



CAPITALI CORAGGIOSI:

COMMERCIO EQUO,

FINANZA SOLIDALE

E CORPORATE

GOVERNANCE

AGENDA

- ▶▶ Introduzione al Commercio Equo e Solidale
- ▶▶ Mandacarù, un profilo
- ▶▶ L'organizzazione e la *corporate governance* di Mandacarù
- ▶▶ I fattori chiave del “successo” *dell'organizzazione* Mandacarù
- ▶▶ Approfondimenti: rete del Commercio Equo e Solidale, finanza solidale, attività info-educativa

La rete del Commercio Equo e Solidale (Comes)

Organizzazioni di produttori in America Latina, Asia e Africa



Organizzazioni di Comes (Unione Europea, Stati Uniti, Giappone, Australia) che si occupano di: assistenza produttori, sviluppo prodotti, importazione e rivendita



Botteghe del Comes: negozi “al dettaglio” che vendono i prodotti del Comes e promuovono attività info-educative



Milioni di consumatori che vogliono porre in atto azioni concrete per contribuire a creare un mondo più “sostenibile”



Il perché del COMES

- ▶▶ Il commercio non è né buono né cattivo di per sé, ma il modo in cui avviene oggi rappresenta al tempo stesso motivo di grande preoccupazione ed un'opportunità senza precedenti
- ▶▶ Il commercio può sia contribuire al processo di sviluppo sostenibile che comprometterlo

Il perché del COMES

- ▶▶ La possibilità che il commercio sia vantaggioso per i produttori ed i consumatori dipende interamente dal modo in cui i beni sono prodotti e venduti
- ▶▶ Il commercio equo e solidale è la prova che il commercio può davvero essere fonte di uno sviluppo sostenibile

Per una definizione di COMES

- ▶▶ Il Fair Trade è una partnership economica basata sul dialogo, trasparenza e rispetto che mira ad una maggiore equità nel commercio internazionale
- ▶▶ Il Fair Trade contribuisce ad uno sviluppo sostenibile complessivo attraverso l'offerta di migliori condizioni economiche e assicurando i diritti dei produttori marginalizzati dal mercato e dei lavoratori, specialmente nel Sud del mondo
- ▶▶ Le organizzazioni del Fair Trade (FTOs), supportate dai consumatori, sono coinvolte attivamente nell'assistenza tecnica dei produttori, nell'azione di sensibilizzazione dell'opinione pubblica e delle istituzioni e nello sviluppo di campagne volte al cambiamento delle regole e delle pratiche del commercio internazionale”

dalla definizione di Fair Trade riconosciuta da FINE! (FLO, IFAT, EFTA e NEWS)

Organizzazioni di produttori nel Sud

- ▶▶ “Piccole”/ medie realtà di produttori di artigianato e/o di beni alimentari del Sud del Mondo, organizzate - generalmente ma non sempre - in forma associativa o cooperativa, che commercializzano (anche ma non sempre solamente) nel mercato equo-solidale



Mandacarù – Ctm altromercato: una lavoro in rete per lo sviluppo dell'economia solidale

- ▶▶ **Mandacarù:** Cooperativa con sede a Trento, che gestisce 13 botteghe del commercio equo e solidale in provincia di Trento - Trento, Rovereto, Riva del Garda, Predazzo, Mori, Fiera di Primiero, Mezzolombardo, Cles, Tione, Lavis, Comano Terme, Pergine - contando su 2.098 soci e 420 volontari – che nel 2009 hanno prestato oltre 33.000 ore di volontariato

Mandacarù – Ctm altromercato: una lavoro in rete per lo sviluppo dell'economia solidale

- ▶▶ **Ctm altromercato:** la maggiore organizzazione italiana di commercio equo e solidale, con sede legale a Bolzano e sede operativa a Verona. Conta su 130 organizzazioni socie (che gestiscono circa 350 botteghe) e lavora in relazione dirette con 150 gruppi di produttori in 40 paesi del Sud del mondo (Africa, Asia, America Latina)

L'organizzazione e *la corporate governance* della Cooperativa Sociale Mandacarù Onlus



Assemblea dei Soci

Consiglio di Amministrazione

Presidente

Vice Presidente

Consiglieri (7)

Collegio dei Sindaci

Presidente del Collegio

Sindaci (2)

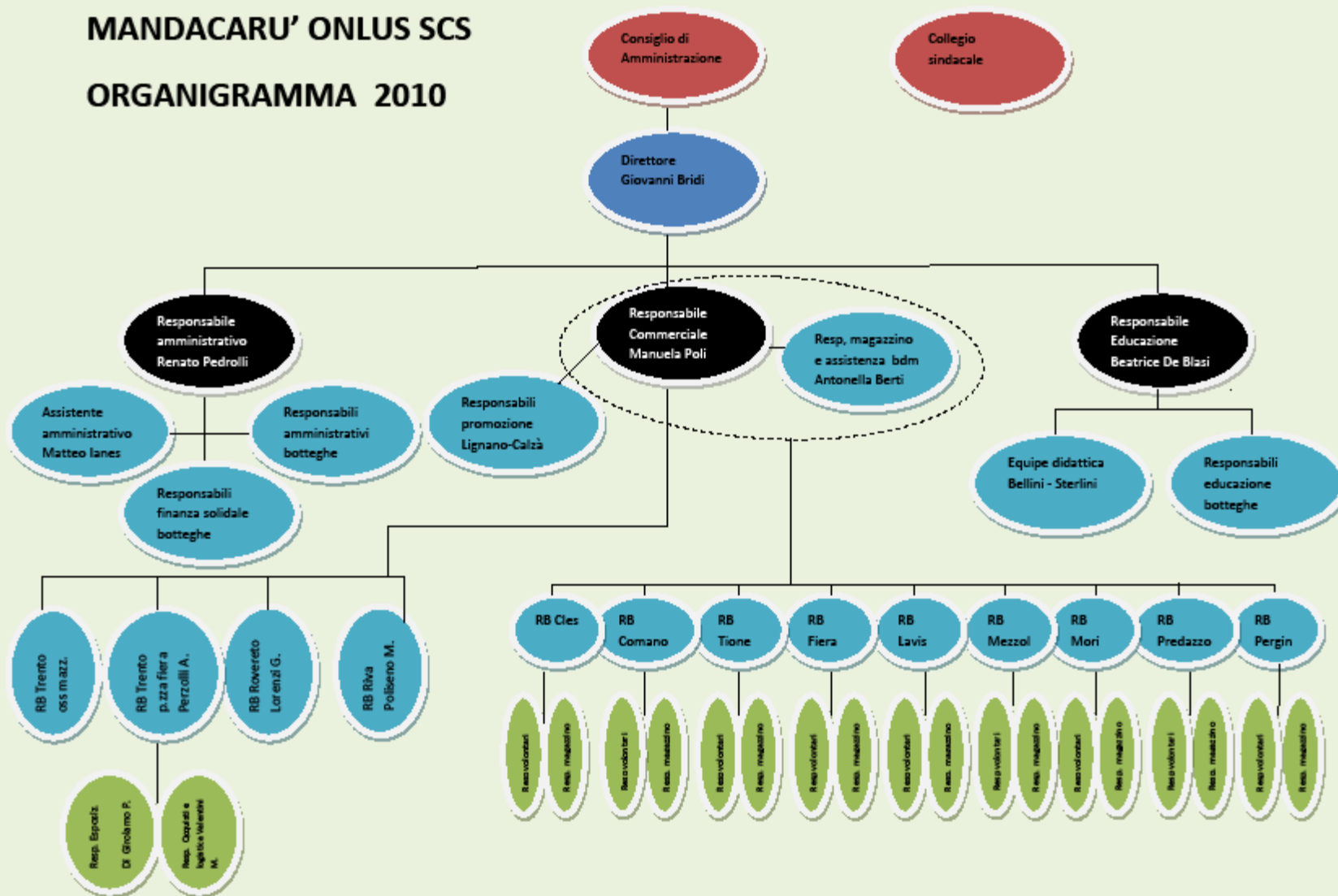
```
graph TD; AS[Assemblea dei Soci] --- CA[Consiglio di Amministrazione]; CA --> D[Direzione]; CA --- CS[Collegio dei Sindaci];
```

Direzione

Direttore

MANDACARU' ONLUS SCS

ORGANIGRAMMA 2010



- ❑ **Coordinamento operativo**
 - Direttore
 - Responsabile Amministrativa
 - Responsabile Educazione
 - Responsabile Commerciale

□ **Coordinamento commerciale**

- Responsabile Commerciale
- Referenti delle Botteghe con personale dipendente

- ❑ **Segreteria di Bottega (gruppo di coordinamento – *composizione ideale*)**
 - Responsabile bottega
 - Responsabile magazzino
 - Responsabile educazione
 - Responsabile amministrazione
 - Responsabile volontari
 - Responsabile finanza solidale

I fattori chiave di “successo” dell’organizzazione Mandacarù

1. Una condizione di *equilibrio dinamico* tra le aspettative dei diversi portatori di interesse

Soci volontari - attualizzazione dello slogan “*potere a chi lavora*”:

- ▶ CdA e sindaci esclusivamente volontari - *più vicina al modello classico del non profit nordamericano rispetto alla cooperazione sociale italiana*
- ▶ governo dell’assemblea dei soci da parte dei soci volontari
- ▶ definizione delle linee strategiche nell’assemblea/nel CdA

I fattori chiave di “successo” dell'organizzazione Mandacarù

1. Una condizione di *equilibrio dinamico* tra le aspettative dei diversi portatori di interesse

Soci lavoratori – *valorizzazione dei principi cooperativi all'interno dell'organizzazione*

- ▶ Partecipazione alla definizione delle linee strategiche nell'assemblea dei soci
- ▶ Periodici incontri di confronto con il CdA sulle modalità con cui le linee strategiche vengono concretizzate
- ▶ Partecipazione alla definizione del piano annuale delle attività, contribuendo a definire nel dettaglio gli obiettivi della propria area di competenza

I fattori chiave di “successo” dell'organizzazione Mandacarù

1. Una condizione di *equilibrio dinamico* tra le aspettative dei diversi portatori di interesse

Soci finanziatori – *valorizzazione dei principi cooperativi all'interno dell'organizzazione*

- ▶ Partecipazione alla definizione delle linee strategiche nell'assemblea dei soci
- ▶ Possibilità di essere parte della rete/progetto finanziato
- ▶ Costante aggiornamento sullo sviluppo delle attività finanziate

I fattori chiave di “successo” dell'organizzazione Mandacarù

2. Superamento della *sindrome dei fondatori* all'interno di un processo costante di rinnovamento dell'organo di governo

- ▶ ... la fase che si presenta quando la missione dell'organizzazione si evolve in maniera diversa da quanto i fondatori originalmente hanno avuto in mente, generando il conflitto fra i nuovi venuti, che desiderano che l'organizzazione colga nuove opportunità, ed i fondatori
- ▶ avvicendamento alla presidenza di Mandacarù di 7 presidenti in 21 anni di attività, nessuno dei fondatori presente nel CdA
- ▶ elezione di un terzo del CdA ogni anno

I fattori chiave di “successo” dell’organizzazione Mandacarù

3. Una forte identità e credibilità come “organizzazione di comes”

- ▶ investendo nello sviluppo del “concetto” di bottega del commercio equo e del “concetto” della “visibilità” della propostacon la conseguente necessaria strutturazione: *campagna 300 milioni per un sogno, da Genova a Rovereto...*
- ▶ valorizzando “la filiera del comes” (produttori comes, importatori comes e botteghe dedicate) come valore fondante del commercio equo e come unica destinazione dei capitali investiti: *reti di organizzazioni (da capitalizzare...) vs prodotti “etici” finanziari*
- ▶ collaborazione con attori dell’economia convenzionale e le istituzioni pubbliche (*di seguito schema delle relazioni*): *per sviluppare la propria attività e ed essere riconosciuti con interlocutori dalla cittadinanza*

I fattori chiave di “successo” dell’organizzazione Mandacarù: schema delle relazioni



I fattori chiave di “successo” dell’organizzazione Mandacarù

4. Una forte conoscenza del marchio “Mandacarù”, *che comprende tutte le attività promosse*

- ▶▶ Mandacarù = organizzazione di commercio equo / di solidarietà globale
 - ▶ prodotti;
 - ▶ educazione allo sviluppo (attività in-formative, cene equosolidali,.....);
 - ▶ finanza solidale;
 - ▶ rete di botteghe del comes.

I fattori chiave di “successo” dell’organizzazione Mandacarù

“Più grande è l’ideale, più ferma deve essere la mano”

Leone Tolstoj

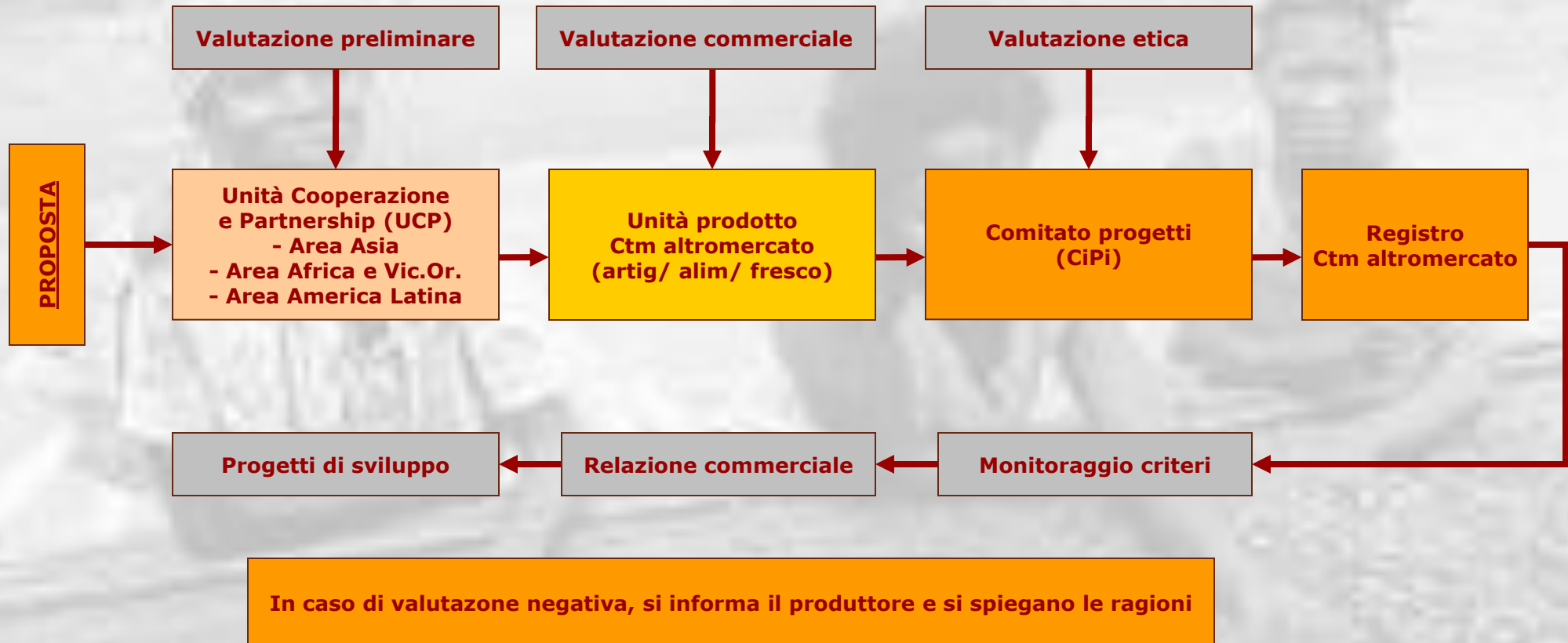
5. Una chiara “strategia d’azione”

- ▶▶ Analisi dei potenziali soci, la fondamentale costruzione dell’archivio dei potenziali soci
- ▶▶ Diversificazione della proposta a seconda dei canali di comunicazione – comunicazioni postali, botteghe, eventi esterni – e del pubblico di riferimento: persone fisiche o organizzazioni - parrocchie, associazioni, comuni
- ▶▶ Un forte coinvolgimento dell’organizzazione interna e della sua capacità di fare rete sul territorio = *i volontari primi promotori*
- ▶▶ Una chiara informazione sull’efficacia dell’iniziativa: *video...*

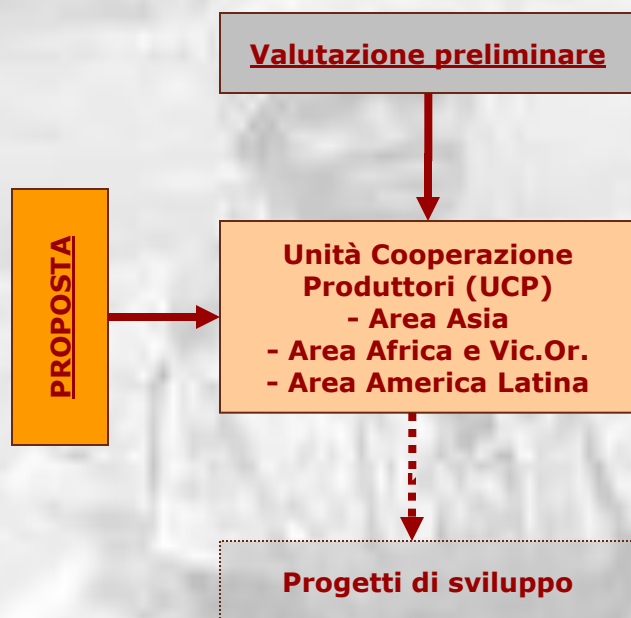
Approfondimenti: rete del Commercio Equo e Solidale, finanza solidale, attività info-educativa



La filiera progettuale del Fair Trade *secondo Ctm altromercato*

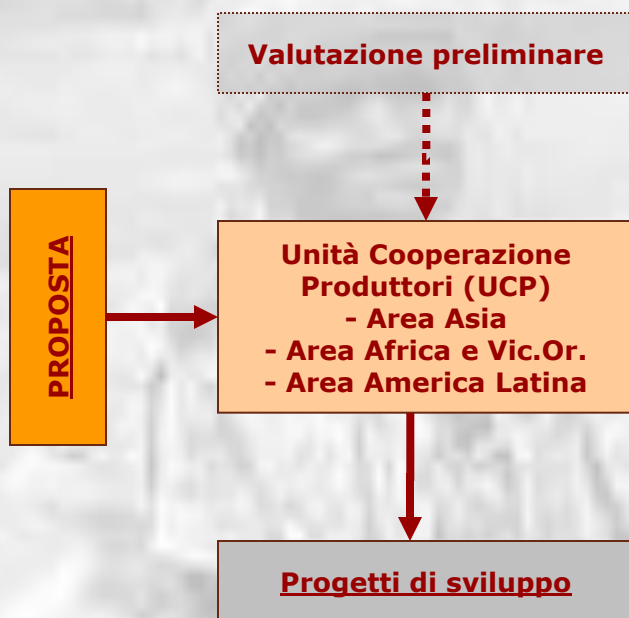


Cooperazione e partnership ricerca e valutazione



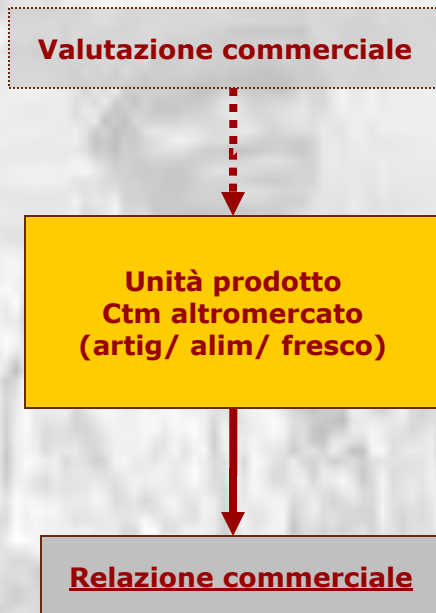
- ▶▶ I contatti vengono da
 - ▶ aree commerciali Ctm
 - ▶ altre organizzazioni di COMES: BdM, FTOs
 - ▶ soggetti terzi: privati, ONG, associazioni
- ▶▶ Si valuta
 - ▶ eticità organizzazione (rispetto criteri COMES)
 - ▶ sostenibilità economica organizzazione (capacità di gestire una relazione commerciale duratura)
 - ▶ prodotti (che la proposta commerciale rispecchi le priorità di marketing del Consorzio)
- ▶▶ Strumenti
 - ▶ scheda sintetica
 - ▶ questionari/ report/ comunicazioni con altre FTOs

Cooperazione e partnership: progetti di sviluppo



- ▶▶ Sviluppo prodotti
 - ▶ interventi puntuali, in una prospettiva di breve/ medio termine, per risolvere problemi concreti di tipo produttivo (ex. qualità) e/o sviluppare nuovi prodotti
- ▶▶ Sviluppo organizzazione
 - ▶ interventi complessi, spesso in partnership con altre agenzie/ ONG, in una prospettiva di medio/ lungo termine, per affrontare problematiche strutturali (comunicazione, formazione, management) connesse all'organizzazione di produttori che ne inficiano la sostenibilità commerciale

Relazione commerciale: criteri di sostenibilità

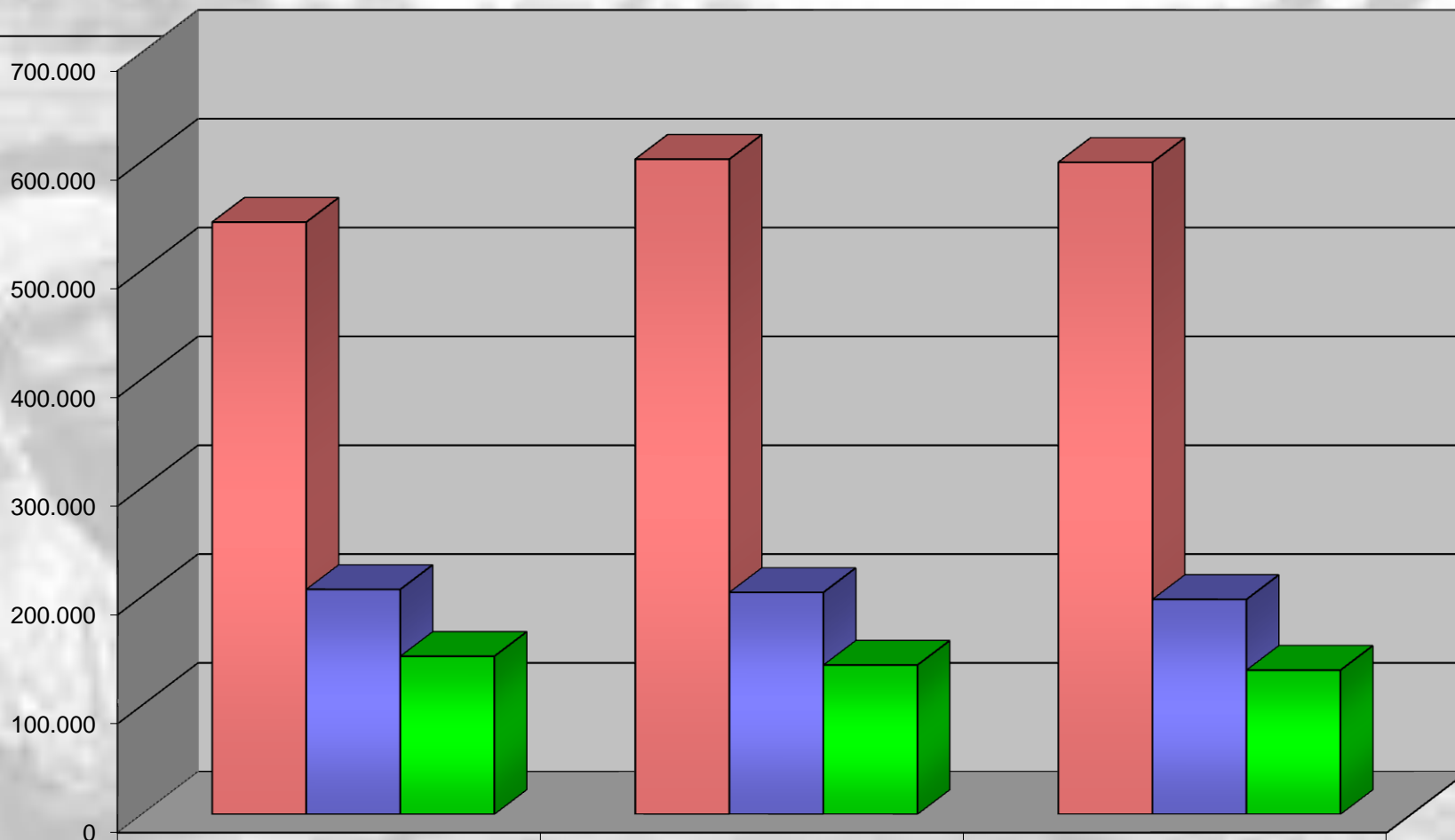


- ▶▶ Prefinanziamento dell'ordine
 - ▶ accesso al credito evitando - laddove potessero disporre di finanziamenti privati - l'indebitamento
- ▶▶ Relazione di lungo termine
 - ▶ continuità della relazione commerciale (due ordini l'anno di artigianato, contratti annuali con quantitativo prestabilito per gli alimentari)
 - ▶ i produttori possono investire a lungo termine
- ▶▶ Prezzo equo
 - ▶ coprire i costi di produzione/ commercializzazione
 - ▶ soddisfare le necessità economiche e sociali (prezzo non inferiore al prezzo minimo legale; paniere di base)
- ▶▶ Supporto tecnico
 - ▶ garantire un prodotto di qualità al consumatore finale
- ▶▶ Tracciabilità
 - ▶ controllo della filiera produttore - consumatore

Valutazione e monitoraggio etico

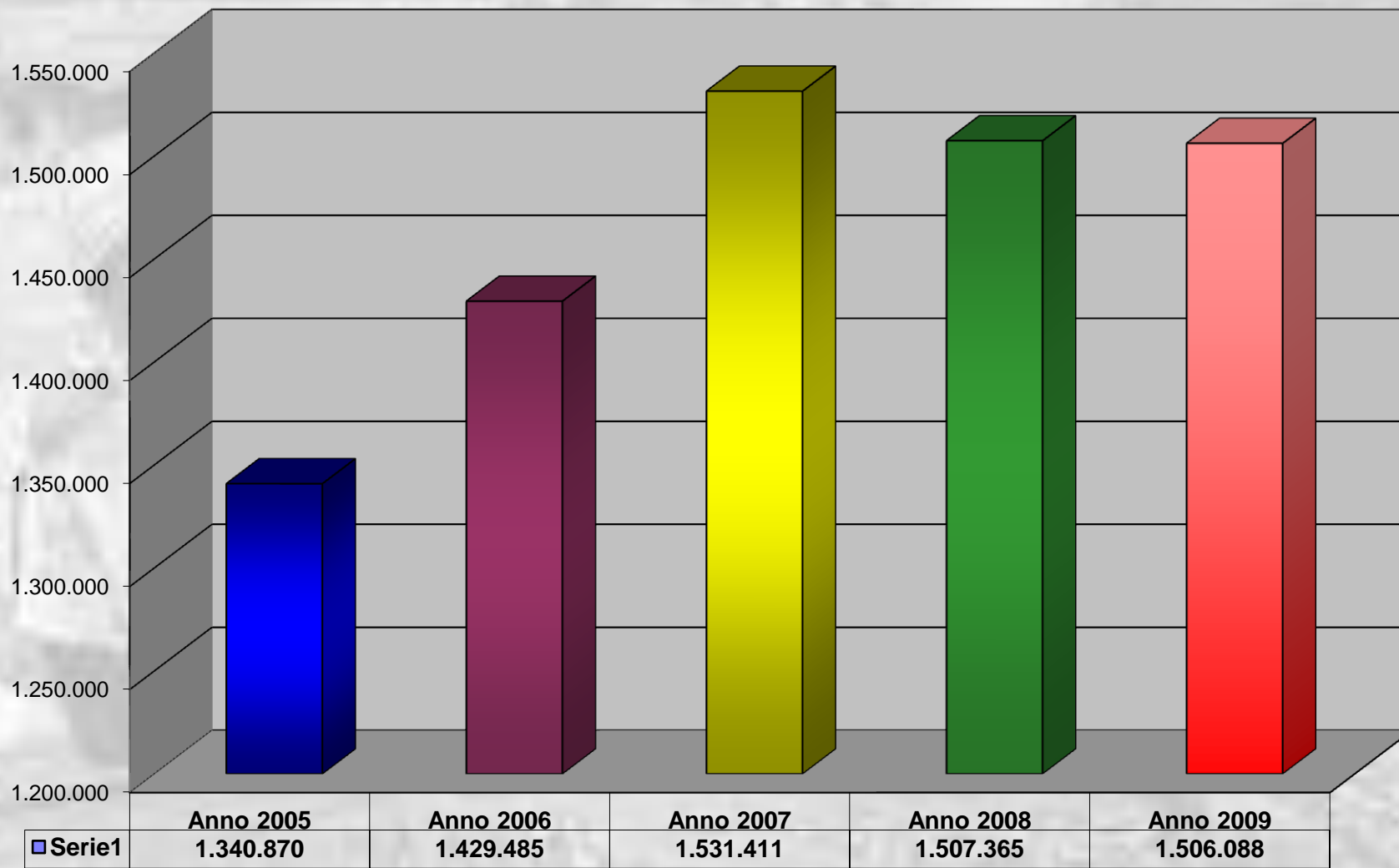


- ▶▶ Garantire il consumatore che il bene commercializzato è stato prodotto secondo gli standard di sostenibilità ed eticità riconosciuti a livello internazionale
 - ▶ Garantire che il prodotto proviene da una realtà organizzata in forma democratica
 - ▶ Garantire che il bene è stato prodotto nel rispetto dei diritti del lavoratori e con un impatto ridotto sull'ambiente naturale
 - ▶ Garantire che al produttore è stato corrisposto un prezzo equo per il lavoro svolto nel rispetto dei livello salariali stabiliti dalla legge (minimo legale, paniere di base)

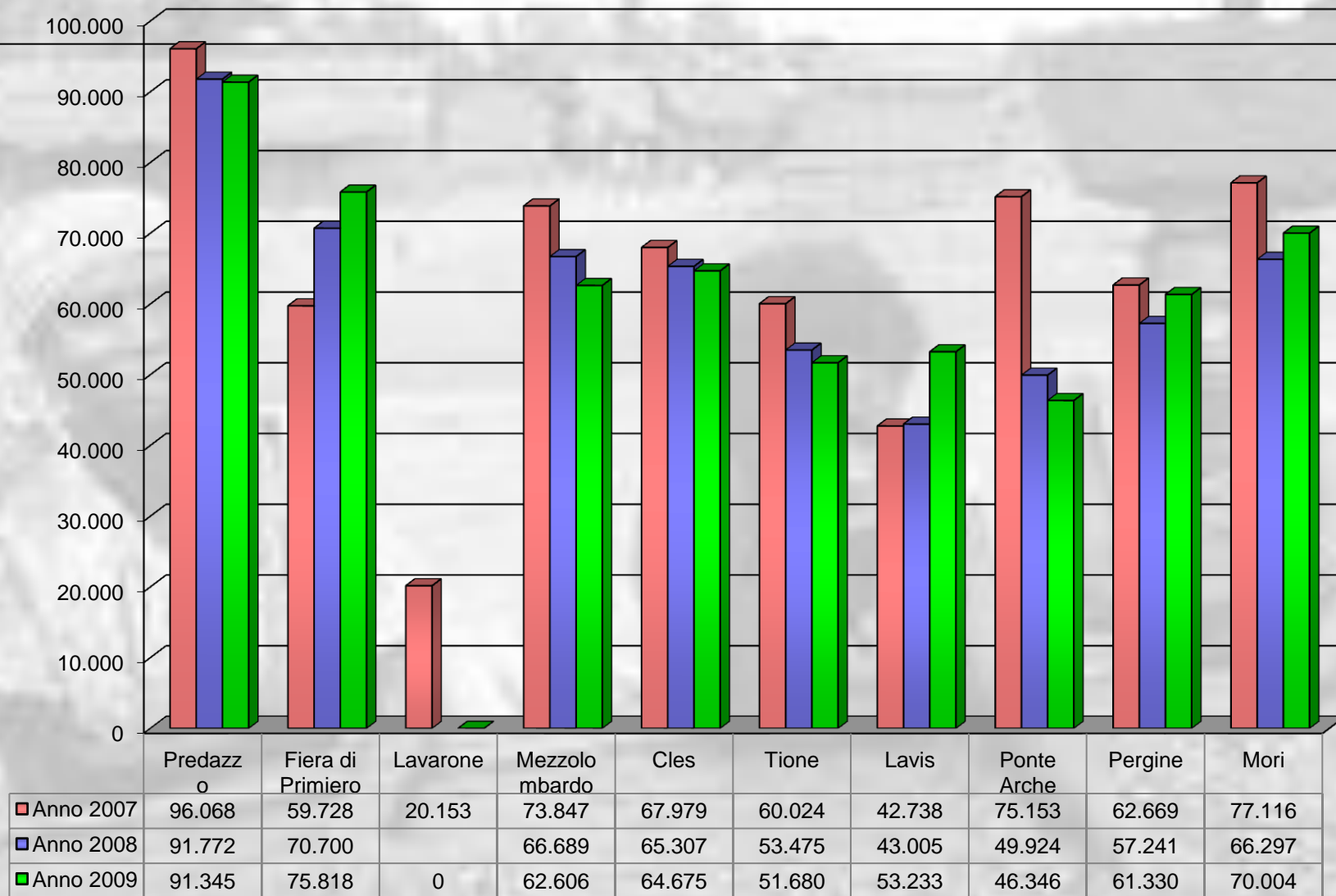


	Anno 2007	Anno 2008	Anno 2009
Trento	544.109	601.952	599.119
Rovereto	206.651	203.892	197.458
Riva del Garda	145.175	137.110	132.474

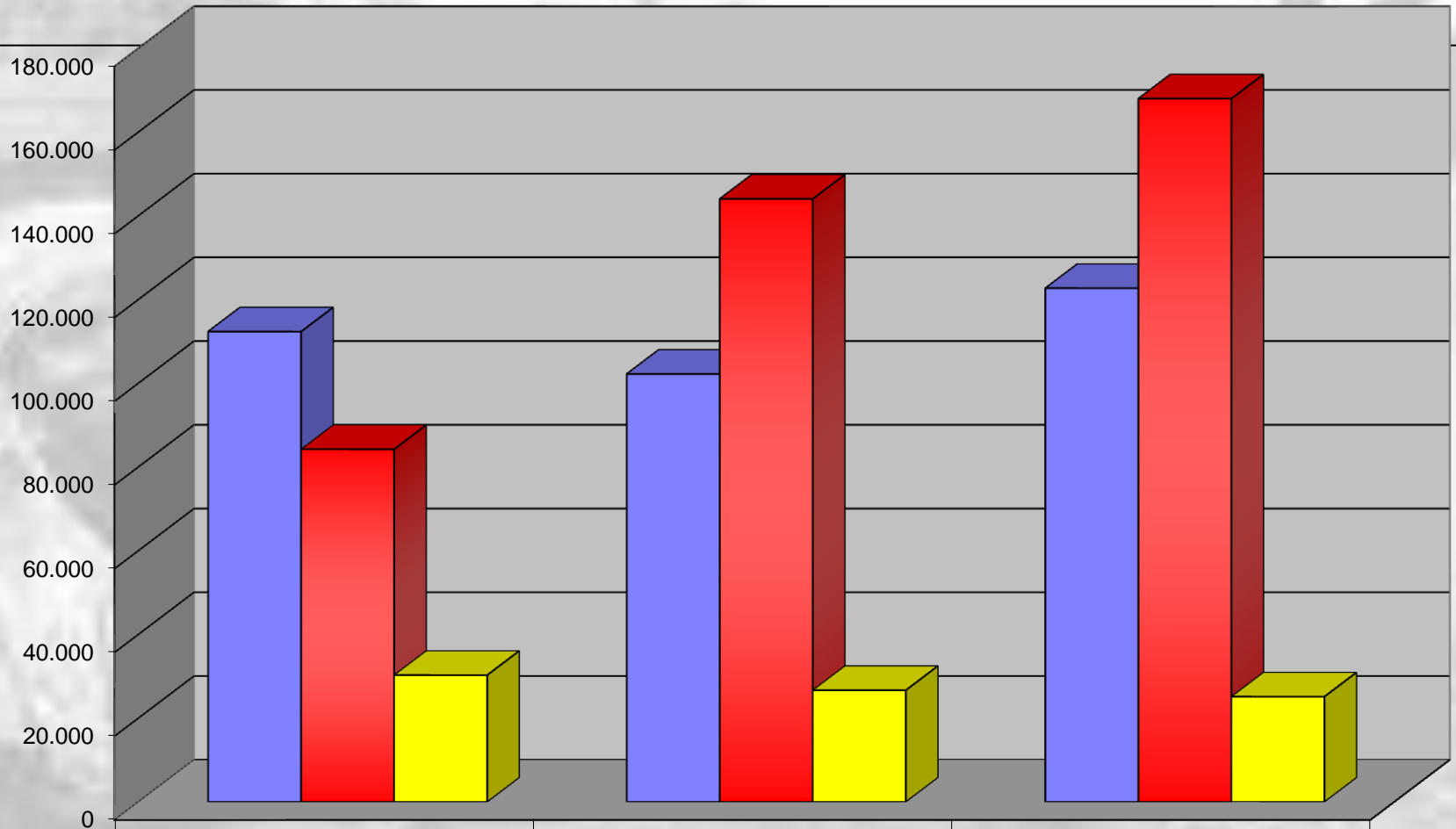
Vendite - Botteghe strutturate



Il commercio equo e solidale - Vendite BdM

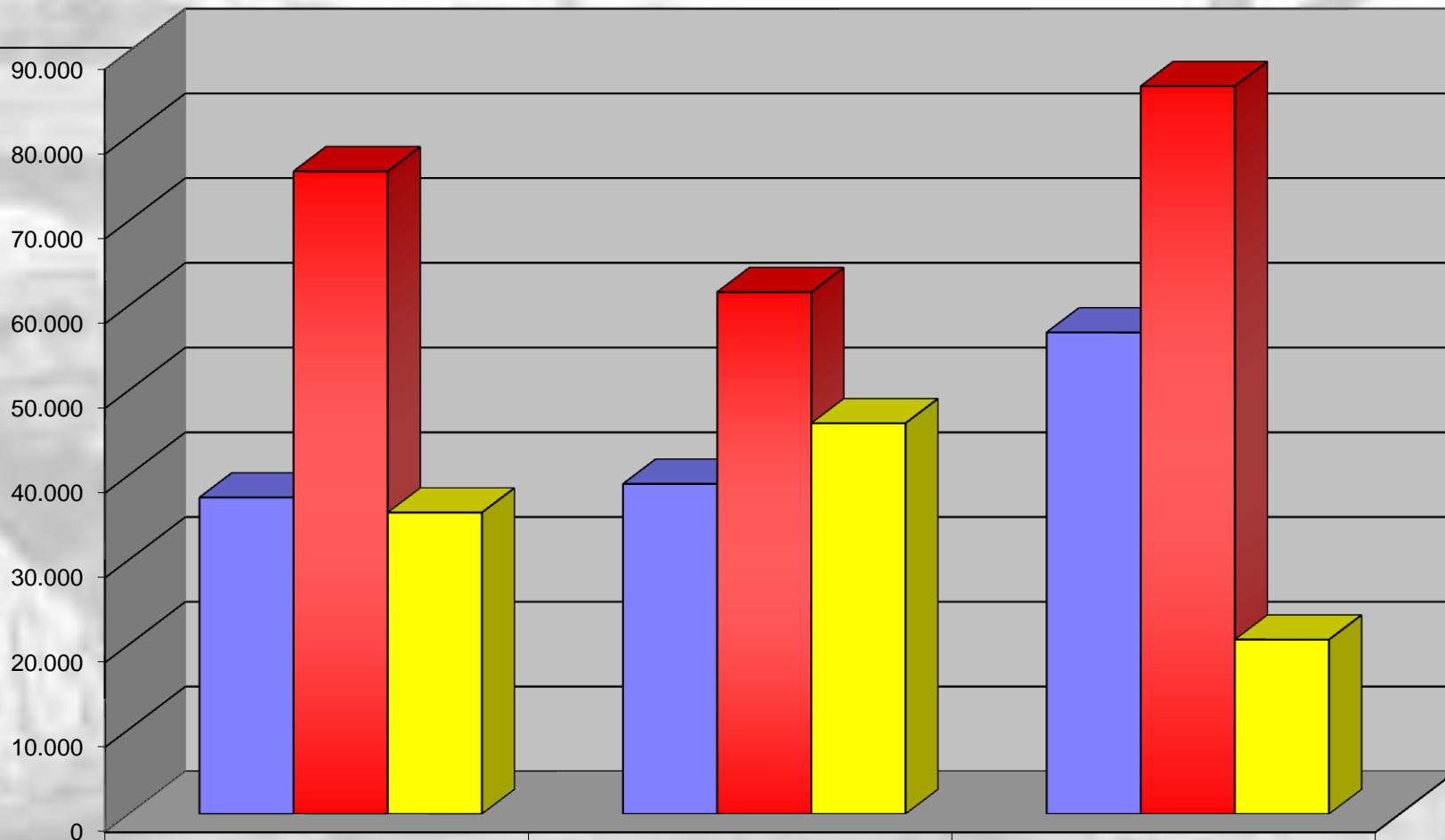


Vendite – Botteghe gestite da volontari



	2007	2008	2009
SAIT - Coop	112.324	102.203	122.700
Seven (Poli)	84.223	144.032	167.975
ORVEA	30.269	26.658	25.126

GDO – Grande Distribuzione Organizzata



■ Negozi bio e alimentari
■ Regalistica/Pacchi dono
■ Mercatini

	2007	2008	2009
	37.340	38.944	56.812
	75.830	61.575	85.878
	35.563	46.103	20.574

L'attività di Finanza Solidale di Mandacarù Onlus



L'attività di Finanza Solidale di Mandacarù Onlus

Credito made in dignity

Per il finanziamento dei piccoli produttori del commercio equo e solidale, ossia per anticipare i capitali necessari all'acquisto delle materie prime utilizzate nella realizzazione dei loro prodotti

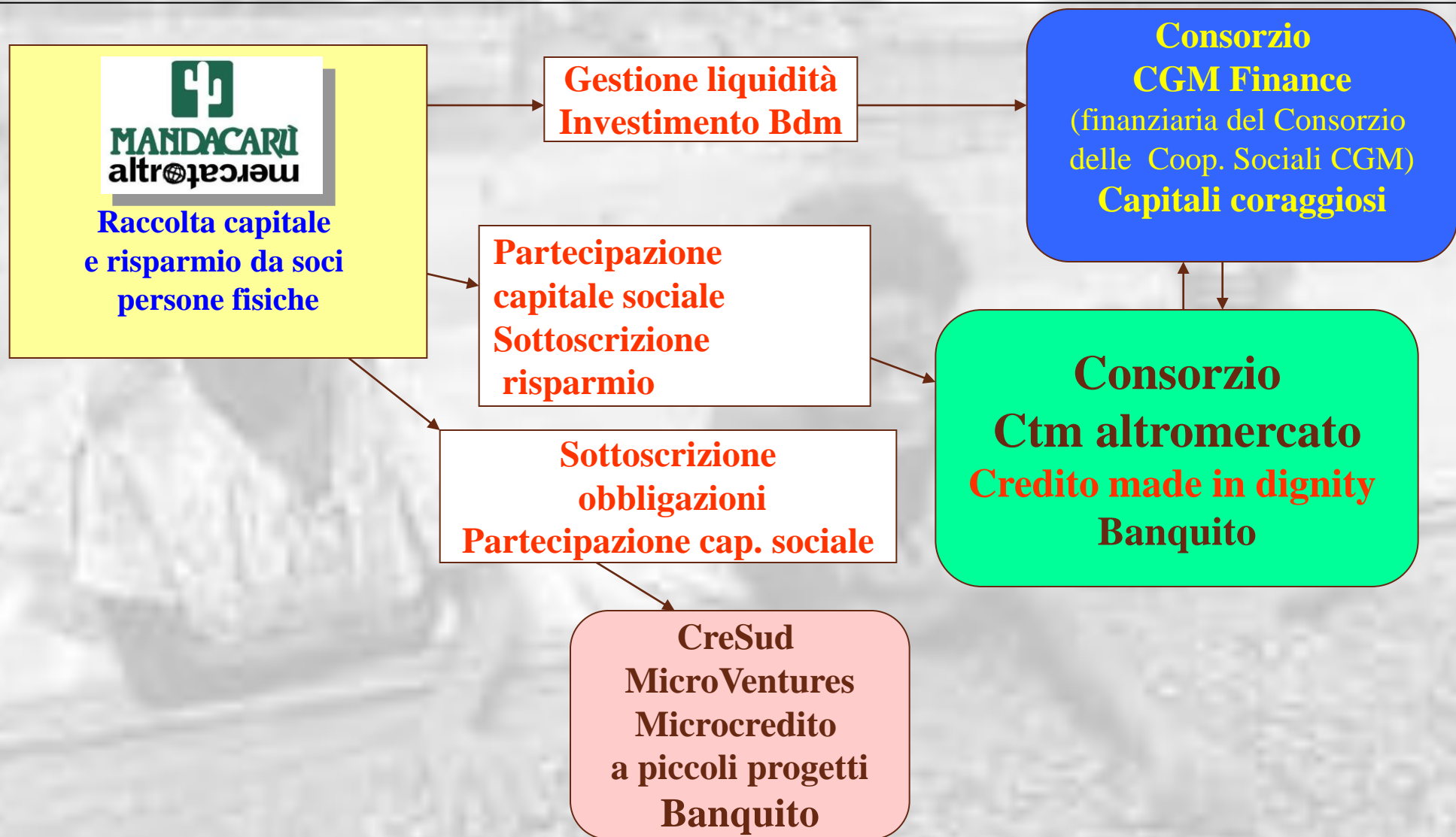
Capitali coraggiosi

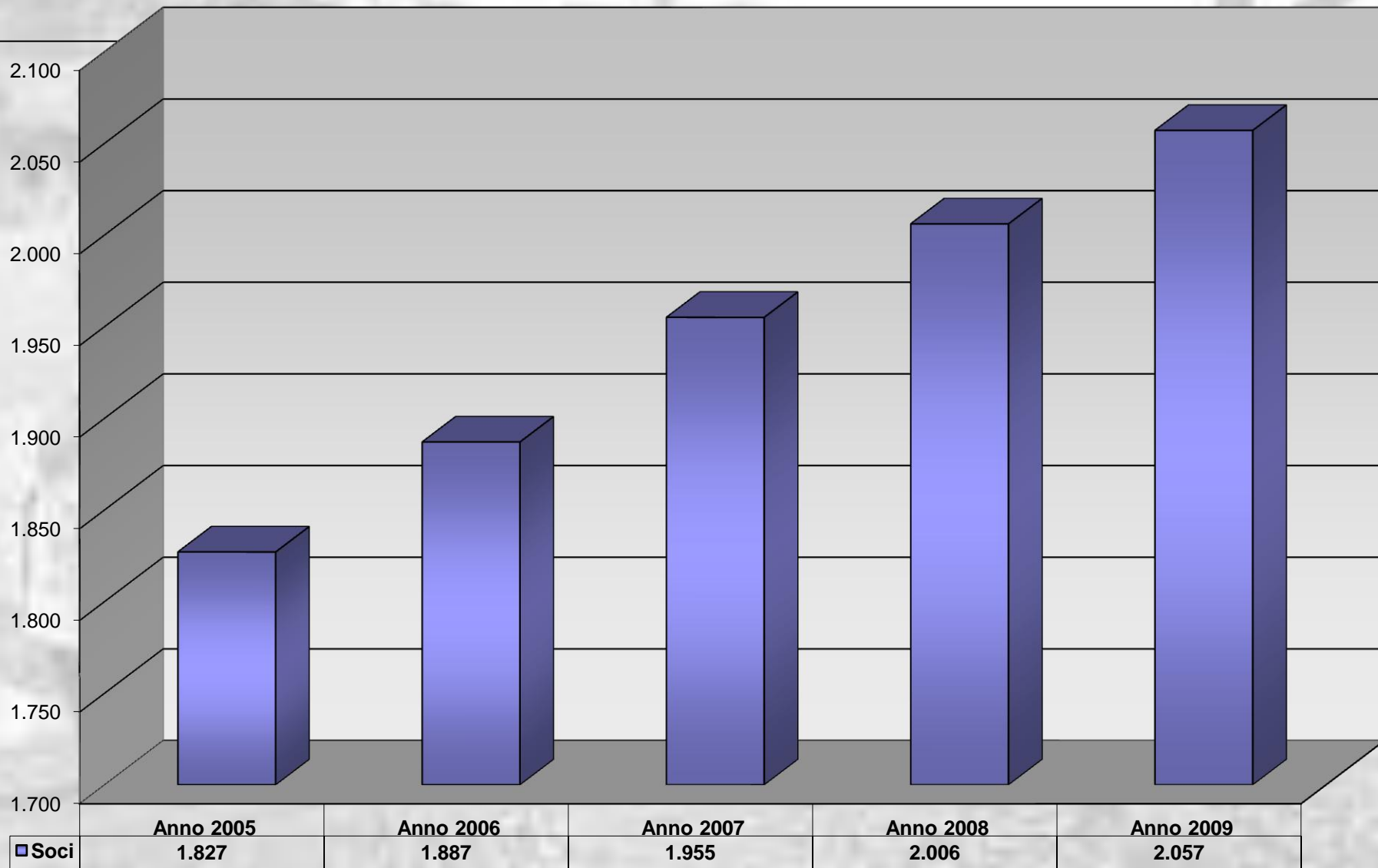
Per il consolidamento patrimoniale e per gli investimenti delle organizzazioni di commercio equo: la rete delle Botteghe del Mondo e delle centrali di importazione del commercio equo e solidale di tutta Europa.

Banquito

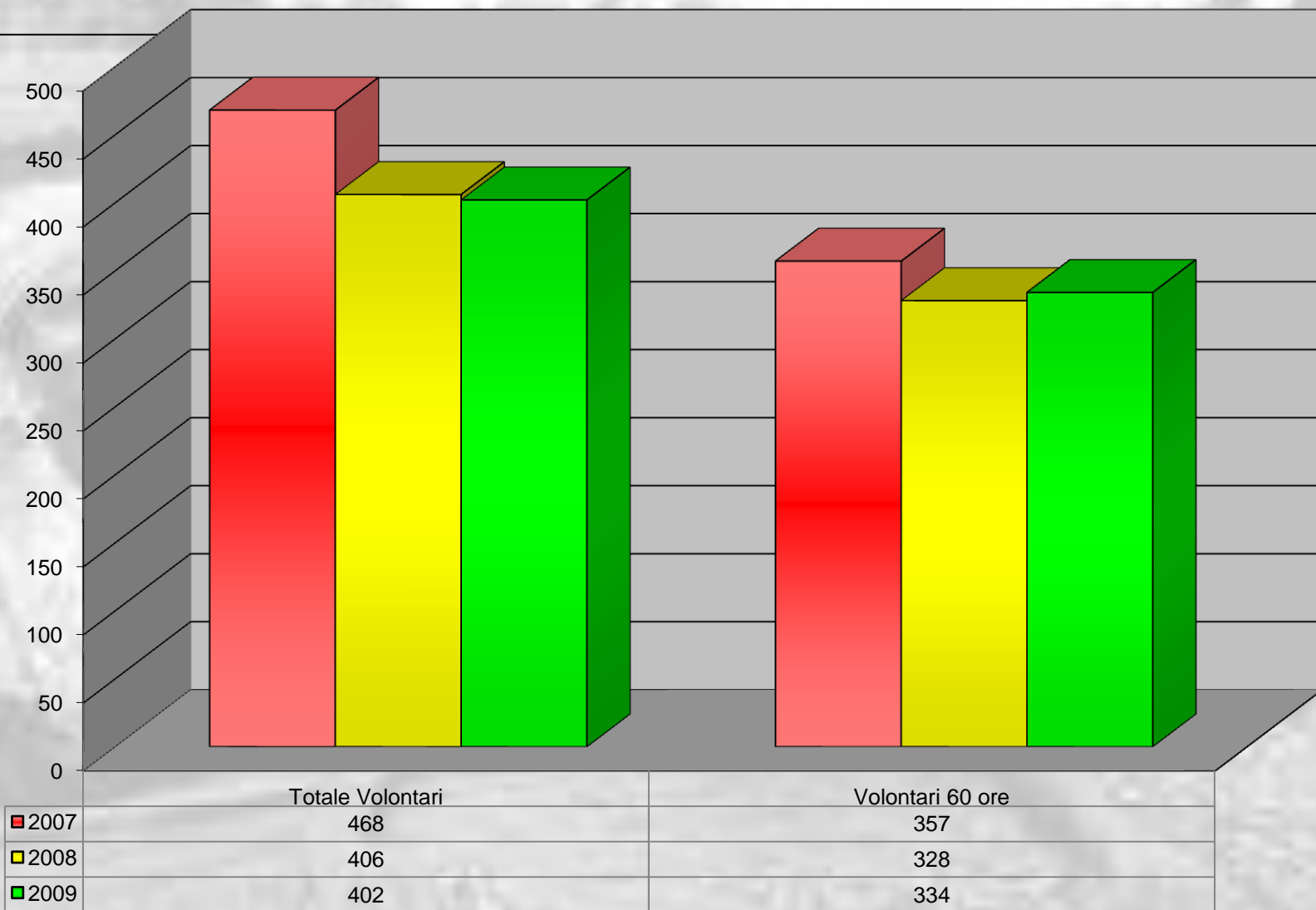
Per sostenere in modo diretto, semplice ed a tassi "equi e solidali" la crescita delle comunità dei produttori: ad esempio l'acquisto di macchinari per le fasi di imballaggio.

Mandacarù Onlus in rete con la finanza solidale

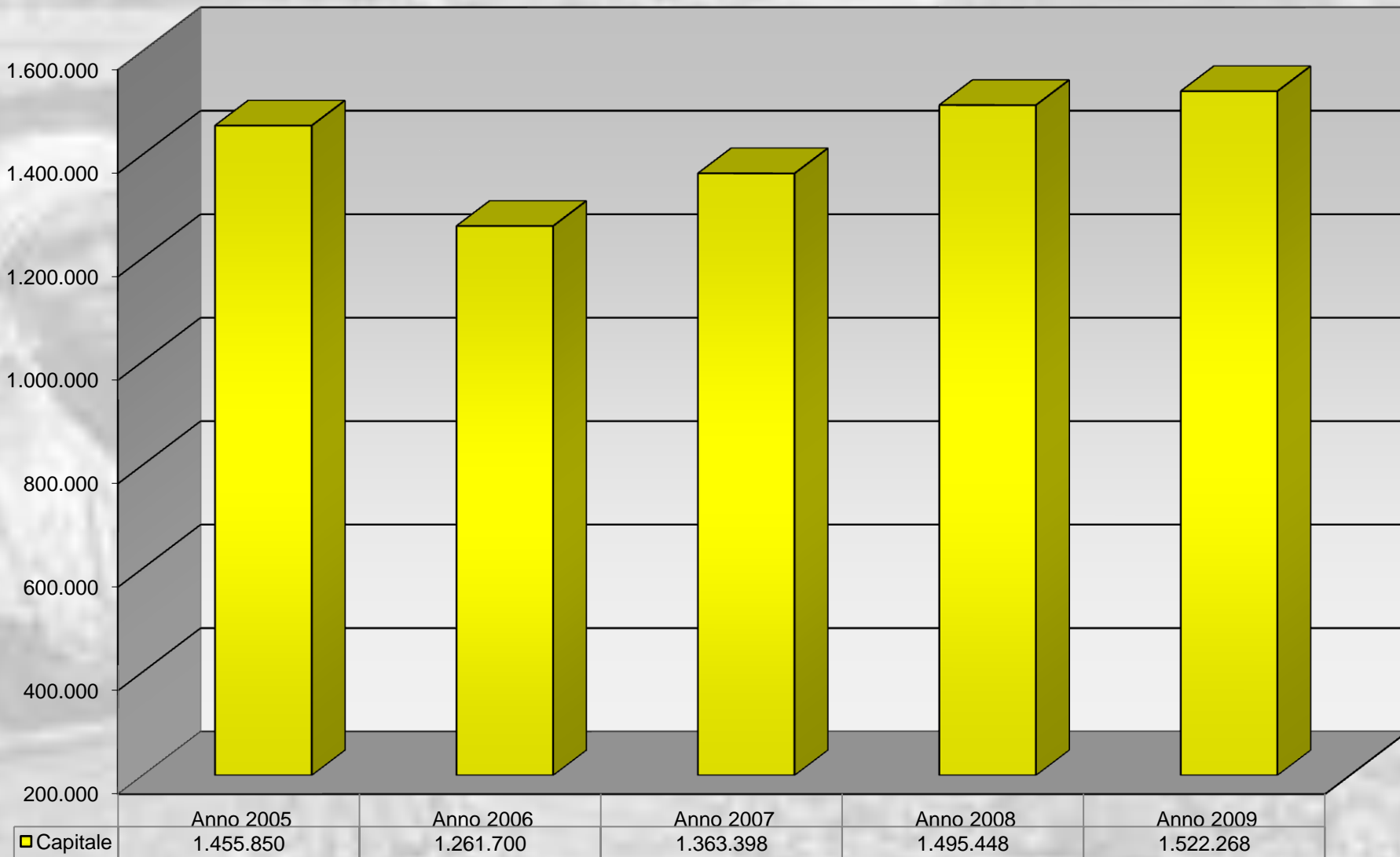




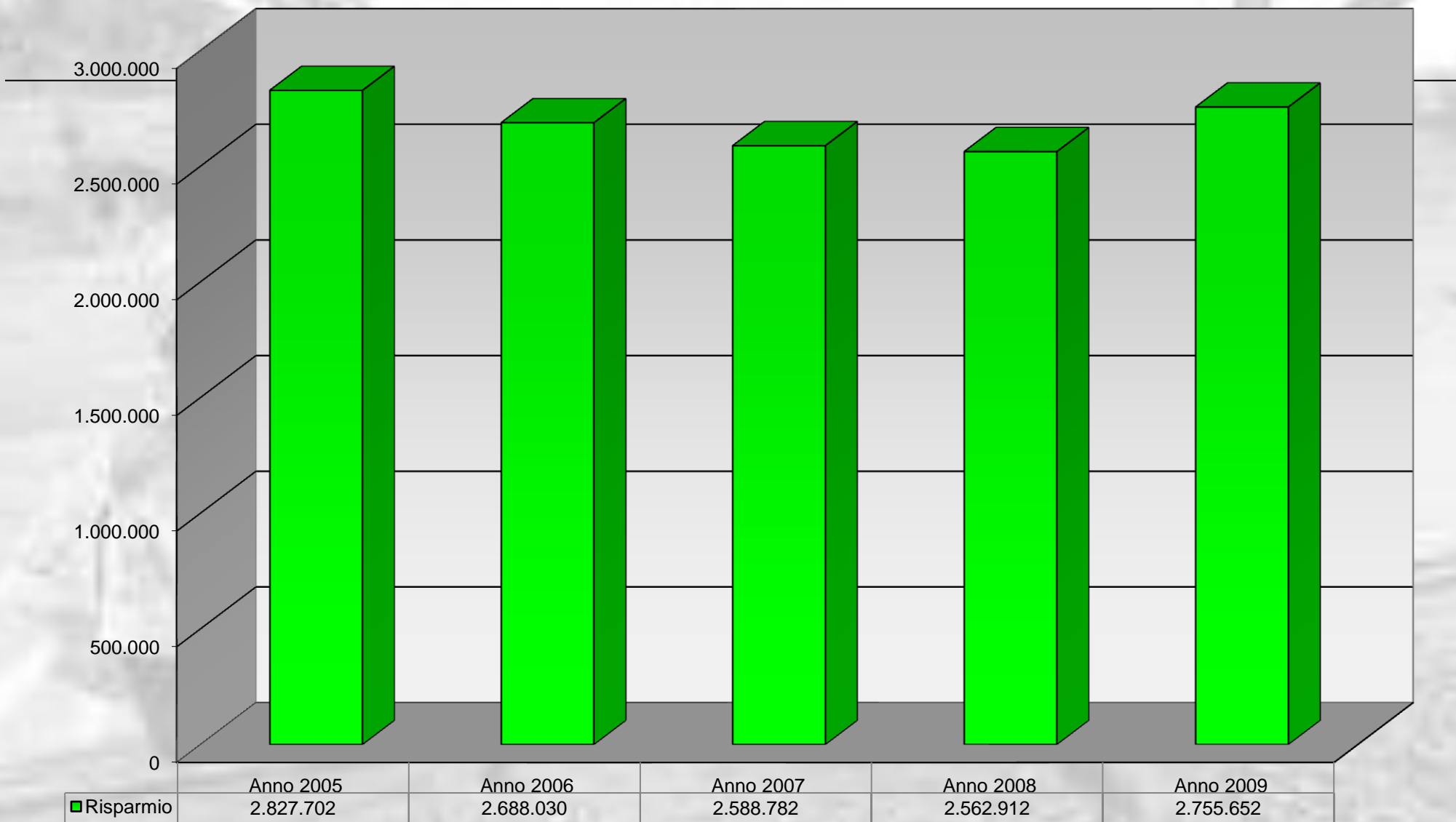
Mandacarù Onlus Scs - 2.057 Soci



Mandacarù Onlus Scs - 402 Volontari - 31.12.2009



Mandacarù Onlus Scs - Capitale sociale di 1.522.268euro



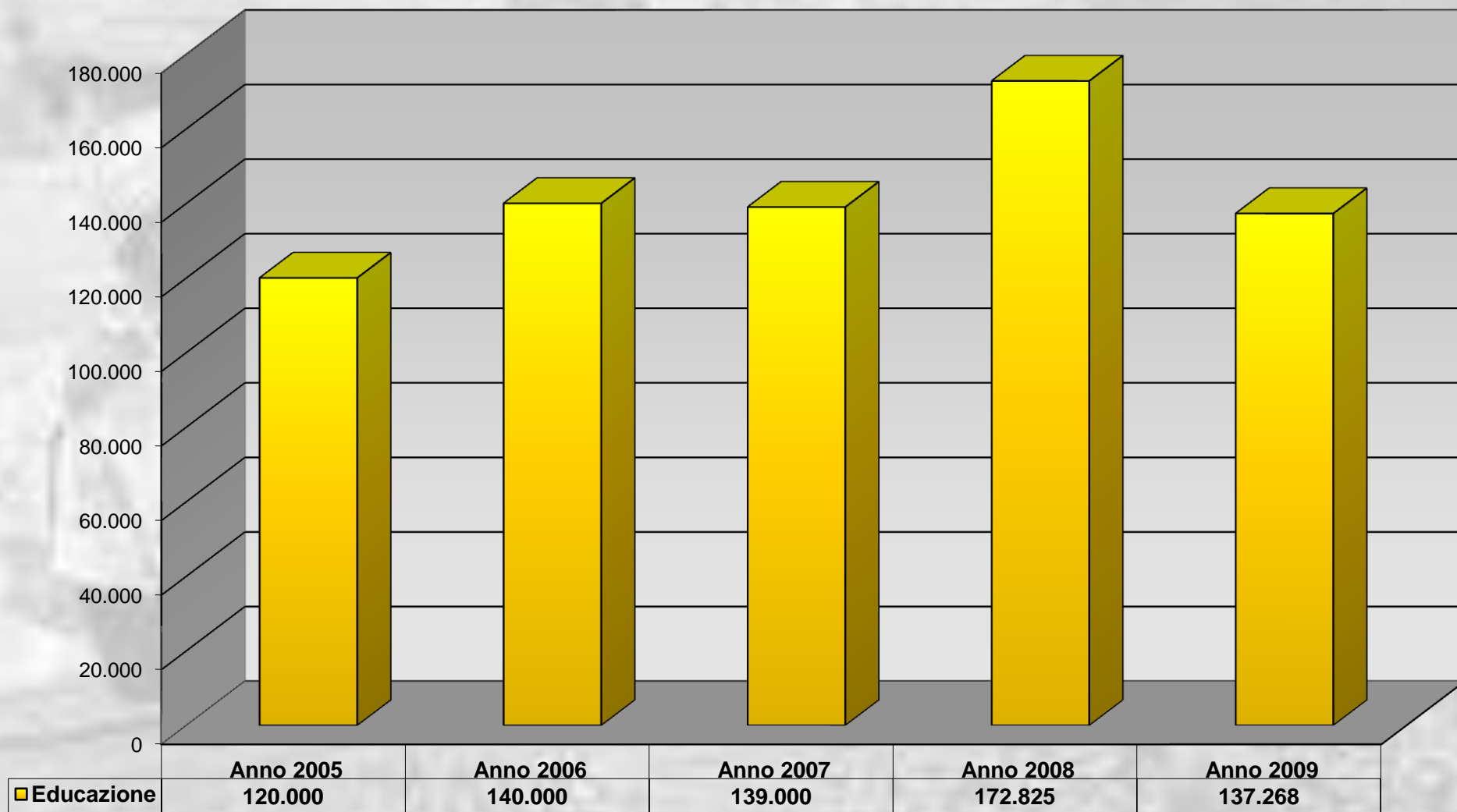
Mandacarù Onlus Scs - Soci risparmiatori 2.755.652 euro

L'attività info-educativa di Mandacarù Onlus



Nel 2009 sono stati investiti 137.268 euro per le seguenti attività formative, informative e culturali

- 1. Interventi ed eventi formativi e consulenziali presso le Scuole**
- 2. Interventi ed eventi in-formativi sul territorio, con percorsi formativi dedicati ai volontari**
- 3. Organizzazione di eventi**
- 4. Organizzazione di mostre ed iniziative per la promozione di forme organizzate di cittadinanza attiva e responsabile**



Educazione: Attività formative, informative e culturali

□ Comunicazione

- Bollettino soci
- Notiziario periodico via email *Mandacarù Informa*
- Sito Internet
- Facebook
- Sito dedicato Festival *Tutti nello stesso piatto*