciali locali</li> <li><input type="checkbox"/> Farsi portavoce degli interessi dei piccoli produttori presso gli interlocutori internazionali (attività di <i>advocacy</i>)</li> <li><input type="checkbox"/> Denunciare presso le Istituzioni gli squilibri e le ingiustizie causate dalle attuali pratiche del commercio internazionale</li> </ul>
Organizzazioni socie	<p>Rafforzare la rete dei soci mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Formazione</li> <li><input type="checkbox"/> Organizzazione d'incontri e forum per lo scambio di competenze, di buone pratiche e casi di successo</li> <li><input type="checkbox"/> Servizi finanziari e partecipazione al capitale</li> <li><input type="checkbox"/> Avviamento e co-gestione di nuove botteghe in partnership, sotto la responsabilità e a rischio della struttura operativa del Consorzio e successivo passaggio di gestione a BdM socia</li> <li><input type="checkbox"/> Organizzazione di campagne di sensibilizzazione, interventi nelle scuole ed eventi culturali, con il supporto finanziario e gli strumenti didattici sviluppati dal Consorzio</li> <li><input type="checkbox"/> Reciprocità economica (livello di prevalenza riconosciuto al Consorzio come fornitore – 50/80% - e relativa scontistica)</li> <li><input type="checkbox"/> Formazione, assistenza ed incentivi economici per l'avviamento della raccolta di capitale e risparmio tra i soci</li> </ul>
Cittadini e società civile	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Offrire strumenti di economia solidale: <ul style="list-style-type: none"> <li>- acquisto prodotti ComES;</li> <li>- risparmio etico;</li> <li>- donazioni per le emergenze</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Informare: <ul style="list-style-type: none"> <li>- sulla condizione dei lavoratori</li> <li>- sull'impatto ambientale della produzione nel Sud del mondo</li> <li>- sulle attività del Consorzio</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Dare opportunità di conoscenza diretta dei produttori del ComES (turismo responsabile)</li> </ul>
Pubbliche amministrazioni e attori economici	<p>Offrire opportunità di partecipazione mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servizi di educazione allo sviluppo sostenibile (in particolare nelle scuole)</li> <li>• Ristorazione solidale<sup>14</sup> (prodotti e servizi altromercato per la ristorazione collettiva: mense, bar, distributori automatici)</li> <li>• Controllo etico dei fornitori e consulenza sulla responsabilità sociale d'impresa</li> <li>• Uso di prodotti/materie prime equosolidali</li> <li>• Coinvolgimento in interventi di cooperazione a favore dei produttori</li> </ul> <p>o Mozioni e delibere a favore del ComES<sup>15</sup></p>

<sup>14</sup> Alcuni esempi di Comuni con forniture equo-solidali: Genova, Firenze, Piacenza, Bolzano, Gorgonzola, S.Donato Milanese, Alessandria (dati presentati a "Terra Futura", 2 aprile 2004)

---

<sup>15</sup> Ad esempio la Mozione 640 del 21/01/04, Regione Toscana: “Impegna la Giunta Regionale ed il Consiglio Regionale a valutare la possibilità di promuovere e favorire anche attraverso atti legislativi l’utilizzo dei prodotti equo-solidali nelle scuole e nei diversi enti pubblici. Impegna la Giunta Regionale e gli appositi Organismi del Consiglio Regionale a valutare la proposta da rivolgere ai gestori dei punti di ristoro della Regione Toscana di acquisto di prodotti alimentari del mercato equo e solidale nelle forme che si riterranno migliori e possibili”

## I produttori partner di Ctm al commercio equo

36 paesi \_ 152 progetti di commercio equo



### afrika

- sud africa**  
 \_ arribenskill vine fruit farmers (export via sad)  
 \_ summeride foods ltd.  
 \_ wuppenthal robotics farmers  
 \_ harlem honeybush tea growers ass. (thra)

### mozambico

- \_ arde macaonde

### zimbabwe

- \_ dezing inc.  
 \_ deadly designs  
 \_ katyo farm  
 \_ muzikazi art & craft center

### tanzania

- \_ mikono (handico)  
 \_ kicu - idimarijo native coop. union

### camerun

- \_ prescraft

### nigeria

- \_ alternative trade network of nigeria

### kenya

- \_ bombolulu workshops  
 \_ zwa creation  
 \_ undugu society  
 \_ ebuyangu women group  
 \_ maru herbs  
 \_ bega kwa bega - korogochu project  
 \_ machakos distict coop. union

### uganda

- \_ banyekola (unax)  
 \_ nawou (national ass. of women organisation in uganda)  
 \_ uganda

### senegal

- \_ association n'dem

### ghana

- \_ kuappe kokuo union  
 \_ getrade (fair-trade producer society) (ps)  
 \_ bawefwa faso  
 \_ carole des secheurs (cst)

### america centrale

#### guatemala

- \_ cosevic  
 \_ aj quen  
 \_ coop. ladococagua  
 \_ as. chaj'ense va'lvag qu'ol

#### costa rica

- \_ coopagat  
 \_ copetrabatur  
 \_ asociagrain

#### nicaragua

- \_ flor de campanilla  
 \_ producciones organicas de punta  
 \_ xochipilli - xochiquetzal  
 \_ comunidad artesana (joyas del progreso (ex. upa))  
 \_ ucin - union de las comunidades indigenas de la region del istmo  
 \_ kab'eh  
 \_ productores agropecuarios de la selva lacandon

#### el salvador

- \_ coordinacion de talleres un nuevo despertar  
 \_ case de la artesanas  
 \_ as. exp. la semilla de dias  
 \_ aboglar (atelier de ceramica shical)

#### paraguay

- \_ m.umi - movimiento indigena morimbó  
 \_ taller de ceramica por la paz  
 \_ coosafen  
 \_ soppocca s.a.  
 \_ abc

#### s. dominico

- \_ junta consejer for romero

#### colombia

- \_ conftel  
 \_ opa (paso mar)

### america del sud

#### perù

- \_ c.f.a.p. - central interregional des artes. perù  
 \_ candela perù  
 \_ eco. ses  
 \_ minika  
 \_ allca

#### ecuador

- \_ tienda camari (alimentari)  
 \_ el quabo  
 \_ tienda camari (artigianato)  
 \_ m.c.e.h. - maquila cushunchito comendalizamos  
 \_ como hermanos  
 \_ m.c.s.h. - alimentari  
 \_ furcosal  
 \_ belluvia  
 \_ pachamama (malku)  
 \_ artesanias sorata  
 \_ seller de mayo  
 \_ caic  
 \_ la kirochaita  
 \_ q'arasá  
 \_ el cebo

#### brasil

- \_ anapqui  
 \_ naturaleza  
 \_ andá  
 \_ elle  
 \_ pueblos del sur  
 \_ compata  
 \_ coop. los robles  
 \_ fundacion solidaridad  
 \_ coop. apicoop valdivia  
 \_ jurupary  
 \_ ohsa  
 \_ brasil  
 \_ coasa. coop. agroindustrial para ex (ex coomap)  
 \_ coopercaju  
 \_ system conselho geral tribu sateré-mawé  
 \_ ass. apj  
 \_ coop. central de reforma agraria do paraná  
 \_ mas de minas  
 \_ maguany  
 \_ s.a.s. - servicio ecumenico solidario  
 \_ venezuela  
 \_ tinajas

### asia

#### india

- \_ shivis - sanderban khadi end village society  
 \_ kalyaya exp. (koyyalagudem e shatranji)  
 \_ circ (rishi esm)  
 \_ umul rural health and development trust  
 \_ g.r.g.p. - gandhi rural rehabilitation centre  
 \_ u.d.i. - uttranchal development institute  
 \_ pekm - people's ass. for leather and allied manu.  
 \_ rural centre  
 \_ bym  
 \_ k.k.m. - kurushetr mandal  
 \_ e.m.a.  
 \_ saaha assoc. for craft producers  
 \_ tara  
 \_ t.r.s.h. - tibetan refugee self-help handicraft  
 \_ wasasathi (maske/kashi)  
 \_ st. mary's mahila  
 \_ godvari  
 \_ silence  
 \_ social centro for rural initiative  
 \_ shenallai  
 \_ cothu  
 \_ zimbonda  
 \_ aaha  
 \_ gushpanjali export  
 \_ madhya kalitaka shil pangan  
 \_ creative handicraft  
 \_ jalditiam  
 \_ eckstien International  
 \_ laion sport  
 \_ bangladesh  
 \_ m.p.e. - miantho central committee  
 \_ chaka handicraft (ex e.d.m. - enfant du monde)  
 \_ hood  
 \_ ywca  
 \_ kase (shabarpara)  
 \_ cam - the jute works  
 \_ home of styla

#### thailand

- \_ anong - brac  
 \_ cuncem  
 \_ nepal  
 \_ manushi arts & craft  
 \_ anima nepal trade fair trade export  
 \_ mahagurhi  
 \_ kumbheshwar technical school  
 \_ a.c.p. (association for craft producers)

#### asi fantasia

- \_ sarvodaya  
 \_ shyn  
 \_ podie - people's org. for development  
 \_ stassen export  
 \_ groupal house

#### vietnam

- \_ mai handicraft  
 \_ craftlink  
 \_ indonesia  
 \_ apker  
 \_ paketti  
 \_ lufesodo  
 \_ bambok pottery

#### thailandia

- \_ thai tribal craft  
 \_ y - development  
 \_ thai craft association  
 \_ green net (ex natural food, a local development initiative)

#### filippine

- \_ pride - people's recovery empowerment and development assistance  
 \_ safy handicraft  
 \_ espe (exp. support f. progressive craftmakers)  
 \_ p.i.t.c. - pasay fruits and trading corp.  
 \_ plara - plasing tarsunan farmers emp.  
 \_ coop - community craft ass. of the philippine

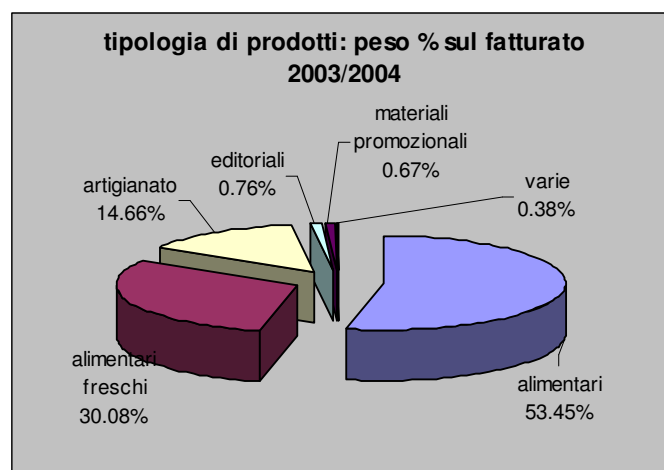
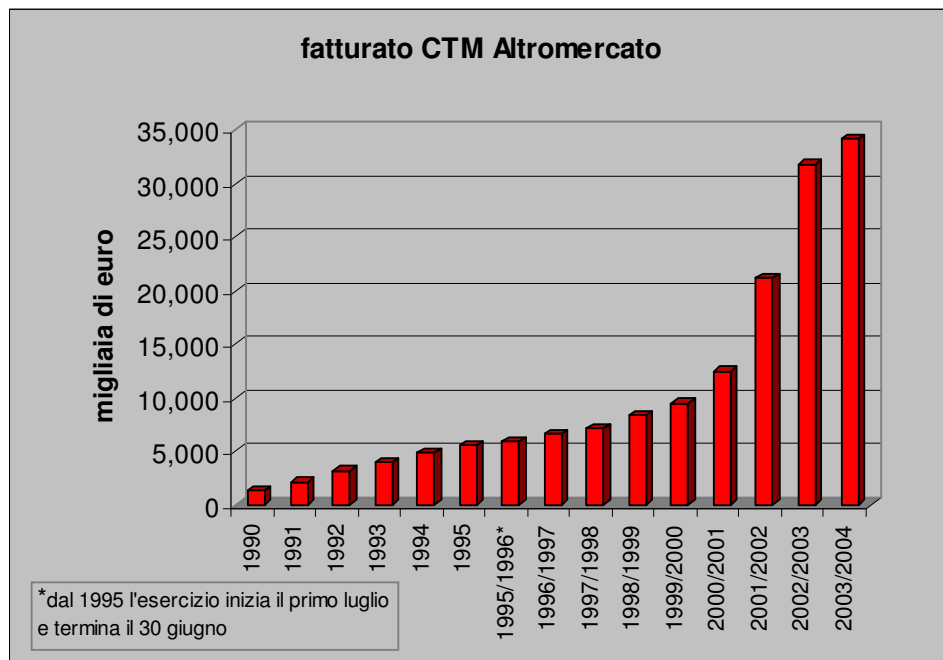
#### polinesia

- \_ the hollyland handicraft  
 \_ pure (paledtan agricult. relief committees)

per informazioni sui  
progetti e sui produttori  
consulta il sito  
[www.altromercato.it](http://www.altromercato.it)

- Fatturato e prodotti

L'andamento del fatturato ha visto negli ultimi anni aumenti percentuali davvero eccezionali, come ben rappresentato dal grafico qui in basso:

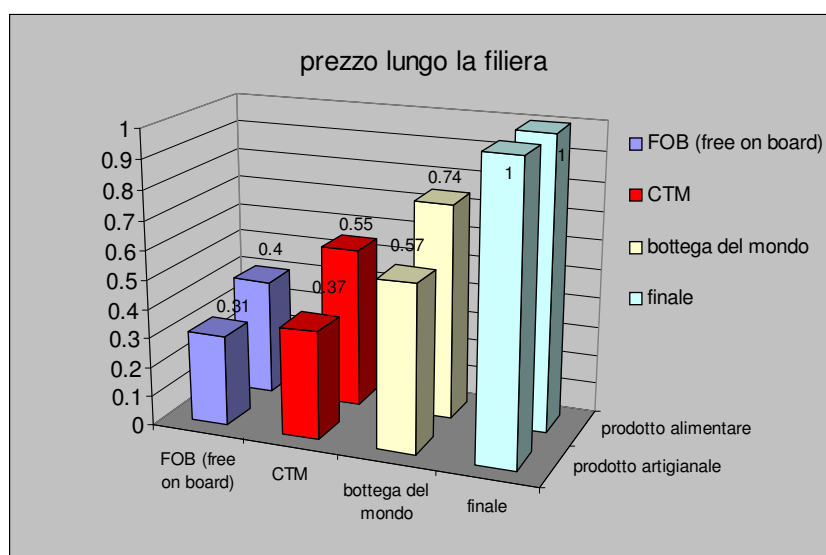
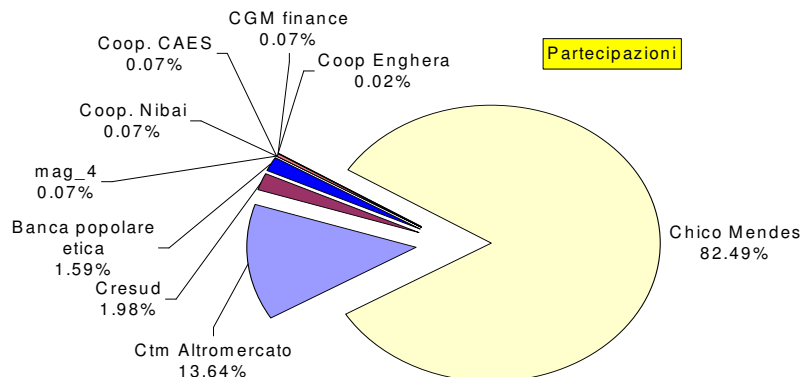


Negli ultimi anni, i prodotti alimentari freschi, ed in particolare le banane, hanno contribuito significativamente all'aumento del fatturato ed hanno portato alla scelta di costituire una società a parte, CTM-Agrofair, basata sull'alleanza strategica tra CTM Altromercato ed Agrofair Europe, organizzazione olandese nata nel 1996, leader nell'importazione di frutta fresca del commercio equo e solidale. Agrofair Europe è un operatore del fair trade unico nel suo genere, perchè appartiene per il 50% agli stessi produttori del Sud del mondo.

Oltre che garantire un prezzo equo ai produttori e sostenerli nei loro progetti di autosviluppo delle comunità, CTM Altromercato opera per una maggiore trasparenza anche nei confronti

dei consumatori, dichiarando per la maggior parte dei suoi prodotti la composizione del prezzo finale.

Sono qui di seguito riportati i valori medi lungo la filiera per un prodotto alimentare e per un prodotto di artigianato. Come ulteriore esempio, segue la scheda informativa del caffè solubile Uciri.



Caffè Uciri - Prezzi riferiti a lug-04:		(euro)	
Prezzo di vendita al pubblico		4.10	
IVA		0.37	
Prezzo al pubblico (IVA esclusa)		3.73	100%
Margine medio dettagliante		0.8952	24%
Margine CTM Altromercato		1.16376	31.2%
Costi accessori (*)		0.17531	4.7%
Prezzo al produttore (FOB)		1.49573	40.1%
(*) Dettaglio costi accessori:		(euro)	4.7%
Nolo mare		0.05222	1.4%
Sdoganamento, dazio, trasporto terra, soste, altre spese		0.08579	2.3%
Oneri finanziari (prefinanziamento, assicurazione)		0.0373	1.0%

La trasparenza sul prodotto si estende anche alla filiera di produzione: come ben espresso da Nico Roozen, fondatore del marchio di garanzia Max Havelaar, il motto dev'essere "Non si compra una cosa, si compra da qualcuno". Sulla scheda del caffè solubile Uciri, si legge, ad esempio:

- prodotto da Uciri in Messico, regione di Oaxaca;
- controllato e certificato in Messico da IMO (Institut für Marktökologie);
- controllato e certificato in Italia da IMC (Istituto Mediterraneo di Certificazione) e da Silocaf (TS);
- torrefatto e confezionato da Goppion (TV).

### **Attività politico-sociale**

Come sottolineato dal suo Statuto, CTM Altromercato affianca all'attività di sviluppo commerciale, la promozione di "un'economia sociale fondata sui principi della giustizia, della sostenibilità e cooperazione". Per questo non rinuncia ad un costante confronto con le Istituzioni, non si sottrae ad un continuo interrogarsi sulle cause degli squilibri mondiali e si impegna in campagne di sensibilizzazione e battaglie politiche.

Si possono citare ad esempio la partecipazione ai Forum Sociale Europeo e Mondiale (Genova, Porto Alegre, Firenze, Mumbai), l'adesione alle campagne "Questo mondo non è in vendita", "Stop WTO", "Sbilanciamoci", "Meno beneficenza più diritti", il coinvolgimento nel "Tavolo della Pace" ed alle manifestazioni contro la guerra in Iraq.

## Capitolo 5

### Finanza solidale

#### 1. Finanza solidale attraverso le botteghe del mondo

*Quali sono i costi per mantenere l'attività delle Botteghe?*

Le Botteghe del mondo che vendono prodotti del commercio equo impiegano le loro risorse per soddisfare le seguenti esigenze:

11. acquisto di un negozio per garantire stabilità all'attività commerciale;
12. gestione degli squilibri monetari e finanziari;
13. spese per il personale, utenze, servizi, logistica di magazzino;
14. formazione dei volontari;
15. organizzazione di eventi sul territorio;
16. investimenti diretti in progetti di sviluppo nel Sud del mondo.

*Come si finanziano le Botteghe?*

Le fonti di finanziamento delle cooperative/associazioni che gestiscono le botteghe sono:

- risultato economico (guadagno o utile)
- finanziamenti dal sistema bancario
- capitale sociale/quota associativa
- raccolta di risparmio sociale (solo per le cooperative)

A questo elenco va sommato il lavoro volontario prestato da numerosi aderenti all'organizzazione, inteso come contributo fornito gratuitamente e quindi come servizio ottenuto in assenza di costi.

Il risultato economico (punto 1), cioè la differenza tra ricavi e costi, è un'ottima forma di autofinanziamento. Ma per un soggetto non profit l'utile è un mezzo, non un fine: costituisce una spinta per la crescita e una garanzia di sostenibilità, ma ha spesso un valore trascurabile.

I finanziamenti dal sistema bancario (punto 2) richiedono la presentazione di garanzie patrimoniali ed hanno un costo significativo in termini di commissioni e tassi d'interesse. In alternativa, le cooperative possono rivolgersi alle MAG (Mutua Auto Gestione) o a Banca Etica<sup>16</sup>, le quali non considerano le garanzie reali come fattore necessario per l'accensione di un fido, ma prevedono spese comparabili o maggiori a quelle del sistema bancario tradizionale.

**La raccolta di capitale sociale o di risparmio tra i propri soci** (punto 3 e 4) **costituiscono le forme di finanziamento più opportune**, con finalità e vincoli normativi diversi:

*Che cos'è il capitale sociale?*

Insieme delle somme conferite dai soci per costituire un'azienda, per mantenere ed ampliare l'attività. Acquistare il capitale di una cooperativa vuol dire diventare co-proprietari, cioè soci.

#### Raccolta di capitale sociale

La sottoscrizione di nuove quote di capitale è un modo per rafforzare la cooperativa ed aumentarne la solidità nel lungo periodo. Si tratta di un obiettivo molto importante, perché le

---

<sup>16</sup> Vedi capitolo 2

cooperative molto spesso soffrono di una scarsa capitalizzazione e di un alto quoziente di indebitamento. Costituisce, inoltre, un canale di finanziamento a costo zero, in quanto **il capitale non dà alcun rendimento ai soci**. Inoltre, non avendo scadenza predeterminata, consente alla cooperativa di fare investimenti di medio/lungo periodo.

Diventare soci di una bottega del mondo significa prendere parte alla sua vita sociale e alle sue scelte strategiche, attraverso l'assemblea dei soci e gli altri ambiti di **partecipazione**. La condivisione del rischio d'impresa aumenta la consapevolezza ed il coinvolgimento: il socio vigila affinché le finalità sociali vengano raggiunte attraverso una gestione efficace ed efficiente.

L'ammontare minimo e massimo della singola quota sono rispettivamente di 25 e 500 euro, mentre il limite massimo di capitale sociale detenuto da una singola persona fisica è di 100.000 euro.<sup>17</sup>

Come si rientra in possesso del denaro investito?

Per rientrare in possesso del capitale versato, bisogna uscire dalla cooperativa, con la possibilità di ridiventare socio in seguito (è impossibile, cioè, il recesso parziale). Se autorizzato dal Consiglio di Amministrazione, è possibile anche trasferire le quote ad un altro socio, senza penalizzare l'organizzazione. Qualora sia previsto dallo Statuto e nel caso in cui il patrimonio netto (capitale sociale + riserve + utili risultanti dall'ultimo bilancio) sia minore di ¼ dell'indebitamento, la cooperativa può riacquistare le quote.

*Che cos'è il risparmio sociale?*

Il risparmio sociale è il denaro versato dai soci come deposito presso la cooperativa, inteso come strumento aggiuntivo per realizzare l'oggetto sociale della stessa.

Raccolta di risparmio sociale

La cooperativa può avviare la raccolta di risparmio tra i soci, solo se è previsto dal proprio statuto e solo se sono stati predisposti tutti documenti necessari.

In base alle norme fissate dalla Banca d'Italia, inoltre, alle cooperative è vietato proporre **la** raccolta di risparmio a non soci.

La raccolta è formalmente "a vista", perchè è possibile prelevare il denaro senza alcun vincolo temporale, entro i termini di preavviso previsti dal Regolamento. Generalmente, però, i risparmiatori non ne fanno uso frequente e la cooperativa può contare su un finanziamento di medio/lungo periodo, disponendo anche di liquidità per la gestione dell'attività corrente.

La raccolta di risparmio è un indebitamento verso i soci ed è quindi preferibile, dal punto di vista della cooperativa, rispetto all'indebitamento con le banche. Ha inoltre un costo inferiore, perchè la remunerazione dei depositi è minore dei tassi e delle commissioni richieste per l'accensione di un fido bancario.

Secondo la normativa vigente, il limite massimo del risparmio depositato su di un libretto intestato a persone fisiche è di 27.860,18 euro<sup>18</sup>, mentre la raccolta complessiva ha un limite massimo proporzionale al patrimonio netto: se questo valore (capitale sociale + riserve + utili accantonati dai bilanci precedenti) è 100, la raccolta di risparmio non può superare quota 300. Per questa ragione, il socio che sceglie di affidare il suo risparmio alla cooperativa,

---

<sup>17</sup> Il capitale posseduto da persone giuridiche non ha limitazioni imposte dal codice civile.

<sup>18</sup> Il libretto intestato a persone giuridiche non ha alcun limite

spesso, viene incentivato anche alla sottoscrizione di quote di capitale: generalmente, più azioni si acquistano, più alto è il tasso d'interesse applicato al risparmio.

Scegliere di affidare i propri soldi ad una cooperativa del commercio equo e solidale significa sapere come verranno utilizzati. La caratteristica principale della **finanza etica** è infatti la TRASPARENZA.

*Come vengono utilizzati i risparmi dei soci?*

Le cooperative possono investire il risparmio dei soci in modi diversi:

- direttamente in progetti di cooperazione a favore dei Paesi del Sud del mondo;
- indirettamente, attraverso una centrale d'importazione, che prefinanzia i produttori del commercio equo.

Alcuni esempi per approfondire:

### 1) Cooperativa Mandacarù

Nata con il nome "Nord-Sud", la cooperativa viene costituita nel 1989 per iniziativa di 29 soci fondatori. Nel 1990 apre a Trento la bottega Mandacarù, chiamata come il cactus brasiliano simbolo della resistenza popolare all'oppressione.

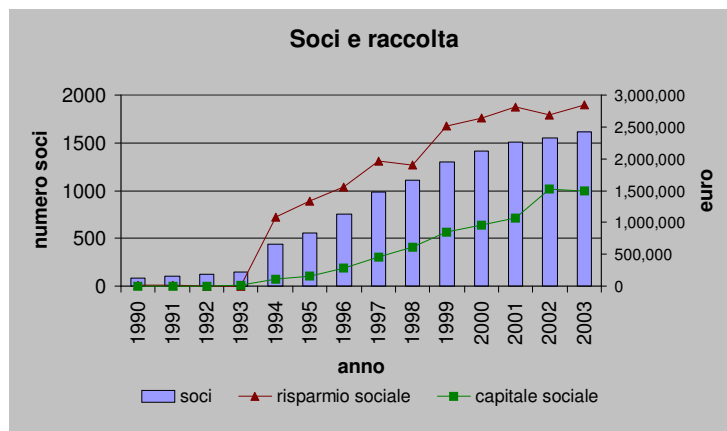
Nel 1992 diventa referente per il Trentino della cooperativa CTM-MAG ed è promotrice, fin dall'inizio della sua storia, dello sviluppo della finanza solidale.

Il risparmio attraverso CTM-MAG viene utilizzato per i prefinanziamenti, per lo sviluppo di CTM e del commercio equo e solidale in Italia. Contribuisce alla nascita di Banca popolare Etica e dal 2000 partecipa al programma di finanza solidale di CTM altromercato.

A 15 anni dalla costituzione, la cooperativa Mandacarù è diventata nel 2004 la seconda organizzazione di commercio equo "di base" a livello italiano: 10 Botteghe, oltre 300 volontari, 13 dipendenti e 1,45 milioni di euro di fatturato.

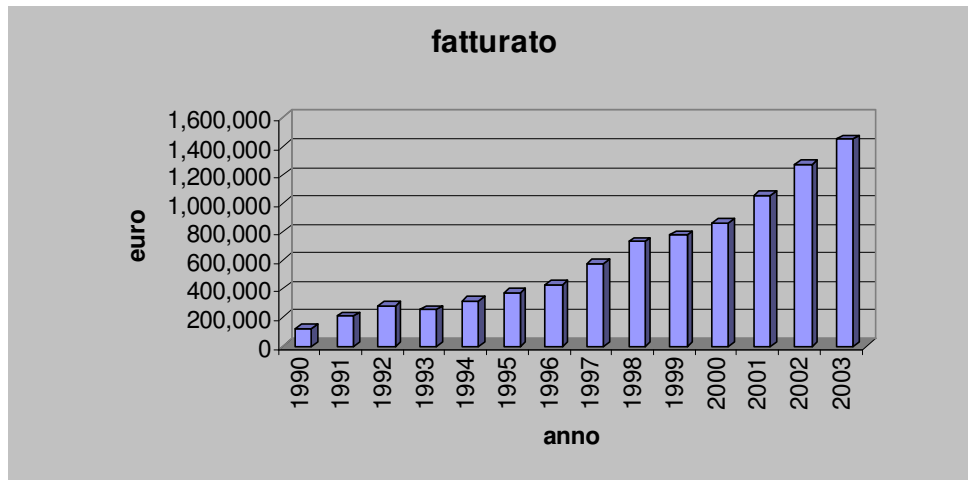
Può essere definita, inoltre, la principale organizzazione italiana di finanza solidale per il commercio equo: oltre 1750 soci a maggio 2004, più di 800 soci risparmiatori, 4,3 milioni di euro raccolti tra capitale sociale e risparmio.

I tassi applicati al risparmio dei propri soci (dati aggiornati a settembre 2004) variano da 0,25% a 1,9% a seconda delle quote di capitale sottoscritte: maggiore è la partecipazione al capitale, maggiore è la remunerazione dei depositi.



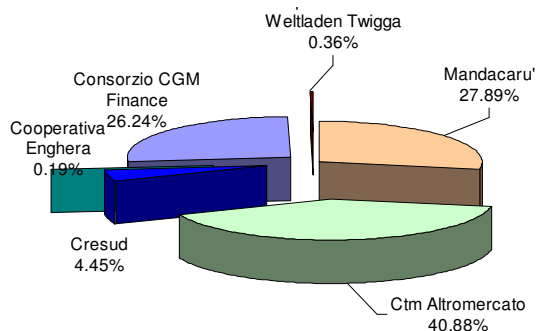
Il capitale e i risparmi raccolti tra i soci di Mandacarù sono impiegati per lo sviluppo ed il consolidamento del commercio equo e solidale, secondo tre linee d'investimento:

- Made in Dignity: prefinanziamento ai produttori, ovvero l'anticipo dei capitali necessari all'acquisto delle materie prime
- Capitali Coraggiosi: raccolta di capitale e risparmio per il consolidamento patrimoniale e gli investimenti
- Banquito: erogazione prestiti diretti ai produttori (ad esempio per l'acquisto dei macchinari)



Per l'anno 2003 la composizione degli impegni si è articolata nelle seguenti voci:

Destinazione	Attività	Importo (euro)
Mandacarù	Investimenti nella cooperativa (immobili e attrezzature) e stock di merce a magazzino	1,217,171
Ctm Altromercato	Made in dignity, banquito, capitali coraggiosi	1,783,894
Cresud	Banquito	194,114
Consorzio CGM Finance	Capitali coraggiosi, gestione liquidità	1,145,234
Cooperativa Enghera	Capitali coraggiosi	8,220
Cooperativa Dritte Weltladen Twigga	Capitali coraggiosi	15,494



## 2) Cooperativa Chico Mendes

Fondata nel 1990 da un gruppo di giovani studenti, la cooperativa Chico Mendes sceglie il nome del sindacalista brasiliano che lottò per la difesa dei raccoglitori di caucciù e la tutela della foresta amazzonica e che, a causa del suo impegno politico, fu assassinato il 22 dicembre 1988.

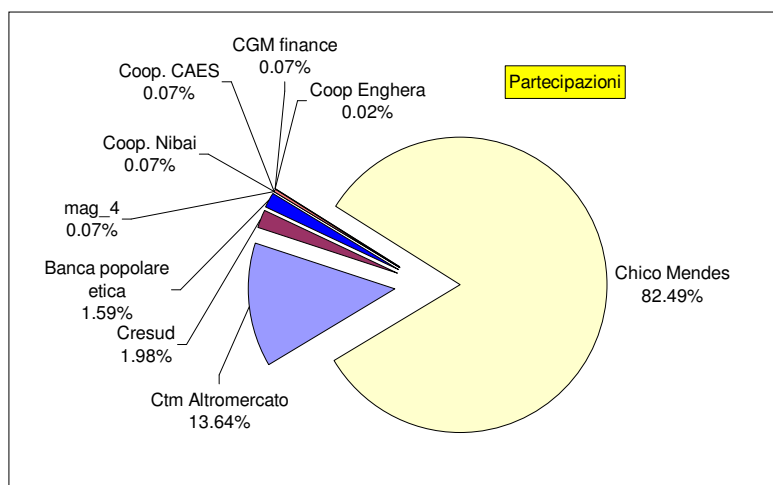
Nel 1992 apre il negozio "L'altromercato", la prima Bottega del mondo di Milano. Dal 1994 la cooperativa si fa promotrice della raccolta di risparmio tra i soci e contribuisce allo sviluppo della finanza solidale per il commercio equo.

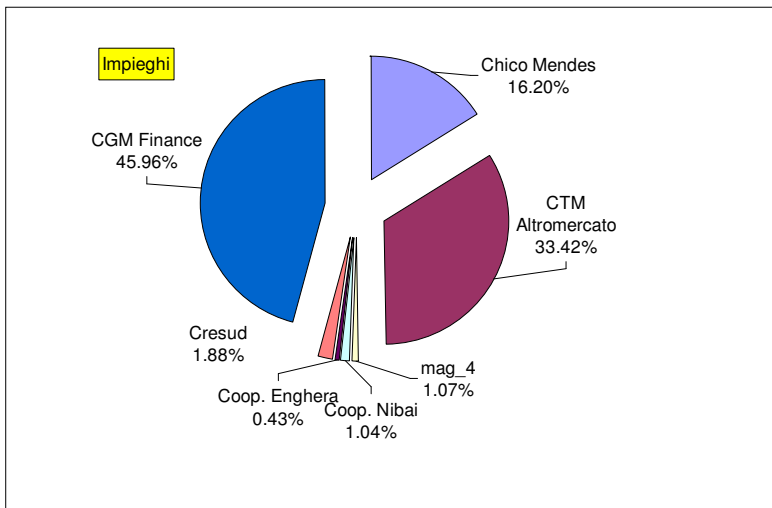
Chico Mendes conta nel 2004 10 botteghe del mondo, 2253 soci, di cui oltre 450 soci risparmiatori, 14 dipendenti, 27 collaboratori e circa 120 volontari (dati aggiornati a dicembre 2003). Con un fatturato di 3 milioni di euro, un capitale sociale di 757,000 euro ed un risparmio raccolto di circa 2,2 milioni di euro, nel 2004 la cooperativa Chico Mendes può essere considerata la realtà di distribuzione di commercio equo e solidale più grande d'Europa.

I tassi applicati al risparmio dei propri soci variano dall'1% al 3%, a seconda delle quote di capitale sottoscritte (maggiore è la partecipazione al capitale, maggiore è la remunerazione dei depositi).

Nell'anno 2003 le partecipazioni e gli impieghi del risparmio si sono suddivisi nel seguente modo:

Capitale sottoscritto (euro)	
Ctm Altromercato	103,290
Cresud	15,000
Banca popolare etica	12,032
mag_4	542
Coop. Nibai	516
Coop. CAES	516
CGM finance	516
Coop Enghera	155
Chico Mendes	624,703





Risparmio depositato (euro)	
Chico Mendes	348,887
CTM Altromercato	720,030
mag_4	22,998
Coop. Nibai	22,488
Coop. Enghera	9,229
Cresud	40,583
CGM Finance	990,000

## 2. Finanza solidale attraverso le organizzazioni specializzate in microfinanza

### Certificati di deposito in pegno: ETIMOS/Banca Etica

*Le garanzie come strumento di finanza solidale:*

Le garanzie sono una forma di copertura del rischio di credito, cioè un modo per compensare l'eventuale perdita dovuta al mancato rimborso di un prestito (insolvenza o default).

Nel caso di prestiti erogati nei Paesi in via di sviluppo, l'incertezza delle variabili macroeconomiche, l'instabilità politica e la criticità delle condizioni ambientali giustificano la volontà, da parte dell'intermediario finanziario, di cercare un sistema di copertura indipendente, ricorrendo, ad esempio, a fondi di garanzia internazionali<sup>19</sup> o a fidejussioni da parte di terzi. Le garanzie collaterali, in questo specifico contesto, possono essere intese come uno strumento per ampliare l'accesso al credito, come gemellaggio di solidarietà.

A partire dalla fine di ottobre 2002, i certificati di deposito emessi da Banca Etica nell'ambito della cooperazione allo sviluppo possono essere vincolati in pegno per i prestiti erogati da Etimos: il risparmiatore può scegliere di "adottare" un determinato progetto ed impegnarsi a subentrare nel pagamento, nel caso in cui eventi straordinari (una catastrofe naturale o un collasso economico come quello dell'Argentina) impediscano al beneficiario di onorare il proprio debito. In caso di mancata restituzione del denaro, cioè, il consorzio Etimos ha il diritto di riscuotere le somme costituite in pegno, accreditandole a proprio favore.

La sottoscrizione di certificati di deposito vincolati a favore di un'organizzazione finanziata da Etimos è una forma di risparmio solidale che comporta un atto di fiducia nel consorzio e nei suoi partner dei Paesi del Sud del mondo, una **condivisione di responsabilità** ed un'opportunità di coinvolgimento ad alto contenuto sociale ed innovativo, che va ben al di là dello strumento della donazione.

Lo nascita di questo progetto ha risposto a due diverse esigenze: la volontà strategica da parte di Etimos di estendere l'accesso al credito a soggetti privi di garanzie patrimoniali e la richiesta crescente da parte dei clienti di Banca Etica di un'intervento attivo nel settore della cooperazione internazionale.

<sup>19</sup> Per un approfondimento su questo tema, si veda "Rural credit guarantee funds: best practices, international experiences and the case of the nena region", Laura Viganò, Giuffrè 2002.

Nel 2003 sono stati raccolti tramite Banca popolare Etica 470.000 euro sotto forma di certificati di deposito in garanzia per il Sud del mondo.

### Obbligazioni emesse da CreSud

L'obbligazione è un prestito di medio-lungo periodo che un investitore concede ad un impresa, remunerato con tassi di interesse prestabiliti.

La terza emissione obbligazionaria di CredSud ha un ammontare totale di 800.000 euro e scadenza 31/12/2007. Si tratta di titoli al portatore, non convertibili<sup>20</sup>, di importo minimo auspicabile pari a 5.000 euro, remunerati con un tasso d'interesse di 2,75%.

Sottoscrivere le obbligazioni di CreSud è un modo per contribuire allo sviluppo della microfinanza, un'opportunità d'investimento etico, per contribuire all'autosviluppo dei Paesi del Sud del mondo.

### 3. Finanza solidale in Europa

Shared Interest è una società cooperativa del Regno Unito (Newcastle upon Tyne) che raccoglie risparmio fra i propri soci ed offre credito agevolato alle organizzazioni attive nel commercio equo.

Tramite il sistema "Clearing House" o cassa di compensazione, Shared Interest finanzia gli importatori e rende possibile il pagamento anticipato ai produttori del Sud del mondo:

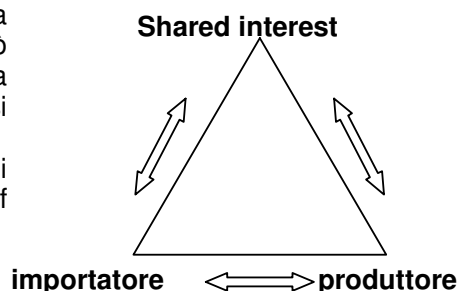
17. quando un acquirente inoltra un ordine al produttore, Shared Interest anticipa il 50% del valore della merce, addebitando la somma sul conto dell'acquirente (credito "pre-spedizione")

18. all'avvenuta consegna, Shared Interest salda il rimanente importo al produttore

19. in seguito all'arrivo della merce, l'acquirente dispone di un periodo di credito (detto di "post-spedizione"), affinché possa vendere i prodotti, prima di dover pagare il debito (la somma ricevuta, più gli interessi)

Shared Interest offre anche credito ai produttori, anticipando fino all'80% del valore totale dell'ordine: se l'acquirente versa il 50% della somma tramite Shared Interest, il produttore può accedere ad un ulteriore credito pari al 30%. La somma prestata viene trattenuta con gli interessi sul saldo della merce.

Il sistema Clearing House è accessibile a tutti i membri di IFAT (International Federation of Alternative Trade)



Il prefinanziamento ai produttori può essere considerato un prodotto finanziario di grande impatto sociale, una forma di microcredito intesa come "finanza per gli esclusi". Le organizzazioni di microfinanza presenti nel Paese dei produttori potrebbero rafforzare le relazioni Nord-Sud, intervenendo come partner degli importatori. Potrebbero cioè anticipare il denaro a contadini e artigiani per conto degli

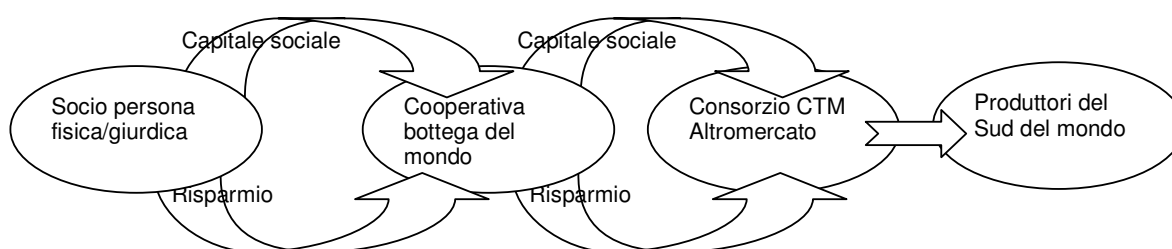
<sup>20</sup> Le obbligazioni convertibili sono titoli che conferiscono al proprietario la facoltà di scegliere, prima della sua scadenza, se continuare a essere creditore della società o diventarne azionista. In quest'ultimo caso il prestito viene convertito in un numero predeterminato di azioni.

acquirenti e, grazie alla conoscenza dei bisogni locali, aggiungerebbero valore alla filiera del commercio equo e solidale, aumentandone la sostenibilità.

#### 4. Finanza solidale del Consorzio CTM Altrmercato

CTM Altrmercato è l'unica organizzazione del FAIR TRADE che si finanzia prevalentemente tramite il prestito sociale. A settembre 2004 sono 38 le cooperative socie del Consorzio che contribuiscono alla raccolta di capitale e di risparmio, garantendo le risorse per fare fronte al prefinanziamento dei produttori partner.

Mediante la sottoscrizione di quote di capitale o l'apertura di un libretto di risparmio presso una cooperativa socia di CTM Altrmercato, anche il singolo cittadino può partecipare allo sviluppo dei Paesi del Sud del mondo. Un investimento di fiducia, per assumersi un rischio ad alto impatto sociale.



In totale, i soci di CTM-Altrmercato nel 2003 hanno raccolto risparmio per un importo complessivo pari ad oltre 12 milioni di euro, trasferendo al Consorzio la somma di oltre 6 milioni di euro. In particolare Mandacarù (TN) e Chico Mendes (MI), le cooperative che hanno raggiunto la massima raccolta (4,3 e 2,7 milioni di euro tra capitale e risparmio) risultano essere, tra i soci del Consorzio, anche le più sviluppate in termini economici ed organizzativi.

Sulla base di questi dati, CTM Altrmercato risulta il secondo operatore italiano di finanza etica, dopo Banca popolare Etica (la cui raccolta per il 2003 si aggira a circa 300 milioni di euro compresi i fondi di Etica Sgr).

La remunerazione dei depositi per i soci del Consorzio è calcolata in base al rapporto tra capitale e risparmio, applicando un tasso che varia dal 2,5% al 5,7% (dati aggiornati a settembre 2004). E' prevista inoltre una maggiorazione dello 0,5% per le associazioni e cooperative che rispondono ai seguenti requisiti:

capitale sociale pari ad almeno il 20% del fatturato;

risparmio pari ad almeno il doppio del proprio capitale;

investimento nel Consorzio tramite l'apertura di libretti e la sottoscrizione di quote sociali per almeno il 20% del proprio capitale.

La finanza solidale di CTM Altrmercato si sviluppa in particolare attraverso una relazione di partenariato con i seguenti soggetti:

- **Microcredit Coop** (socia del Consorzio), cooperativa con sede a Brescia, nata per sviluppare servizi finanziari che possano favorire la crescita del commercio equo e solidale, raccoglie capitale di rischio a disposizione del Consorzio per la creazione di fondi di garanzia e l'anticipo dei finanziamenti a favore dei produttori; nelle zone d'Italia ove sono ancora assenti le Botteghe del Mondo, dà la possibilità ai suoi soci di aprire libretti di risparmio;
- **MAG4** (socia del Consorzio), cooperativa finanziaria con sede a Torino, attore protagonista della finanza etica italiana, contribuisce alla finanza solidale del Consorzio

mediante prestiti alle organizzazioni socie e portando la propria specifica esperienza nei corsi di formazione sul microcredito;

- CGM Finance, strumento finanziario di CGM (Consorzio Gino Mattarelli), offre un servizio di gestione della liquidità per CTM Altromercato ed eroga finanziamenti ai suoi soci, in particolare mutui ipotecari per l'acquisto di immobili per lo sviluppo della rete delle Botteghe;
- Cresud, società finanziaria che eroga prestiti in favore delle istituzioni di microfinanza e dei produttori dei Paesi del Sud del mondo ed in particolare alle organizzazioni del commercio equo partner di CTM Altromercato.

Gli impieghi del Consorzio seguono tre indirizzi principali, denominati "Made in Dignity", "Capitali Coraggiosi" e "Banquito", corrispondenti rispettivamente a:

- Made in Dignity: prefinanziamento ai produttori, ovvero l'anticipo dei capitali necessari all'acquisto delle materie prime
- Capitali Coraggiosi: raccolta di capitale e risparmio per il consolidamento patrimoniale e gli investimenti del Consorzio
- Banquito: erogazione prestiti diretti ai produttori

Per informazioni sulla finanza solidale del Consorzio Ctm- Altromercato

[www.altromercato.it](http://www.altromercato.it)  
045-8008081

oppure contatta la Bottega del Mondo più vicina:

COOP. PACHA MAMA RIMINI  
Via Cairoli 81 Rimini Tel. 0541-787925  
Via Covignano 36 Rimini Tel. 0541-782965

COOP. MANDACARU' TRENTO  
Via Oss Mazzurana 35 Trento Tel. 0461-982216

COOP. SOLIDARIETA' BRESCIA  
Via S.Faustino 30/b Brescia Tel. 030-3772355

COOP. CHICO MENDES MILANO  
Via Padova 58 Milano Tel. 02-26112636  
Via Canonica 24 Milano Tel. 02-33605435  
Viale Sabotino 13 Milano Tel. 02-58307473  
V.le Corsica 45 (ang. via Lomellina) Milano Tel.02-70125986  
Via Giambellino 79 Milano Tel. 02-472709  
Via Taormina 40 Milano tel. 02-60830158  
Corso San Gottardo 16 Milano tel 02-83241498  
P.za Lima - stazione MM1 Milano Tel. 02-29527629

COOP. LA BOTTEGA SOLIDALE GENOVA  
Piazza Tommaseo 42r Genova Tel. 010-3629188  
Galleria Acquario Tel. 010-2470852

COOP. PACE E SVILUPPO TREVISO

Via Montello 4 Treviso Tel. 0422-301424

COOP. AMANDLA BERGAMO  
Via Baioni 34 Bergamo Tel. 035-210520  
Via Moroni 41 Bergamo Tel. 035-240535

COOP. LO PAN NER AOSTA  
Corso Lancieri 13/e Aosta Tel. 0165-239291  
Rue de Tillier 28 Aosta

COOP. IL PONTE GIAVENO  
Via Pacchiotti 35 Giaveno TO Tel. 011-9364611

COOP. DELLA RAVA E DELLA FAVA ASTI  
C.so Carducci 66 Asti Tel. 0141-354061

COOP. LA RONDINE VERONA  
Via Pallone 20 Verona Tel. 045-8013504

COOP. MICROCREDITCOOP BRESCIA  
(Non è una BdM, ma raccoglie risparmio che destina principalmente al Consorzio)

COOP. EX AEQUO BOLOGNA  
Via Altabella 2/a Bologna Tel. 051-233588

COOP. MONDO SOLIDALE MARCHE  
Piazza Cavour 14 Ancona Tel. 071-2073769  
Piazza della Vittoria 24 Senigallia - AN  
Corso Cavour 15 Fermo - AP Tel. 0734-229269  
Corso Vittorio Emanuele 155 Civitanova Marche - MC Tel. 0733-261388  
Via P.Matteo Ricci 43 Macerata Tel. 0733-261388  
Via Mazzini 25 Monrovalle - MC Tel. 0733-865023  
Via Ozieri 17 Tolentino - MC  
Corso Matteotti 44 Fano - PS Tel. 0721-863234  
Via Gavardini 4 Pesaro  
Via Manin 5 Porto Recanati MC  
Via Persiani Recanati MC

COOP. 'O PAPPECE NAPOLI  
Vico Monteleone 8/9 Napoli Tel. 081-5521934

COOP. IL VILLAGGIO DEI POPOLI FIRENZE  
Via dei Pilastri 45/R Firenze Tel. 055-2346319

COOP. ENGHERA ACIREALE  
Via Cavour 51 Acireale - CT Tel. 095-608443

COOP. MONDO NUOVO TORINO  
Via San Donato 43 Torino - Tel. 011-484605  
Via Capelli 46/a Torino - Tel. 011-7410701  
Via San Marino 63 Torino - tel. 011-3249540

COOP. EL FONTEGO MESTRE  
Via Ca' Savorgnan 32 Mestre - VE Tel. 041-980476

COOP. NUOVA SOLIDARIETA' CLUSONE

Via De Bernardi 17, Corte Sant'Anna  
Clusone (BG) – Tel. 034-620008

COOP. MAPPAMONDO PARMA

Borgo Tommasini 25a Parma - Tel. 0521-200900

COOP. ACLI S.GAETANO - BANDERA FLORIDA MIRANO

Via Verdi 48/A Mirano – VE – Tel. 041-432452

COOP. EQUAZIONE NOVI LIGURE

Via Paolo da Novi 51 Novi Ligure - AL - Tel. 0143-70111

COOP. MAG 4 PIEMONTE TORINO

(Non è una BdM, ma raccoglie risparmio che destina principalmente a strumenti di finanza etica in Italia)

via Brindisi 15 Torino - Tel 011-5217212

COOP. QUETZAL ALBA

Corso Langhe 17 Alba - CN Tel. 0173-290977

COOP. I.SO.LA. - BDM EQUAMENTE TORINO

Via Vasco 6/b Torino Tel. 011-8179041

COOP. RAGGIO VERDE COSSATO

Via Giuseppe Mazzini, 12 Cossato (BI) – Tel. 015.925584

COOP. OLTREMARE MODENA

Rua Mura 94/c Modena tel. 059-217335

COOP. ACLI ACHILLE GRANDI LAINATE

Via Manzoni 4 Lainate - MI Tel. 02-9374359

COOP. ZUCCHERO AMARO CHIAVARI

Via Entella 59 Chiavari - GE Tel. 0185-322209

COOP. SHONGOTI ERBA

Via Mazzini 57 Erba - CO Tel. 031-641916

COOP. PANGEA ROMA

Via Reno 2/d Roma Tel. 06-8416600

COOP. UNICOMONDO VICENZA

Contrà Pedemuro S.Biagio 42 Vicenza Tel. 0444-545586

COOP. MONIMBO' PERUGIA

Via Bonazzi 41/4 Perugia – Tel. 075-5731719

COOP. IL VILLAGGIO GLOBALE MONZA

Via Zucchi 37 Monza - MI Tel. 039-324060

COOP. MONDOALEGRE GORGONZOLA

(Raccogliono solo Capitale Sociale, non raccolgono risparmio)

Via 4 Novembre 25 Gorgonzola – MI – Tel. 02-95304216

COOP. NAZCA MILANO

(Raccolgono solo Capitale Sociale, non raccolgono risparmio)

Via Breda 54 – Milano – Tel. 02-27000305

COOP. LA PECORA NERA PIACENZA

Via Calzolari 63-65 Piacenza Tel. 0523-322790

COOP. LO STESSO CIELO VARESE

Via S. Imerio 10 – Varese – Tel. 0332-242580

COOP. ABACASHI' NOVARA

Via Sforzesca 22/a Novara Tel. 0321-463955

Via Rosselli Novara Tel. 0321-35233