

**PACHA MAMA**  
PER UN COMMERCIO EQUO E SOLIDALE



altreconomia AGiCE2

29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.

## IDENTITA'.



Per identificare i nostri stakeholders ci siamo focalizzati:

- sulla nostra mission;
- sul modello organizzativo;
- sulla nostra carta dei valori.

Il grafico mette dunque al centro **soci, volontari e lavoratori**, figure e ruoli che spesso si sovrappongono nel contesto lavorativo, soprattutto in Pacha Mama.

A sostegno di tutto i nostri **clienti**: privati e imprese sensibili ai temi di etica e sostenibilità nei consumi, con i quali spesso lo scambio non è solo economico, ma soprattutto di idee e valori.

E l'unione con i nostri **fornitori**, tra i quali cerchiamo di privilegiare le imprese sociali, oltre ai veri e propri protagonisti del commercio equo e solidale, i produttori di solidale italiano e del Sud del Mondo.

29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.



29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.

La cooperativa offre lavoro, in continuità con l'esercizio precedente, ad un totale di 7 persone così inquadrare:

- **7 persone a tempo indeterminato;**  
(due di queste stabilizzate ad inizio anno)

**COSTO TOTALE LAVORO 2015: 90.032€,**  
**RETRIBUZIONI SOCI LAVORATORI: 72.047€**  
(di questi circa il 29% destinato ai dipendenti sociali).

- **37 giorni di maternità** su due dipendenti,
- **112 ore di formazione - 8 giornate di aggiornamento professionale** su 6 persone coinvolte.



29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.



- E' continuata l'attività di **collaborazione con l'Università**, con l'attivazione di progetti di tirocinio sui temi dell'amministrazione d'impresa e del non profit, di cui tra gennaio e marzo 2015.
- Nell'anno scolastico 2015-16 sono stati coinvolti circa 16 ragazzi nelle due botteghe di Rimini. *(ricevimento merce, vetrine e allestimenti, ricerche su progetti)*
- Sempre nel 2015, con ARCI Rimini si è concretizzata la progettualità sul **Servizio Civile Volontario**: 2 giovani stanno passando circa 10 mesi con Pacha Mama!

|                      | 2013    | 2014    | 2015    |
|----------------------|---------|---------|---------|
| Capitale sociale     | 133.000 | 138.000 | 139.000 |
| Soci                 | 489     | 504     | 508     |
| Soci "volontari" (*) | 80      | 78      | 60      |



(\*) facciamo riferimento ai membri dell'Associazione Pacha Mama, che segue gli aspetti assicurativi del volontario, il coordinamento, ed i contenuti più strettamente culturali.

Molti dei sostenitori Pacha Mama hanno aderito formalmente alla vita della cooperativa con **la sottoscrizione del nostro capitale sociale**. Il socio ha diritto ad uno sconto continuativo del 5% sui prodotti del commercio equo e solidale, oltre ad altre promozioni, e viene a conoscere in anteprima **i progetti in corso**, ovvero **le cene con i produttori** del Sud del Mondo in visita a Rimini, etc.

Naturalmente partecipa all'assemblea ed ai momenti "formali" della vita della cooperativa secondo le indicazioni dello statuto.

## ALCUNI DATI ECONOMICI.

|                                       | 2014           | 2015           |
|---------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>        | <b>543.391</b> | <b>572.048</b> |
| - ricavi delle vendite                | 441.817        | 439.425        |
| - rimanenze finali                    | 72.141         | 72.549         |
| - altri ricavi e proventi             | 29.433         | 60.075         |
| <b>COSTI GESTIONE CARATTERISTICA</b>  | <b>533.104</b> | <b>549.832</b> |
| - variazione rimanenze iniziali       | 74.120         | 72.141         |
| - acquisto di beni e servizi          | 317.361        | 330.959        |
| - godimento beni di terzi             | 32.675         | 32.186         |
| - lav dipendente e prestaz autonomo   | 95.024         | 103.881        |
| - spese amministrative, gen, comm     | 13.801         | 10.665         |
| <b>SALDO GESTIONE TIPICA</b>          | <b>10.287</b>  | <b>22.216</b>  |
| <b>+/- SALDO GESTIONE FINANZIARIA</b> | <b>+ 3.530</b> | <b>+ 2.859</b> |
| - ammortamenti                        | 11.107         | 16.721         |
| - oneri diversi e imposte             | 6.308          | 5.179          |
| <b>UTILE</b>                          | <b>(3.598)</b> | <b>3.171</b>   |

29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.

## ALCUNI DATI ECONOMICI.

|                               | 2014           | 2015           |
|-------------------------------|----------------|----------------|
| <b>CAPITALE PERMANENTE</b>    | <b>201.000</b> | <b>208.000</b> |
| - patrimonio                  | 148.000        | 149.000        |
| - TFR                         | 53.000         | 59.000         |
| <b>ATTIVO IMMOBILIZZATO</b>   | <b>152.000</b> | <b>177.000</b> |
| <b>DEBITI A BREVE TERMINE</b> | <b>502.000</b> | <b>481.000</b> |
| <b>ATTIVO A BREVE TERMINE</b> | <b>551.000</b> | <b>507.000</b> |

La cooperativa continua il suo sforzo per la creazione di valore nel lungo periodo. Gli indici indicano sostanziale sostenibilità, seppure nel 2015 hanno pesato l'aumento del costo del lavoro (riduzione delle maternità) e il trend negativo sulla regalistica, componente tra l'altro con margini medi più significativi. L'equilibrio reddituale nel 2015 è favorito dal contributo della Legge regionale per il Commercio Equo finalizzato alla ristrutturazione di Via Cairoli, quest'ultima coerente con una logica di **specializzazione delle 2 botteghe** del centro di Rimini, che favorisce un ampliamento della clientela rispetto a bisogni di acquisto diversi e complementari. Questa strategia prosegue nel 2016 con il progetto **"Bottega narrante"** di Altromercato per migliorare assortimento e presentazione dei prodotti in via IV Novembre. La specializzazione sta favorendo la valorizzazione delle proposte del **fresco** e del **solidale italiano** in Via Cairoli, con la selezione di produzioni di qualità ed attente a sostenibilità e rispetto dei diritti, coerenti con gli interessi del pubblico e la missione della cooperativa.

29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.

| PRINCIPALI CATEGORIE VENDUTE         | MARGINE AL PRODUTTORE |
|--------------------------------------|-----------------------|
| MEDIA MARGINI CAFFÈ                  | 40,92%                |
| MEDIA MARGINI INFUSI E TISANE        | 36,18%                |
| MEDIA MARGINI ZUCCHERO               | 29,50%                |
| MEDIA MARGINI MIELE                  | 28,67%                |
| MEDIA MARGINE CACAO                  | 26,50%                |
| MEDIA MARGINI CERALI                 | 16,00%                |
| MEDIA MARGINI BISCOTTI               | 10,83%                |
| MEDIA MARGINI CREME SPALMABILI DOLCI | 35,00%                |
| MEDIA MARGINI CIOCCOLATO E BARRETTE  | 20,00%                |
| MEDIA MARGINI CIOCCOLATINI E PRALINE | 21,00%                |
| MEDIA MARGINI PASTA E SOSTITUTI      | 14,08%                |
| MEDIA MARGINI PREPARATI PER DOLCI    | 8,10%                 |
| MEDIA MARGINI RISO E ALTRI CEREALI   | 32,38%                |
| MEDIA MARGINI SPEZIE                 | 36,42%                |
| MEDIA MARGINI LEGUMI                 | 23,53%                |
| MEDIA MARGINI FRUTTA                 | 28,45%                |
| MEDIA MARGINI PRODOTTI DA RICORRENZE | 25,13%                |
| MEDIA MARGINI INTEGRATORI            | 10,39%                |

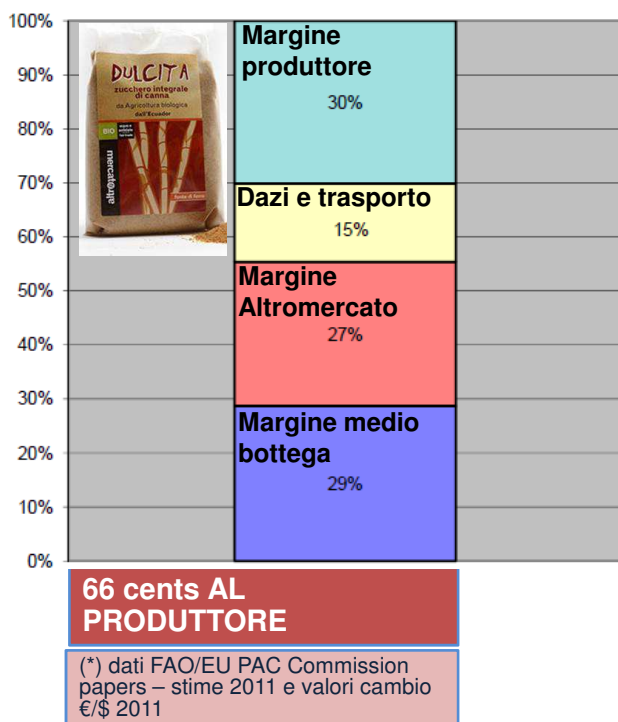
## IL COMMERCIO EQUO IN SINTESI.

- Un prezzo equo e stabile al produttore.
- Relazioni di lungo periodo.
- Prefinanziamento a tasso zero.
- Progetti di crescita sociale.
- Redistribuzione della ricchezza nel mondo.

*Il margine al produttore è l'elemento chiave. E' molto o poco? Come va letto e confrontato rispetto alla categoria dei prodotti tradizionali «not fair»? Il confronto va fatto su due piani integrati, quello economico dei margini al produttore e quello sociale*

# IL VALORE SOCIALE. MARGINE EQUO

## DULCITA. PREZZO TRASPARENTE

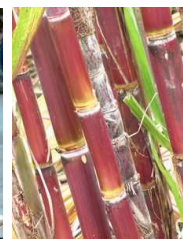


Rispondiamo a queste domande con un esempio, considerando un prodotto simbolo come lo **zucchero**.

A lato il prezzo trasparente per uno degli zuccheri del commercio equo, «**Dulcita**», **proveniente dall'Ecuador**, che puoi comprare in bottega a 2,45 € iva inclusa. Al netto di questa, viene riconosciuto al produttore un margine significativo pari al 30%, con un meccanismo premiante che valorizza **sostenibilità ambientale** e **progetti sociali** sul territorio (premium price).

Nel caso dell'Ecuador e per questa tipologia di zucchero e lavorazione, possiamo stimare il margine al produttore di questo specifico acquisto pari al **doppio** di quello medio del Paese (\*).

Il mercato è caratterizzato da una forte concentrazione negli acquisti e da una forte **finanziarizzazione** (futures...) e politiche esterne all'economia reale del settore (cambio, speculazione di borsa, politiche energetiche, spinte alla produzione intensiva anche non alimentare – bioetanolo).



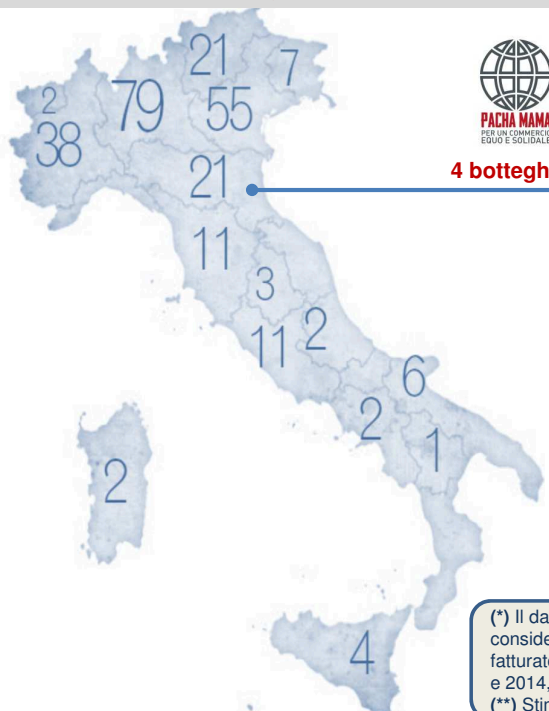
Dulcita – Ecuador. Produttori: MCCH e COPRORAP.

Coprорap (Cooperativa de producción de Panela “El Paraíso”) è una cooperativa che nasce nel villaggio di Pacto, nella zona montagnosa delle Ande, in un contesto di marginalità, per difficoltà di accesso, l'assenza di politiche locali di sviluppo. Raccoglie circa 28 soci e le loro famiglie, quasi 700 persone. Le famiglie di contadini soci vivono distribuiti in una decina di **comunità rurali** (barrios) coltivano estensioni tra i 4 e i 6 ettari, la raccolta avviene dieci mesi l'anno grazie alle condizioni climatiche favorevoli che permettono alla canna di maturare praticamente tutto l'anno. Tutte le fasi della lavorazione sono gestite a livello familiare in una filiera ecologica al 100%. Il valore aggiunto va tutto a beneficio dei soci e della comunità, che non è più isolata, esposta a rischi di sfruttamento economico e volatilità di condizioni contrattuali e incertezza. La comunità ha potuto così valorizzare il territorio, contenere processi migratori, favorire sistemi produttivi che rispettano l'ambiente e la sicurezza delle persone. Il processo è stato lungo: dagli anni '90 con le prime produzioni, al 2013, con la struttura organizzativa utile a gestire l'esportazione diretta.

29.04.2016

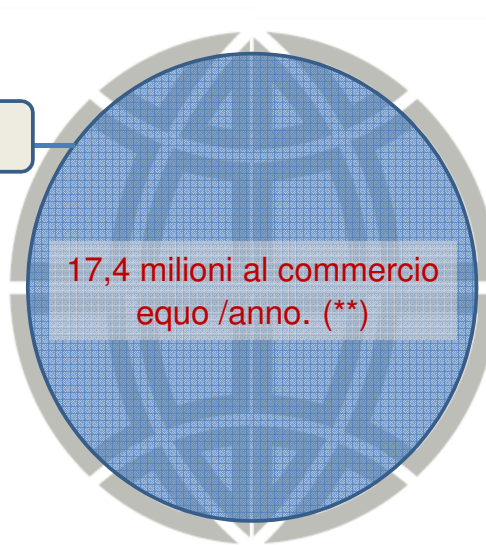
UN ANNO, INSIEME.

2015. 300 Botteghe del Mondo in Italia, GDO e mense.



4 botteghe.

117.330  
euro (\*)



17,4 milioni al commercio  
equo /anno. (\*\*)

(\*) Il dato – cautelativo – per coerenza con la lettura degli esercizi precedenti non considera il magazzino merce ma solo le vendite del periodo. Analisi puntuale su fatturato Pacha Mama (categorie di merce e specifici margini al produttore) su dati 2013 e 2014, proxy sui dati 2015 considerando la stabilità dei margini.

(\*\*) Stima su Bilancio Altromercato in attesa dettagli dal Bilancio Sociale non pubblicato.

29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.

## IL PRESTITO SOCIALE. BUONO DUE VOLTE.

|                                   | 2013             | 2014             | 2015             |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Ammontare prestito</b>         | 366 mila euro    | 365 mila euro    | 359 mila euro    |
| <b>Libretti aperti</b>            | 45               | 48               | 44               |
| <b>Importo medio per libretto</b> | 7.900 euro circa | 7.600 euro circa | 8.150 euro circa |

| Tasso interesse | Natura dell'interesse | Rapporto capitale/risparmio | vincolato |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------|-----------|
| nullo           |                       |                             | No        |
| 1,25%           | denaro                | inferiore a 1/5             | No        |
| 1,75%           | denaro                | inferiore a 1/5             | 1 anno    |
| 2,25%           | buono spesa           | inferiore a 1/5             | 1 anno    |
| 2,50%           | denaro                | maggiore o uguale a 1/5     | No        |
| 3 %             | denaro                | maggiore o uguale a 1/5     | 1 anno    |
| 3,75%           | buono spesa           | maggiore o uguale a 1/5     | 1 anno    |

29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.

## IL PRESTITO SOCIALE. BUONO DUE VOLTE.

| Prefinanziamenti Produttori      | 2009-2010 | 2010-2011  | 2011-2012  | 2012-2013 | 2013-2014 |
|----------------------------------|-----------|------------|------------|-----------|-----------|
| <b>Prefinanziamenti</b>          | 4.987.000 | 7.078.801  | 7.037.454  | 6.173.184 | 5.036.030 |
| <b>Acquisto Produttori Comes</b> | 9.208.748 | 12.913.548 | 12.652.765 | 9.596.301 | 9.501.945 |
| <b>Incidenza su acquisti</b>     | 54%       | 55%        | 56%        | 63%       | 53%       |
| <b>Numero</b>                    | 417       | 486        | 353        | 463       | 361       |



Oltre a consentire ai soci una remunerazione significativa a confronto con il mercato, a sostenere il capitale circolante della cooperativa nei consueti rapporti con i fornitori, la liquidità in eccesso delle 300 botteghe, con il **Prestito Soci CTM Altromercato**, consente di alimentare quel circolo virtuoso che è:

- il prefinanziamento ai produttori e
- il pagamento tempestivo,

alla base del modello economico del commercio equo.

**Nessun interesse viene richiesto al produttore per l'anticipo di risorse economiche.**

29.04.2016

UN ANNO, INSIEME.