

**Ai soci,  
agli amici che ci sostengono,  
a tutti i fruitori dei nostri servizi,  
a tutti i nostri fornitori nel Sud e nel Nord del mondo,  
a coloro che ci conoscono ma non abbastanza  
e, soprattutto, a chi ancora non ci conosce ...**

Questo bilancio di sostenibilità si ricollega alla relazione sociale al bilancio 2003, distribuita lo scorso anno, tentando di instaurare con tutti i portatori di interesse un rapporto duraturo basato su una conoscenza sempre più approfondita dei nostri valori, della nostra attività e dei nostri progetti.

In accordo con quella che riteniamo essere la nostra missione d'impresa, che di seguito vi illustreremo, abbiamo analizzato l'impatto di tutte le nostre attività su i soggetti che vantano nei confronti della Coop. Sociale Raggio Verde interessi che riteniamo legittimi in accordo con i principi dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale. Per fare ciò ci siamo avvalsi sia di indicatori già usati nella relazione precedente sia di tabelle e dati nuovi, tendenti ad approfondire aspetti non ancora analizzati e ad illustrare l'impatto di attività appena nate.

Ci proponiamo, per gli anni futuri, di migliorare questi sistemi di rilevazione utilizzando, dove possibile senza costi eccessivi, indicatori capaci di rappresentare il più oggettivamente e sinteticamente possibile l'evoluzione nel tempo dei nostri risultati sociali d'impresa. Inoltre speriamo di poter attivare un processo di gestione che ci permetta di condividere maggiormente con tutti i portatori di interesse la scelta degli aspetti da monitorare e da comunicare.

Convinti che i bisogni altrui si conoscano a fondo soltanto attraverso un proficuo dialogo, attendiamo le vostre proposte, le vostre critiche o una definizione più aggiornata dei vostri interessi.

## **I soci lavoratori**

### **Il gruppo di lavoro:**

Mora Giuseppe	presidente – socio lavoratore
Panzettini Patrizia	amministratore – socio lavoratore
La Malfa Stefano	amministratore – socio lavoratore
Saccomano Michele	socio lavoratore
Boero Stefano	socio lavoratore

- **La missione condivisa**

A luglio 2004 i soci lavoratori hanno deciso, per la prima volta dalla nascita della Cooperativa, di dedicare due giorni ad un ritiro di auto-formazione in cui, con l'aiuto di un mediatore esterno, fosse possibile ripensare all'organizzazione dell'impresa, ai nostri ruoli e alle nostre motivazioni, dopo una grossa e repentina crescita dei volumi di lavoro avvenuta nel 2003.

Il primo passo è stato quello di indagare quale fosse per ciascun lavoratore, al di là dello statuto, la missione d'impresa interiorizzata.

La lettura dei lavori individuali è stata interessante e al tempo stesso incoraggiante: tutti i soci lavoratori ampliavano, approfondendola, la missione enunciata nello statuto, facendo emergere però degli obiettivi prioritari assolutamente condivisi. Ciò è stato ed è per noi un grande punto di forza perché crediamo che solo un'organizzazione i cui valori sono largamente condivisi all'interno possa trasmetterli a soggetti esterni attraverso il suo operato.

Gli obiettivi generali largamente condivisi si possono così sintetizzare.

- **Diffondere uno stile di vita basato su equità, solidarietà, diversità, sostenibilità**
- **Perseguire queste finalità attraverso un'impresa no-profit, economicamente sana, solidale, sociale, democratica e in generale sostenibile**
- **Sostenere i produttori del sud del mondo tramite il Commercio Equo e Solidale**
- **Promuovere la tutela dell'ambiente attraverso la valorizzazione delle produzioni bio, locali, ecologiche**
- **Essere laboratorio di idee e di nuovi modelli di lavoro**
- **Avere un ruolo politico-educativo sul territorio e anche all'interno del movimento del Commercio Equo e Solidale**

Ripensando a questa missione condivisa e riflettendo su quali ricadute potessero avere sia i nostri fini istituzionali che i comportamenti e gli effetti della nostra attività in generale, abbiamo ritenuto importante, in sede di bilancio sociale, capire e analizzare il più possibile come la nostra impresa sociale si è relazionata con:

- **I produttori del Sud del Mondo**
- **I produttori locali, di materie biologiche e le cooperative sociali in Italia**
- **L'ambiente**
- **I clienti/utenti**
- **I soci lavoratori**
- **I soci sostenitori: i volontari e i soci risparmiatori**
- **La collettività**

- **Sintesi dell'andamento economico – finanziario del 2004**

Per analizzare gli aspetti economico finanziari della nostra cooperativa ci sembra importante cominciare da un'analisi del fatturato, che è cresciuto fino a raggiungere i 933.380 euro con un +33% rispetto all'anno scorso e con una elevata diversificazione delle attività che consentono alla cooperativa di diffondere e sviluppare i valori che vuole perseguire.

Possiamo quindi osservare con la tabella che segue il peso di tutte le singole attività :

Attività	2003	2004	%
Progetto Mozambico	118.852	138.291	16.4
Magazzino solidale	62.560	63.985	2.2
Prodotti in mater bi	10.633	30.813	189.8
Banane/Ananas eque	25.378	30.863	21.6
Bottega Cossato	63.144	72.457	14.7
Bottega Borgomanero	110.471	156.479	41.6
Fiere	-	19.828	-
Distributori Caffè	98.435	112.389	14.1
Catering/Laboratorio	112.165	135.086	20.4
Educazione	1.980	3.098	56.5
Progetto e-cotton	47.403	143.346	202.4

E' interessante analizzare le diverse attività sia per evidenziare le grosse energie anche innovative che muovono la nostra cooperativa ( anche quest'anno abbiamo iniziato **2 nuove attività , il laboratorio di trasformazione di prodotti agricoli e le fiere**) e poi, ragionando da amministratori, perché vogliamo sottolineare ancora una volta l'elevata diversificazione del lavoro, che se da un lato crea non pochi problemi di organizzazione e coordinamento, dall'altro garantisce una certa tranquillità economica; infatti nessuna attività supera il 20% del fatturato aggregato e questo, unito ad un magazzino prodotti finiti che vale solo il 12% del fatturato (risultato eccellente per un'attività prevalentemente commerciale) ci ispira ottimismo a medio termine.

Analizzando il prospetto di determinazione e distribuzione del valore aggiunto che segue possiamo inoltre dire che l'attività della cooperativa ha creato 235.978 euro di valore aggiunto netto (in rialzo del 57% sul 2003) con cui sono stati remunerati i vari portatori di interesse:

- la parte maggiore, va ovviamente ai soci lavoratori, a cui sono andati 206.571 euro (+55%) in quanto si è tentato di migliorare la qualità e sostenibilità del lavoro, sia con l'assunzione di nuovi soci, sia con l'aumento di ore per altri già in forza e la progressiva trasformazione di tutti i contratti a tempo indeterminato.
- Stabile a 12.305 euro è la parte andata alla pubblica amministrazione in imposte dirette ed indirette
- In crescita anche la remunerazione del capitale di credito a 7.541 euro, per il 95% andati ai soci prestatori
- Infine, novità rispetto all'anno precedente, sono rimasti 9.561 euro per accrescere il patrimonio della cooperativa mediante gli abituali accantonamenti di legge alle varie riserve

- **Produzione e distribuzione del valore aggiunto**

## **PROSPETTO DI DETERMINAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO**

	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE</b>		
<b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>		
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	933.380	699.533
2. Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti		
4. Incrementi in immobilizzazioni per lavori interni		
5. Altri ricavi e proventi:		
Vari	0	0
<b>RICAVI DELLA PRODUZIONE TIPICA</b>	<b>933.380</b>	<b>699.533</b>
(B) Costi intermedi della produzione		
6. Per materie prime e sussidiarie, di consumo e merci	-648.686	-505.247
7. Per servizi	-31.552	-61.221
8. Per godimento di beni di terzi	-25.891	-17.491
11. Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	31.170	56.796
12. Accantonamento per rischi	0	0
13. Altri accantonamenti	0	0
14. Oneri diversi di gestione	0	0
<b>Totale costi della produzione (B)</b>	<b>-674.959</b>	<b>-527.163</b>
<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>	<b>258.421</b>	<b>172.370</b>
<b>C) COMPONENTI ACCESSORI E STRAORDINARI</b>	<b>734</b>	<b>204</b>
<b>SALDO GESTIONE ACCESSORIA</b>	<b>-423</b>	<b>0</b>
Ricavi accessori	519	0
- Costi accessori	942	0
<b>SALDO COMPONENTI STRAORDINARI</b>	<b>1.157</b>	<b>204</b>
Ricavi straordinari	1.463	324
- Costi straordinari	-306	-120
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>	<b>259.155</b>	<b>172.574</b>
- Ammortamenti della gestione	-23.177	-21.861
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>235.978</b>	<b>150.713</b>
<b>DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO</b>		
<b>A. REMUNERAZIONE DEL PERSONALE</b>	<b>206.571</b>	<b>133.205</b>
Personale dipendente	206.571	133.205
Personale non dipendente		
<b>B. REMUNERAZIONE DEL PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</b>	<b>12.305</b>	<b>11.675</b>
Imposte dirette	11.443	5.830
Imposte indirette	862	5.845

<b>C. REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO</b>	<b>7.541</b>	<b>5.220</b>
Oneri per capitali a breve	306	2.211
Oneri per capitali a breve soci prestatori	7.235	3.009
<b>D. REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO</b>		
<b>E. REMUNERAZIONE DELLA COOPERATIVA</b>		
<b>VARIAZIONE RISERVE</b>	<b>9.561</b>	<b>613</b>
<b>F. LIBERALITA' ESTERNE</b>		
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>	<b>235.978</b>	<b>150.713</b>

- **Strategie e politiche**

**RESPONSABILTA': SOCIALE ECONOMICA AMBIENTALE**

## • I produttori del Sud del Mondo

Sono i soggetti verso i quali si indirizza la missione tipica della nostra impresa sociale. Tutte le attività prevalenti della Cooperativa “convergono a Sud”, in quanto a fronte del fatturato tipico di ogni settore si concretizzano delle rimesse ai produttori del Sud del mondo.

Tali rimesse possono essere dirette, traducendosi negli acquisti per importazioni che Raggio Verde invia agli artigiani del Mozambico e del Bangladesh con cui si relaziona direttamente attraverso propri progetti. Oppure indirette, per gli acquisti che la Cooperativa effettua per prodotti equo solidali, in tutti i continenti, attraverso le principali centrali di importazioni italiane, prima fra tutte il Consorzio CTM Altromercato.

Il trattamento dignitoso dei lavoratori e artigiani del Sud è garantito sia dalla possibilità di garantire negli anni un continuo e piuttosto regolare flusso di acquisti, sia controllando le condizioni di vita e di lavoro attraverso indagini continue che Raggio Verde effettua con visite periodiche e frequenti ai progetti e che il Consorzio Ctm realizza con il lavoro del Comitato Progetti. Il progetto Mozambico, essendo anche un progetto adottato dal Consorzio Ctm, è doppiamente monitorato : dal Comitato Progetti CTM e dalle persone che ogni anno chiedono a Raggio Verde di poter visitare i suoi progetti in Africa.

I risultati di queste indagini e le impressioni che i soci Raggio Verde ricevono da queste visite sono molto incoraggianti.

Descrivere il grado di soddisfazione dei produttori attraverso le testimonianze dei soci sarebbe troppo autoreferenziale. **Vi riportiamo invece uno stralcio della relazione del Comitato Progetti del Mozambico** i cui dati sulle condizioni di lavoro sono stati raccolti con questionario diretto ai produttori. Speriamo che fra i lettori di questa relazione nasca il desiderio di vedere di persona gli effetti che il Commercio Equo Solidale produce in Africa.

### Produttori

*Dal punto di vista della struttura dei gruppi, nonostante molti gruppi si definiscano cooperative, quasi sempre si tratta di laboratori domestici o di gruppi informali, che non trattengono parte dei guadagni ma distribuiscono tutto il denaro ai singoli artigiani. Anche là dove esiste un fondo comune, questo è usato come fondo di solidarietà, per coprire le spese (notevoli) che gli artigiani devono sostenere in occasione di funerali o altre cerimonie. Di seguito una breve descrizione dei gruppi:*

- 1) **Coop 7 de Abril.** Riunisce 45 artigiani e 5 apprendisti. Si tratta, al pari di tutti i gruppi che lavorano la fibra di palma, di gruppi informali, classificabili nella tipologia A. Il gruppo trattiene dal 5% al 25% del margine (a seconda del guadagno sui pezzi venduti) per costituire un fondo, usato per la manutenzione del laboratorio (una costruzione in terra pressata e dal tetto in foglie di palma, come è tradizione locale) oppure a fondo perduto in caso di funerali o altre cerimonie che riguardano uno dei soci o famiglia. Il resto del ricavato delle vendite è distribuito ai soci in base al lavoro svolto; i guadagni sono utilizzati per coprire le spese di vitto, i trasporti, le spese mediche e per pagare una persona che lavora la terra al posto dell'artigiano. Risultano eletti il Presidente, Vice Presidente, Segretario, Addetto alle vendite, Tesoriere, e Fiscale (amministrativo?). Tutti i membri sono uomini.
- 2) **Coop 3 de Fevereiro.** Riunisce 17 artigiani, senza apprendisti. Tipologia A, gruppo informale. Il gruppo trattiene il 20% del margine per costituire un fondo, usato come contributo a fondo perduto in caso di funerale o altre cerimonie che riguardano uno dei soci o famiglia, che poi gli altri soci possono integrare a parte. Risulta eletto solo il presidente. I membri sono coinvolti nelle decisioni attraverso riunioni in cui viene utilizzato il metodo del consenso. In totale sono 20 membri incluso il Presidente. Quando la cooperativa iniziò a lavorare nel 1983 aveva più membri ed una struttura più elaborata, ma si è ridotta nel 1989 alle dimensioni attuali a causa di un conflitto. Tutti i membri sono uomini.
- 3) **Coop Novo Mundo.** Riunisce 30 artigiani e 5 apprendisti. Tipologia A, gruppo informale. Il gruppo non trattiene nessuna percentuale sulle vendite per finalità mutualistiche o di altro genere; l'intero importo viene redistribuito agli artigiani per l'uso privato, in linea di massima lo stesso descritto per la Coop 7 de Abril. Per quanto riguarda i prezzi: il gruppo ritiene equo il prezzo che paghiamo sull'unico item ordinato nel 2003 (una

bomboniera): Artes Maconde paga 4.000 Mt al pezzo, ordinandone grosse quantità. Può succedere che altri clienti paghino 5.000 Mt al pezzo, però ne ordinano numeri esigui. Risultano eletti il Presidente, Segretario, Tesoriere, Fiscale (Amministrativo?). I membri sono coinvolti nelle decisioni attraverso riunioni in cui viene utilizzato il metodo del consenso. Quando non si arriva al consenso decide il Presidente. Tutti i membri sono uomini.

- 4) **Ouriversaria 7 de Abril (ex Gruppo Abdala):** E' una piccola società, registrata nel 2003. Sr. Abdala svolge i compiti di coordinamento, ordinazioni, ed il controllo finanziario. Non si conosce il grado di coinvolgimento dei gruppi a livello decisionale. Il gruppo è composto da 6 artisti e 9 apprendisti, tutti uomini. Sono attenti alla formazione (3 artigiani hanno partecipato ad un workshop di Aid to Artisans), si sono ripartiti i ruoli (Mr Abdala, che è il più importante degli artigiani, si occupa di controllo qualità, pratiche amministrative e di cercare i clienti) e cercano anche un negozio in posizione commerciale. In realtà la società è operativa solo in caso di ordini, quando non ce ne sono ciascuno lavora per conto proprio.
- 5) **Cooperativa da Fortaleza", Isola di Ibo:** è una cooperativa formalmente costituita (acknowledged) composta da 15 artigiani con 4 apprendisti (incluso uno con handicap), tutti uomini. Ai membri più anziani sono state affidate le cariche di: Presidente, Vice Presidente, Tesoriere, e Vice Tesoriere. Le decisioni sono prese dai membri più anziani. Sembra che, sebbene le informazioni siano condivise con tutti i membri, le decisioni venano prese dai membri più anziani.
- 6) **Cooperativa No. 1", Isola di Ibo:** è una cooperativa formalmente costituita (acknowledged) composta da 15 artigiani (incluso uno con handicap) senza apprendisti, tutti uomini. Esistono due livelli di "artista/maestro della lavorazione dell'argento" (master silversmiths), capo artista, aggiunto artista, vice aggiunto artista, e artisti eletti. Le decisioni sono prese dal capo artista, Sr. Rachide Sufo. Sembra che, sebbene le informazioni siano condivise con tutti i membri, le decisioni vengano prese dai membri più anziani.
- 7) **Ouriversaria Pemba, a Pemba.** E' un gruppo già esistente fondato da Ahmad Sufo, un artigiano distaccatosi dai parenti artigiani, che lavora a Pemba con 6 apprendisti. Ha il grosso vantaggio di possedere una trafilatrice per l'argento (l'unica esistente a Pemba).
- 8) **Cooperativa "Bela Baia – Arte Makonde", Pemba.** Si tratta di una associazione nata nel 1994 con 32 soci, di cui 10 sono artigiani di alto livello, poi alcuni artigiani più giovani e quindi 19 apprendisti. Quando ricevono un ordine, si riuniscono e vedono chi è disponibile a fare il lavoro; il denaro viene dato tutto a chi fa il lavoro, tranne un 10% che viene messo in una cassa dell'associazione e quindi utilizzato per la manutenzione del negozio, per solidarietà ai soci che hanno bisogno e per dare prestiti ai soci a tasso zero e scadenza variabile, a seconda della richiesta. Questo fondo del 10% viene trattenuto su tutte le vendite, sia da ordini che attraverso il negozio. Hanno eletto un presidente, un presidente aggiunto, un segretario, un tesoriere, un responsabile del negozio e uno della produzione; il presidente è il fondatore dell'associazione e non cambia, le altre cariche possono ruotare in caso di inefficienze.
- 9) **Gruppo batik, Maputo.** Il gruppo è nato in seguito alla presenza di Giuseppe Mora che ha riunito diversi artisti produttori di batik attivi nelle periferie di Maputo per creare un gruppo con un coordinatore, in grado di assorbire gli ordini dall'Italia. Per gli artigiani la situazione è cambiata molto positivamente: prima ognuno lavorava in proprio per produrre batik e poi cercare di venderli sia a intermediari locali che sulla piazza di Maputo, mentre adesso lavorano prevalentemente per gli ordini di Raggio Verde e CTM mantenendo un alto standard qualitativo e con benefici quali la sicurezza del mercato e della continuità commerciale, il prezzo concordato, la presenza di un coordinatore che procura le materie prime (tele, paraffina e colori), riceve e smista gli ordini e i pagamenti, compresi gli anticipi, fa il controllo qualità e si occupa dell'imballaggio e della spedizione dei batik finiti. Esiste un accordo scritto, in mano a tutti gli artigiani, che fissa il metodo di lavoro, i prezzi, stabiliti in base alle dimensioni, i compiti del coordinatore e la percentuale che gli viene pagata per il suo lavoro. Ogni artigiano poi continua a lavorare in proprio per il mercato locale, su cui vengono venduti i pezzi scartati dal controllo qualità. Nel corso della visita abbiamo incontrato 6 artigiani, tutti ragazzi di età inferiore ai 30 anni e già padri di (numerosa) famiglia; tutti sono stati concordi nel ritenere equo il sistema di lavoro introdotto e i prezzi concordati, e decisamente migliore rispetto alla situazione precedente. Il gruppo di Maputo comprende 13 artigiani e 20-25 apprendisti, al coordinatore è riconosciuto un margine medio del 6,7% sui batik venduti.

Da "Relazione Comitato Progetti CTM"

Di seguito riportiamo una tabella e una cartina geografica che ci illustrano la distribuzione per aree dei nostri acquisti al Sud del mondo, che i permette di collegarsi alla stessa cartina distribuita lo scorso anno.

## Acquisti dal Sud del mondo

### Da Centrali di Importazione

ASIA	112.030
AFRICA	29.321
AMERICA	89.615

### Da Progetti Raggio Verde

MOZAMBICO (vari gruppi di produzione)	80.718	di cui tot % per trasporti
BANGLADESH (Cooperativa Aarong) trasporti	73.122	di cui tot % per

TOT. 384.806

### % prefinanziamento

Mozambico 80%  
Bangladesh 50%

### Ripartizione fra centrali di importazione

Progetti Consorzio CTM Bolzano	195.575
Progetti Libero Mondo Brà	18.584
Progetti Equo Mercato Cantù	15.811

TOT

Se è possibile trovare % degli acquisti che va ai produttori

Cartina

## Artigiani coinvolti nel progetto Mozambico: rapporto tra acquisti e retribuzioni dei lavoratori

	numero totale indicativo degli artigiani coinvolti nel progetto	importo pagato ad ogni gruppo	numero mesi lavorativi impiegati per gli ordini RV	importo medio mensile derivante dagli ordini di RV per ogni lavoratore		costi materie prime	Valore reale
				euro	dollari ****		
cooperative della paglia	<u>65</u>	€ 13.000,00	<b>5</b>	€ 40,00	\$51,20	0%	\$51,20
coop argento	<u>15</u>	€ 2.700,00	<b>2</b>	€ 90,00	\$115,20	20%	\$92,16
artigiani singoli	<u>25</u>	€ 8.500,00	<b>5</b>	€ 68,00	\$87,04	5%	\$82,69
coop mobili	<u>35</u>	€ 8.000,00	<b>3</b>	€ 76,19	\$97,52	15%	\$82,90
gruppo batik	<u>18</u>	€ 30.500,00	<b>9</b>	€ 188,27	\$240,99	30%	\$168,69
Numero indicativo lavoratori totale	<u>158</u>	€ 62.700,00					
<b>****nota</b>	<b>Stipendio medio mozambicano stabilito dal ministero del lavoro mozambicano:</b>						
	<b><u>50 dollari americani (1.000.000 di mt moneta locale)</u></b>						

## **Progetto magliette Bangladesh: chi sono gli artigiani che le producono**

Vista l'incidenza, sul totale acquisti della Cooperativa, del progetto Bangladesh, ci sembra opportuna una descrizione dei nostri interlocutori in Bangladesh : come organizzano il lavoro, qual è il contesto sociale ed economico nel quale sono inseriti, e che tipo di sviluppo produce sul territorio la vendita di artigianato attraverso il Commercio Solidale.

### **Aarong**

Aarong nacque nel 1978 come ramificazione commerciale di BRAC (Bangladesh Rural Advancement Committee) con lo scopo di fornire una stabile e vantaggiosa fonte di lavoro per gli artigiani rurali disagiati. Aarong significa un villaggio giusto - questo nome vuole essere il simbolo della giustizia nel villaggio globale. Aarong aiuta gli artigiani ad aiutarsi da soli favorendo il recupero del loro orgoglio e della loro auto stima e facendo rivivere l'arte e l'artigianato tradizionale del Bangladesh.

Con i suoi metodi ha contribuito molto alla realizzazione della mission di BRAC che lavora per ridurre la povertà e dare più poteri ai poveri.

Aarong attualmente fornisce servizi a più di 30.000 artigiani, 85% dei quali sono donne.

Aarong ha identificato tre principali limiti alla possibilità di creare un lavoro redditizio per la gente con bassi redditi ed emarginata delle zone rurali. Questi sono: la mancanza di capitali, di assistenza commerciale e l'impossibilità di sviluppare professionalità.

Così ha cercato di sviluppare una vasta gamma di servizi per ovviare a questi problemi:

1. Pagamento immediato alla consegna del prodotto per incoraggiare l'efficienza e la produttività;
2. Raggiungimento dei produttori delle aree più lontane per assicurare loro un equo pagamento per i loro sforzi;
3. Corsi di comunicazione e marketing per gli artigiani;
4. Pagamento anticipato della merce dove necessario;
5. Corsi e scuole per sviluppare le capacità al fine di raggiungere la qualità e la commerciabilità del prodotto;
6. Assistenza nel design e nello sviluppo del prodotto;
7. Controllo della qualità per aumentare nei produttori la consapevolezza dell'importanza della qualità.

Molte cooperative indipendenti e famiglie di artigiani commercializzano i loro prodotti attraverso Aarong. Ceramisti, artigiani dell'ottone, gioiellieri artigiani della iuta, artigiani della paglia, tessitori con telai tradizionali, tessitori della seta, scultori del legno, artigiani del cuoio e molti altri artigiani con le più varie specializzazioni provenienti da tutto il paese giungono da Aarong.

Con il passare degli anni Aarong si è conquistata un nome essendo considerata una delle migliori organizzazioni di produttori e commercianti. E' diventata uno dei più importanti esportatori di artigianato per Europa, USA e Nord America.

### **Un profilo di BRAC**

Brac è una organizzazione nazionale privata, nata nel 1972 per opera di Mr. Fazle Hasan Abed fu inizialmente creata come organizzazione di aiuti umanitari per offrire aiuto e assistenza ai rifugiati che si ristabilivano in Bangladesh di ritorno dall'India dopo la Guerra di Liberazione del Bangladesh. Quando questo suo primo incarico fu svolto, BRAC decise che il suo principale obiettivo sarebbe stata la riduzione della povertà e il sostegno ai poveri, specialmente alle donne, nelle aree rurali del Bangladesh.

Dalla sua modesta attività iniziale nel 1972 BRAC (inizialmente l'acronimo di Bangladesh Rural Advancement Committee e successivamente conosciuta solo con il suo acronimo) si è ora trasformata in una organizzazione composita con più di 26.000 persone assunte regolarmente e 34.000 insegnanti part-time, che lavorano in 60.627 villaggi in tutti i 64 distretti del Bangladesh.

BRAC nel tempo si è caratterizzata come un'istituzione che si istruisce continuamente, imparando dall'esperienza e attraverso un processo attento alla realtà e induttivo. Adattando la propria strategia alle circostanze emergenti, non segue nessun rigido modello di sviluppo.

BRAC analizza la povertà con parametri reali e umani. Aspettative di una "quieta rivoluzione" sono state identificate da BRAC nel ruolo economico delle donne nelle situazioni di povertà.

Donne con limiti sociali, culturali, tecnologici e strutturali hanno potuto organizzarsi contribuendo non solo al benessere delle loro famiglie ma anche alla produzione e allo sviluppo nazionale aumentando con l'assistenza di BRAC anche il loro accesso alle risorse economiche e sociali. Oggi BRAC si adopera per creare un futuro migliore per i poveri, soprattutto per le popolazioni rurali senza terra del Bangladesh, attraverso il microcredito, l'assistenza sanitaria, l'educazione e vari programmi di addestramento.

### **La mission di BRAC**

BRAC lavora con persone le cui vite sono dominate da un'estrema povertà, analfabetismo, malattia e altri handicaps. Con vari metodi di sviluppo, BRAC si sforza di promuovere un cambiamento positivo nella qualità della vita dei poveri del Bangladesh.

BRAC crede fermamente ed attivamente coinvolta nel promuovere i diritti umani, la dignità e la parità dei sessi attraverso lo sviluppo delle capacità sociali, economiche, politiche e umane dei poveri. Sebbene BRAC ritenga importante il lavoro a livello individuale, gli obiettivi dell'organizzazione dipendono da un ambiente che permetta ai poveri di rompere il ciclo di povertà e mancanza di speranze. Per questo fine BRAC si sforza di promuovere dei cambiamenti, a livello nazionale e globale, nelle politiche di riduzione della povertà e di progresso sociale.

BRAC è impegnata nel rendere i suoi programmi socialmente, finanziariamente e ambientalmente sostenibili, usando nuovi metodi e migliorando le tecnologie. Per rendere concreta la sostenibilità finanziaria dei suoi programmi, BRAC è anche coinvolta in vari progetti che generano reddito.

Poiché lo sviluppo è un processo complesso che richiede una forte dedizione all'apprendimento, allo scambio di conoscenze e alla sensibilità verso i bisogni dei poveri, BRAC è molto attenta allo sviluppo della propria organizzazione. Il perseguimento della missione di BRAC richiede il contributo di professionalità competenti dedite ai valori e agli scopi dell'organizzazione. BRAC dunque incoraggia lo sviluppo del potenziale umano dei membri della propria organizzazione così come di quelli che assiste.

Al fine di raggiungere il suo scopo, quando lo reputa necessario, BRAC accetta volentieri di creare partnerships con comunità, organizzazioni, istituzioni governative, settore privato e partners dediti ai problemi di sviluppo sia in patria che all'estero.

## **Obiettivi raggiunti con produttori del mondo e obiettivi mancati**

- **I produttori locali, di materie bio e le cooperative sociali**

Costituiscono, insieme ai produttori del sud del Mondo; i portatori di interesse tipici rispetto alla missione della nostra impresa. Essi, infatti, sono scelti per la loro determinazione nel

porsi finalità sociali e ambientali e in generale di sostenibilità economica e costituiscono la quasi totalità dei fornitori italiani.

### I produttori locali

Sono piccoli produttori con cui teniamo rapporti stretti e per lo più amichevoli. Alcuni di essi sono certificati come biologici e tutti quanti hanno aziende rispettose dell'ambiente e rivolte a valorizzare le ricchezze del territorio.

L'impegno della Cooperativa non consiste, ovviamente, soltanto nell'utilizzare i loro prodotti, ma nel farli conoscere a tutti i fruitori dei suoi servizi riducendo la distanza tra consumatori e produttori.

Nel corso del 2004 gli acquisti da questi fornitori sono aumentati considerevolmente sia rispetto alla quantità che rispetto al loro numero. Riteniamo infatti che diversificare i produttori locali significa avere un ruolo sociale di divulgazione dei prodotti locali e aumentare le occasioni per spostare i consumi delle famiglie verso prodotti sostenibili.

In questo senso un ruolo importante è stato svolto dall'attività del **Laboratorio Propibun**. Questo progetto, nato con la collaborazione della Comunità Montana Prealpi Biellesi, è destinato a fornire la possibilità alle famiglie, ai piccoli produttori o hobbisti di trasformare la frutta e la verdura locale in conserve e confetture ed eventualmente (nel caso di piccoli produttori) di conferirle alla nostra cooperativa per la vendita. Mentre dobbiamo segnalare un uso piuttosto limitato del Laboratorio da parte dei piccoli produttori, è importante segnalare come questo mezzo abbia permesso a molte famiglie di scoprire la possibilità di acquistare, per le loro conserve, prodotti locali e alla nostra Cooperativa di poter acquistare quelli eccessi di produzione locale che i clienti privati non riescono ad assorbire. Questi eccessi stagionali sono diventati una linea di prodotti **Linea Propibun** che viene distribuita nelle Botteghe Raggio Verde con l'indicazione del fornitore locale e che quindi diffonde presso il consumatore abituale di prodotti equo solidali la conoscenza del territorio.

Speriamo che il 2005 veda l'incremento di questa attività e la divulgazione di questa pratica di consumo.

<b>I nostri fornitori locali</b>	<b>cosa producono</b>	<b>acquisti 2004</b>
Orto di Eolo	ortaggi e frutta <b>bio</b>	€ 3.280
Forno Olimpia	pane e prodotti forno <b>bio</b>	€ 15.700
Cascina Schiavenza	carni, salumi e burro <b>bio</b>	€ 190
Destefanis Carni	carni e salumi	€ 2.510
Mello Grand Renato 2.710	formaggi aromatici	€
Prina Cerai Aldo	formaggi, burro, yogurt <b>bio</b>	€ 90
Cascina Albertana	formaggi di capra	€ 450
L'oro di Berta	conserve e confetture	€ 120
Laboratorio del gusto	conserve e confetture	€ 950
Verde bio	prodotti da forno <b>bio</b>	€ 1.395
	<b>Tot</b>	<b>€ 27.395</b>

\*Con la dicitura **bio** si vuole indicare che il produttore ha ottenuto la certificazione biologica. In realtà anche gli altri sono molto attenti alla genuinità dei loro prodotti o sono in conversione biologica.

Cooperative sociali .

Sono scelte dalla Cooperativa in base alla validità dei loro progetti sociali. Non tutte le Cooperative che raggruppiamo di seguito sono giuridicamente "sociali": alcune sono coop. agricole con una forte connotazione sociale. Di seguito diamo una breve descrizione della loro missione tipica.

## **Totale acquisti da Coop.Sociali nel 2004**

**€ 11.689**

### **Coop. Sociale Involò**

Promuove prodotti tipici pugliesi, provenienti da piccole realtà agricole, come olio, orecchiette, taralli, cacio, alcuni certificati bio, il cui confezionamento ed etichettatura impegna a Foggia persone con disabilità mentali..

### **Coop. Sociale Monaci di Lanuvio**

marchio della Cooperativa Agricola l'Albero Della Vita, è un centro di accoglienza gestito da monaci benedettini; produce succhi di frutta, marmellate e passate.

### **Coop. Sociale La Vigna**

La Cooperativa La Vigna si dedica da tempo alla produzione di vini biologici. L'associazione, ha scelto di utilizzare il proprio mestiere per tentare di dare una risposta al problema dell'immigrazione.

Per questo si è fatta carico dell'inserimento di immigrati extracomunitari all'interno di cooperative agricole, assicurando un lavoro e un alloggio, oltre ad un'esperienza di vita comunitaria. L'educazione al mestiere ha come scopo la creazione delle condizioni fondamentali perché, al loro rientro nei paesi di origine, gli immigrati possano dare vita a iniziative simili che generino non solo stabilità economica e ma anche un forte senso di dignità lavorativa.

### **Coop. Valli Unite**

La cooperativa Valli Unite dalla sua fondazione si dedica alla produzione di vini biologici. Lo fa con una filosofia di vita semplice: rimanere fedeli all'essenza delle proprie radici, al rispetto degli equilibri della Natura.

Dal 1998 sceglie di allargare il proprio impegno verso realtà di disagio. La via privilegiata resta quella del vino. Così si decide di utilizzare parte dei proventi dovuti alla vendita del vino Barbera Brisca a progetti di solidarietà; progetti realizzati sono la scolarizzazione di bambine del Burkina Faso, la difesa del delicato ecosistema della foresta brasiliana e dell'autosufficienza delle culture locali.

### **Coop. Sociale Arcobaleno Mondovì**

Coop. Sociale di tipo B che si occupa di soggetti svantaggiati e che si dedica a lavori di tipografia e confezionamento. Ha prodotto per la Cooperativa Raggio Verde la stampa e il confezionamento delle magliette E-cotton

### **Coop. Sociale Il Cammino**

Coop. Sociale di tipo B (attualmente ha cessato la propria attività) che si occupava di soggetti mentalmente svantaggiati e che si dedicava a campionatura tessuti, piccoli lavori di assemblaggio da industria tessile e elettromeccanica, confezionamento, gomitioli. Ha svolto per la Cooperativa Raggio Verde il confezionamento e l'etichettatura del progetto magliette E-cotton.

## **Fornitori biologici**

Sono scelti per la loro alta eco-sostenibilità, ma rispetto alle due precedenti categorie risultano essere fornitori residuali: ci rivolgiamo a loro quando il territorio e le cooperative

sociali che sosteniamo non riescono a fornirci quantità e varietà di prodotti. Nonostante infatti la ristorazione Raggio Verde si orienti verso ricette create per l'uso di prodotti locali, rimangono da cercare sul mercato alcuni ingredienti. I prodotti che acquistiamo sono certificati biologici e soddisfano anche esigenze di alimentazione particolare (prodotti macrobiotici , per celiaci, senza zucchero) che ci sono poste da alcuni clienti del catering.

<b>I nostri fornitori biologici</b>	<b>cosa producono</b>	<b>acquisti 2004</b>
<b>Taliano</b>	<b>frutta e verdura</b>	<b>€ 801</b>
<b>Baule Volante</b>	<b>alimentari vari</b>	<b>€ 8.950</b>
<b>Perlage</b>	<b>vini e spumanti</b>	<b>€ 1.100</b>
<b>Soster</b>	<b>latticini</b>	<b>€ 1.100</b>
	<b>Tot</b>	<b>€ 11.951</b>

### **Fornitori residui**

Ecco alcuni dati sui maggiori fornitori residui (ancora troppi!) : sono quelle ditte o società tradizionali ai quali la Cooperativa Raggio Verde è costretta a rivolgersi per esigenze non ancora eliminabili di mercato. L'attività dei distributori automatici nelle scuole ci impone l'utilizzo di prodotti non equi costituiti dagli acquisti presso i fornitori Reda, Ferrero, Balossino Bevande, GS. Mentre l'aumento di quantità di cibo richieste a volte all'ultimo minuto dai clienti del catering o la peculiarità di certi ingredienti impongono acquisti da Esselunga. Gli acquisti da questo tipo di fornitori sono comunque in diminuzione rispetto al 2003

Va detto che questi fornitori, benchè non rispondano a tutti i requisiti di sostenibilità richiesti dalle finalità di Raggio Verde, non li disattendono tutti: tra i fornitori tradizionali cioè scegliamo al meno peggio ( basti pensare alla linea bio di Esselunga e di GS).

Discorso a parte è doveroso fare per I Monaci di Camaldoli. Sono monaci da cui acquistiamo prodotti cosmetici molto sostenibili, la cui farmacia opera in un contesto proficuo per il territorio sia dal punto di vista sociale che ambientale.

## **Obiettivi raggiunti o mancati nella scelta dei fornitori**

## Cartina produttori italiani

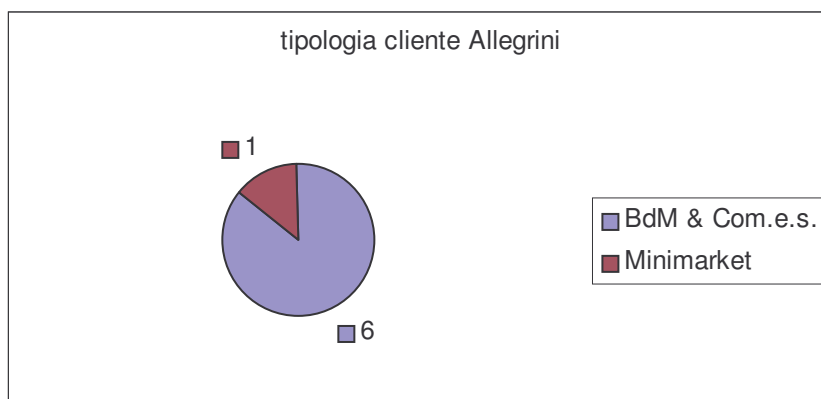
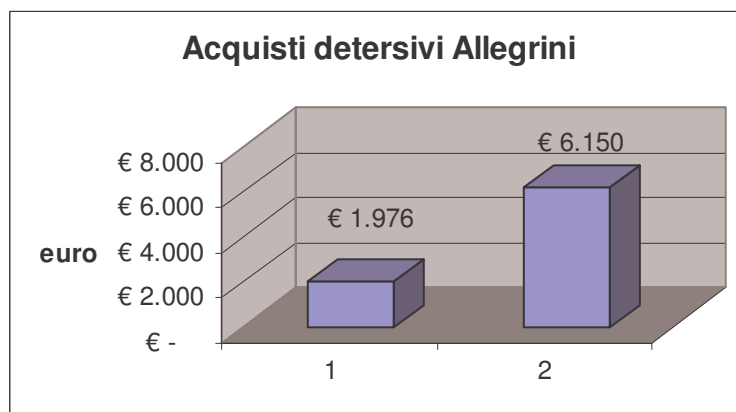
- **Ambiente**

Ci sembra quasi superfluo dedicare un capitolo a parte alla nostra responsabilità ambientale

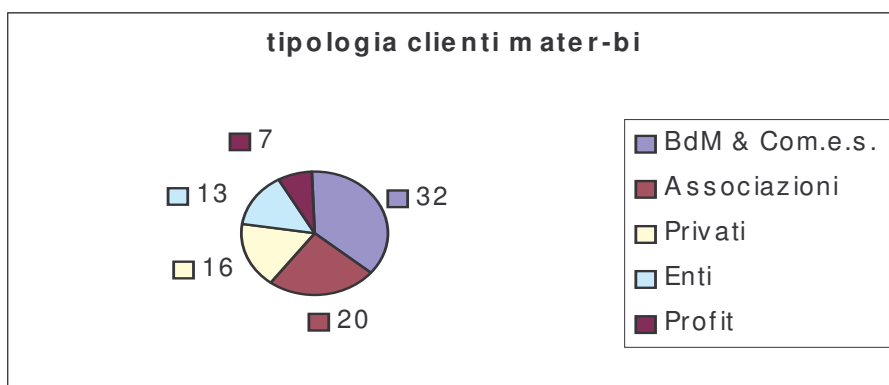
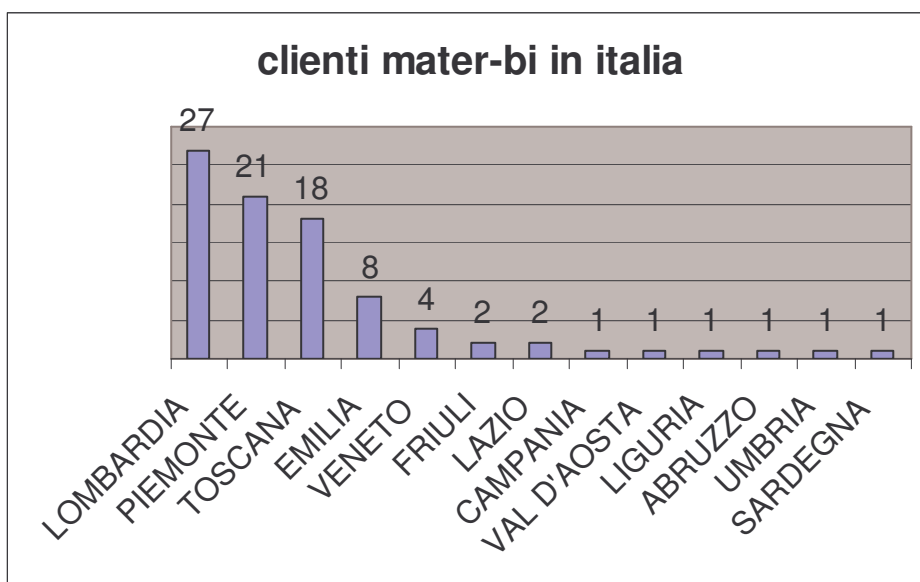
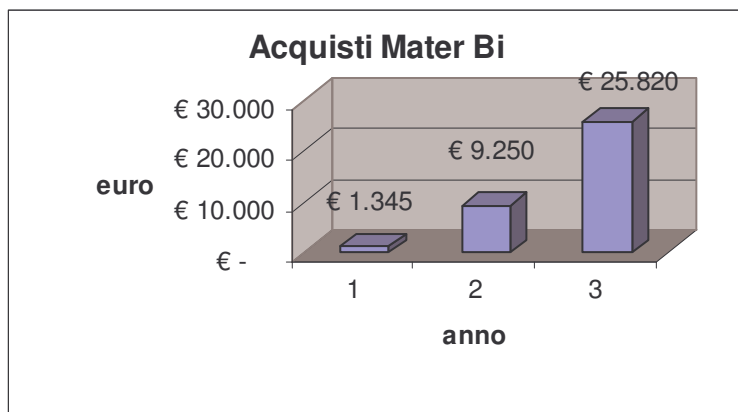
poiché tutte le nostre attività sono improntate alla sostenibilità. Come abbiamo precedentemente illustrato, la scelta dei fornitori avviene pensando alla loro eco-compatibilità e anche i prodotti del Commercio Equo Solidale del Consorzio CTM sono in

parte certificati bio, in parte in conversione. In questa relazione ci sembra però importante sottolineare la divulgazione nel 2004 di quei prodotti finalizzati esclusivamente al rispetto ambientale, che lo scorso anno abbiamo definito **Servizi per l'ambiente**, e che impegnano costantemente una risorsa della Cooperativa nella loro promozione.

### Promozione dell'uso di detersivi biodegradabili con ricarica e quindi riutilizzo di contenitori di plastica di diversa capienza



### Promozione in tutta Italia di stoviglie usa e getta compostabili in Mater-bi



#### Raccolta differenziata e ristorazione

Una breve digressione meritano le ore impiegate, nelle attività di vending e di catering, alla raccolta differenziata.

Fare attività nell'ambito della ristorazione e decidere di differenziare tutti i rifiuti, significa rendere più costoso il servizio in termini di ore-lavoro. Spesso la Cooperativa esegue servizi di catering e di vending in luoghi dove non sono predisposti bidoni per la raccolta differenziata. Ciò ci obbliga a riportare nel nostro magazzino di Vigliano Biellese, insieme alle attrezzature, anche i rifiuti e a differenziarli, impiegando un tempo variabile a seconda del tipo di ristorazione. Inoltre il Comune di Vigliano non ha attivato la raccolta dell'organico: così le buste di Mater-Bi con l'organico vengono ritirate e trasportate a Cossato o a Biella con il primo mezzo che si reca in questi luoghi.

Per dare un'idea della produzione di rifiuti legata ad una delle nostre attività, vi proponiamo una tabella con le quantità tipo prodotte dal servizio distributori automatici

### **Rifiuti differenziati da Coop. Raggio Verde**

#### **Produzione settimanale nei periodi clou di lavoro**

<b>ORGANICO</b>	<b>80 kg</b>	<b>46%</b>
<b>VETRO E LATTINE</b>	<b>20 kg</b>	<b>11%</b>
<b>CARTONE</b>	<b>60 kg</b>	<b>34%</b>
<b>PLASTICA</b>	<b>5 kg</b>	<b>3%</b>
<b>RESIDUO</b>	<b>10 kg</b>	<b>6%</b>
<b>Totale</b>	<b>175 kg</b>	

#### **CALCOLO PONDERATO SU BASE ANNUA**

<b>ORGANICO</b>	<b>2950 kg</b>	<b>41%</b>
<b>VETRO E LATTINE</b>	<b>920 kg</b>	<b>13%</b>
<b>CARTONE</b>	<b>2710 kg</b>	<b>37%</b>
<b>PLASTICA</b>	<b>160 kg</b>	<b>2%</b>
<b>RESIDUO</b>	<b>500 kg</b>	<b>7%</b>
<b>Totale</b>	<b>7240 kg</b>	

- I clienti /utenti**

### **Composizione e tipologia della clientela**

Tutti i soci lavoratori sono convinti che lo scopo politico-educativo della Cooperativa ci imponga di raggiungere una clientela il più possibile diversificata.

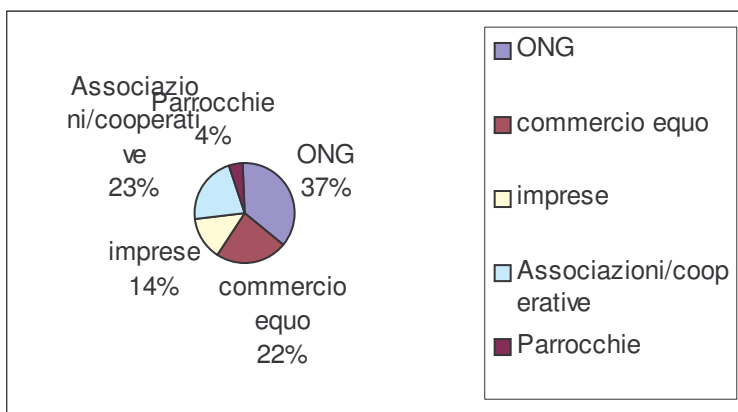
La tipologia delle nostre attività ci porta sempre più spesso fuori dal nostro territorio, quindi la diversificazione per luoghi è garantita dalla peculiarità del nostro servizio: attualmente siamo ancora gli unici in Italia che offriamo un servizio catering eco-sostenibile con prodotti del Commercio Equo e Solidale.

Più importante ci pare la composizione per tipologia di cliente perché ci porta spesso ad avvicinare clienti che non conoscono il Commercio equo o che non trovano alternative soddisfacenti al commercio tradizionale.

L'attività di catering e il vending (settore distributori automatici) sono senz'altro i più proficui di contatti in questo senso poiché, in molte occasioni, si rivolgono a utenti non ancora sensibilizzati ai temi che ci sono cari.

## Eventi catering

<b>N. eventi totali</b>	<b>103</b>
<b>Matrimoni ai privati</b>	<b>14</b>
<b>enti pubblici</b>	<b>22</b>
<b>Imprese</b>	<b>28</b>
<b>Manifestazioni</b>	<b>4</b>
<b>Altri privati</b>	<b>18</b>
<b>Commercio equo</b>	<b>4</b>
<b>Piatti pronti a domicilio</b>	<b>13</b>



Il grande pregio dei distributori automatici è la possibilità di avere un rapporto continuativo con **i ragazzi delle scuole**, molti dei quali sarebbero difficilmente contattabili attraverso le altre nostre attività e inoltre con **gli anziani** : una categoria questa che troppo spesso le iniziative legate alla sostenibilità trascurano.

## Distributori di caffè, snack e bevande

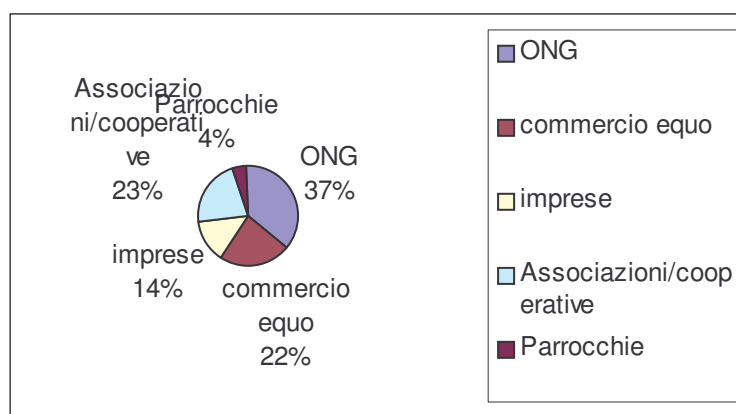
### TIPOLOGIA CLIENTI

- 5 SCUOLE SUPERIORI + CON TRE SEDI STACCATE
- 4 ELEMENTARI E ASILI
- 3 ENTI PUBBLICI
- 2 CASE DI RIPOSO
- 2 ISTITUZIONE RELIGIOSA
- 2 COOPERATIVE SOCIALI
- 1 CASA DI ACCOGLIENZA
- 1 GRANDE DISTRIBUZIONE
- 1 GIORNALE
- 10 PICCOLI UFFICI

La conoscenza del Commercio Equo Solidale agli **enti no-profit** con le più svariate finalità è garantita dal progetto magliette. Le T-shirt sono infatti il gadget abituale con il quale Associazioni, Onlus, Enti con finalità sociale si finanziano. Fornire la possibilità di acquistare e stampare magliette del Comes significa, da un lato, soddisfare l'esigenza di enti già sensibilizzati, dall'altra far conoscere a soggetti, già sensibili al sociale su altri temi, l'esistenza del Commercio Equo.

### Clients magliette del Progetto Bangladesh

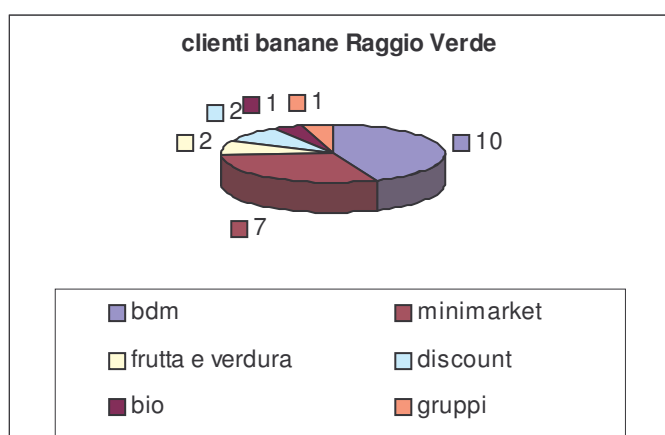
<b>Totali</b>	<b>71</b>
<b>ONG</b>	<b>11</b>
<b>Commercio equo</b>	<b>16</b>
<b>Imprese</b>	<b>14</b>
<b>Associazioni/cooperative</b>	<b>24</b>



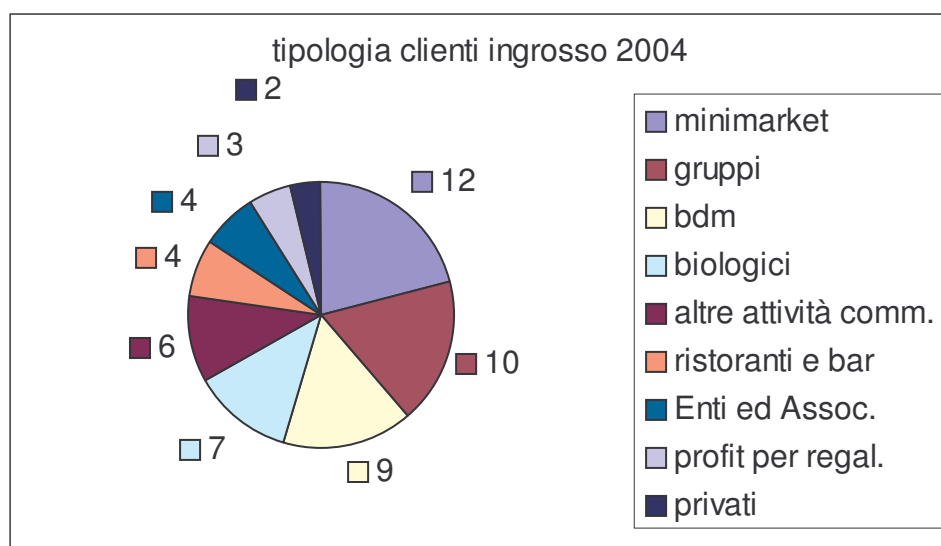
La conoscenza del Commercio Equo Solidale alle **famiglie** ci sembra invece bene affidata ad un prodotto simbolo come le banane

<b>Clienti banane RAGGIO VERDE</b>	

<b>Bdm</b>	<b>10</b>	<b>44%</b>
<b>Minimarket</b>	<b>7</b>	<b>30%</b>
<b>Frutta e verdura</b>	<b>2</b>	<b>9%</b>
<b>Discount</b>	<b>2</b>	<b>9%</b>
<b>Bio</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>
<b>Gruppi</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>23</b>	
<i>(di cui 3 bdm raggio verde</i>		<i>13%)</i>



Infine riproduciamo le diverse tipologie dei **clienti ingrosso** di prodotti di Commercio Equo Solidale riforniti dal magazzino ingrosso aperto lo scorso anno a Cossato.



### • I soci lavoratori

La missione tipica condivisa da tutti i soci lavoratori indica che la sostenibilità dei lavoratori e la sfida di costruire un luogo di lavoro con un modello democratico di partecipazione è un obiettivo fondamentale della Coop. Sociale Raggio Verde. Secondo l'opinione di tutti i

soci lavoratori (raccolta al laboratorio di auto-formazione di luglio 2004) è senz'altro la sfida sociale più difficile da affrontare.

Riportiamo di seguito alcuni dati sulla composizione del personale, sui ruoli e sulla retribuzione per poi illustrare con più chiarezza le esigenze dei lavoratori emerse nel laboratorio di auto-formazione.

### Soci lavoratori 2001/2004

	<u>Maschi</u>	<u>Femmine</u>
Anno 2001	2	2
Anno 2002	3	5
Anno 2003	4	7
Anno 2004	7	6

	<u>Full Time</u>	<u>Part Time</u>	<u>Collaborazioni</u>
Anno 2001	2	1	1
Anno 2002	3	2	4
Anno 2003	3	4	4
Anno 2004	5	5	3

Settori	<u>Catering</u>	<u>Distr.Caffè</u>	<u>Bottegh e</u>	<u>Progett i</u>	<u>Ambiente</u>
Anno 2001	2	1			1
Anno 2002	4	1	2	1	1
Anno 2003	4	1	2	2	2
Anno 2004	5	2	3	2	1

**Età:** la fascia di età in cui rientrano tutti i soci lavoratori è 27/45

### **Ruoli ed organizzazione del lavoro**

Tutti i lavoratori hanno prima di tutto il ruolo di amministrare il proprio settore di attività e la Cooperativa in generale. Lo svolgimento della propria attività specifica avviene cioè senza un orario fisso, né un diretto superiore ma è organizzata come un lavoro a progetto con l'assunzione individuale di responsabilità.

L'organizzazione e il coordinamento delle attività avviene attraverso riunioni periodiche di tutti i soci lavoratori (CDA allargato) e riunioni e comunicazioni di coordinamento tra lavoratori dello stesso settore o per progetti comuni a più settori.

### **Retribuzione**

Non esiste nessuna differenziazione di retribuzioni per ruoli. La retribuzione è per tutti =

€ 28.000 lordi annui

### **Ore di lavoro e riposi compensativi**

Le ore di lavoro sono difficilmente quantificabili, in quanto non esiste un metodo di controllo, ma sono troppe. Tutti i soci lavoratori dichiarano di voler rendere più sostenibile il loro lavoro da questo punto di vista. Tutti i lavoratori lavorano anche i week-end soprattutto nelle punte di lavoro stagionale. Tuttavia quando il carico di lavoro è più basso, la mancanza di orario fisso, permette la possibilità di riposi compensativi anche nei giorni della settimana.

I giorni di ferie presi da ciascun lavoratore vanno da un minimo di 45 giorni ad un massimo di 70 giorni.

Rapporto tra retribuzione Cooperativa Sociale Raggio Verde e cooperative italiane di Commercio Equo e Solidale

### **Servizi ai soci lavoratori**

Sconto del 20% su tutti i prodotti commercializzati dalla Cooperativa

Mensa gratuita e libera (senza orario , né preavviso) presso la cucina-laboratorio di Vigliano Biellese

### **Criticità e obiettivi nella gestione del personale rispetto alle esigenze espresse dai lavoratori**

- Mancanza di formazione permanente e di una risorsa dedita soltanto alle politiche del personale (condivisa tutti i lavoratori)
- Carico ancora troppo eccessivo di lavoro nelle punte stagionali e nei fine settimana, non compatibile con le esigenze di vita privata ( condivisa da tutti i lavoratori)
- La partecipazione democratica dei lavoratori alla direzione di impresa è sentita da alcuni lavoratori come troppo faticosa e inutile. Viene invece richiesta un organizzazione del lavoro e della comunicazione delle decisioni più tradizionale. ( richiesta dal 30% dei lavoratori).
- L'orario di lavoro troppo variabile e nei week-end è incompatibile con il ruolo di genitore (criticità sollevata dalle due lavoratrici madri della Cooperativa)
- Incapacità da parte di alcuni lavoratori di gestire il lavoro tra priorità ed urgenze ( 30% dei lavoratori)

Nonostante queste criticità l'80% dei lavoratori dichiara di preferire questo modello di lavoro a quelli più tradizionali e dichiara che la spinta motivazionale e la soddisfazione nel perseguire gli obiettivi lavorativi riescono, per ora, a compensare la fatica. Stiamo comunque lavorando per migliorare questi aspetti critici e assumiamo la sostenibilità dei lavoratori come obiettivo del 2005.

### **• Soci sostenitori**

Anche in questa sede ricordiamo a tutti i lettori che Raggio Verde non esisterebbe senza l'indispensabile apporto del lavoro dei **volontari** e del denaro dei **soci risparmiatori**.

### **Il volontari**

Prima di riportare alcuni dati significativi sulla composizione dei volontari in gruppi e botteghe vi riportiamo un piacevole racconto di una volontaria, scritto per il giornalino Raggio Verde Informa, che descrive un turno nella Bottega di Cossato.

## ALTA VELOCITA'

Ore 9: si alza la serranda (a proposito: si può mettere un po' d'olio?)

La giornata in bottega inizia con pochi gesti rituali: si mette fuori lo zerbino, si accendono le luci, si aggiorna la cassa, si accende la radio.

Steo è da tempo al lavoro: ha già fatto 12 volte la spola tra il magazzino e la sua macchina che, chissà perché, mi ricorda la borsa di Mary Poppins! Ma quanta roba ci sta?

Ex scatole di banane stipate di posate in mater-bi; magliette, oggetti vari di artigianato (dallo sgabello al paravento), cavalletti e ripiani per tavoli ripiegabili. Negli occhi tutti gli impegni della giornata, nei gesti l'intenzione di fare già altro.

Manu si divide tra un ordine di CTM, 85 bomboniere da preparare entro ieri, fiori da ritirare per chissà quale catering.

Squilla il telefono: è Dani che, passata da un treno ad un pullman per cucinare fuori provincia dolci manicaretti con l'aplomb di un cuore innamorato, cerca un passaggio.

Squilla il telefono: cercano Gianni ma lui lo si trova in cucina tra cous-cous e aromi speziati che dovranno essere serviti, nel fine settimana, in qualche cittadina più o meno sperduta dello stivale.

E allora via, con furgone e cucina scomponibile, verso locali vestiti a festa per matrimoni e comunioni.

Ogni tanto il movil alla porta ricorda che siamo aperti per clienti affezionati o curiosi sconosciuti.

Squilla il telefono: qualche associazione richiede l'intervento di Teto perché la macchinetta del caffè è rotta o è finito lo zucchero e se poi, già che ci siamo, si riesce a rintracciare Michele è meglio perché si era occupato lui di una vecchia fattura non ancora inviata. Rintracciare sì... ma dove?

A volte qualcuno sparisce per periodo sabbatici o per fiere di settore che obbligano a doppi turni i pochi rimasti.

All'improvviso mi vengono in mente le parole sentite anni fa da un ingegnere milanese: "C'è tutto il tempo, ma non c'è il tempo per tutto".

Ore 12.30. Si spegne la radio, si aggiorna la cassa, si spengono le luci, si ritira lo zerbino. La serranda resta su. Anche per questa settimana la parentesi equa si chiude e si allonta l'allegria frenesia che circonda la bottega-alveare.

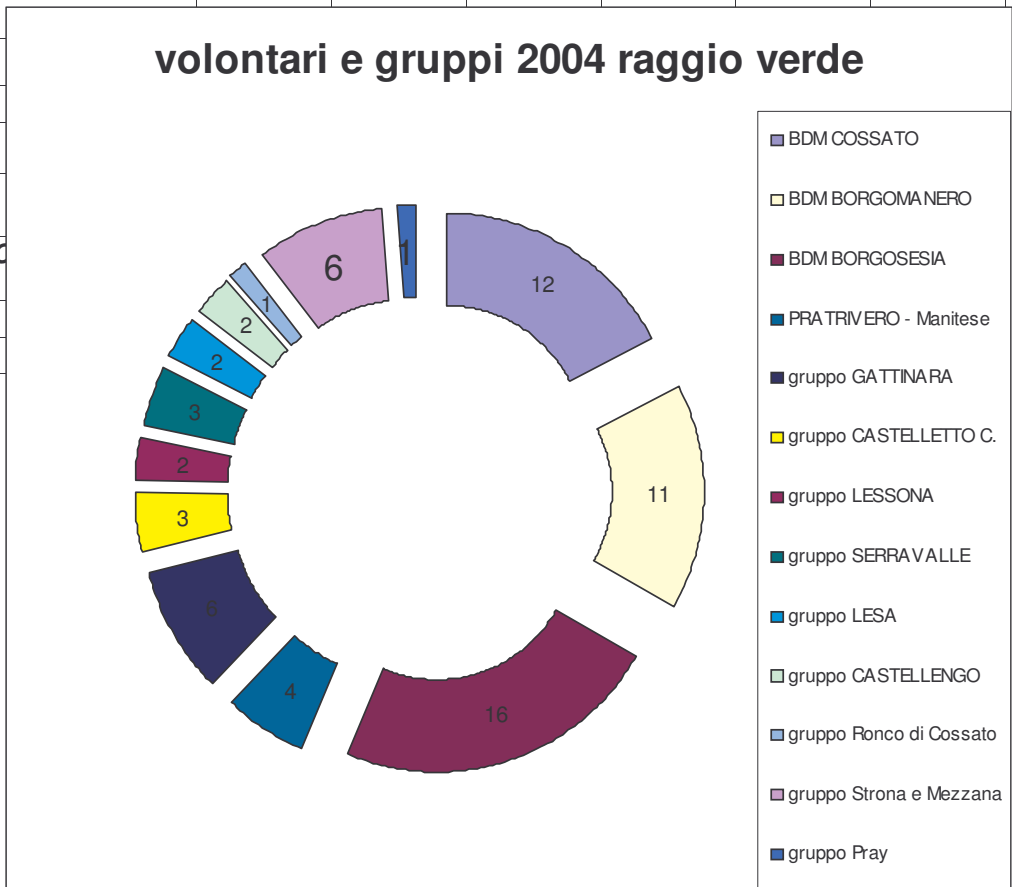
Lucy

## I volontari

	<b>UOMINI</b>			<b>DONNE</b>				
	<b>&lt; 30 anni</b>	<b>30 &lt; 50</b>	<b>&gt; 50</b>	<b>&lt; 30 anni</b>	<b>30 &lt; 50</b>	<b>&gt; 50</b>		

<b>BDM COSSATO</b>	-	3	1	3	3	2		12
<b>BDM BORGOMANERO</b>	1	2	-	4	3	1		11
<b>BDM BORGOSESIA</b>	2	-	-	5	7	2		16
<b>PRATRIVERO - Manitese</b>	-	-	1	-	2	1		4
<b>gruppo GATTINARA</b>		1	1	3	1	-		6
<b>gruppo CASTELLETTO C.</b>	-	-	-	3	-	-		3
<b>gruppo LESSONA</b>	-	-	-	2		-		2
<b>gruppo SERRAVALLE</b>	-	3	-	-	-	-		3
<b>gruppo LESA</b>	-		-		2	-		2
<b>gruppo CASTELLENGO</b>	-	-	1	-	1	-		2
<b>gruppo Ronco di Cossato</b>	-	-	-	-		1		1
<b>gruppo Strona e Mezzana</b>	2	-	1	3				6

<b>gruppo Pray</b>								1
								<b>69</b>



**TOTALE VOLC**

## I soci finanziatori

	<u>Libretti aperti</u>	<u>Soci lavoratori</u>	<u>Soci volontari</u>	<u>Soci finanziatori</u>	<u>Importo totale</u>
Anno 2003	28	7	6	15	149.021 euro
Anno 2004	41	9	8	24	279.475 euro

Saldo medio libretti aperti in euro:

	<b>Meno 1.000</b>	<b>1.000-2.500</b>	<b>2.500-5.000</b>	<b>5.000-10.000</b>	<b>Oltre 10.000</b>
Anno 2003	4	6	9	2	7
Anno 2004	13	6	6	7	9

La Cooperativa nel 2004 ha remunerato questi soci con € 7.235

Il capitale affidato alla cooperativa è stato investito progressivamente negli anni nell'acquisto di un immobile e relativa ristrutturazione a norma (oltre 100.000 euro), nell'acquisto di attrezzature per il catering e nell'acquisto di macchine distributrici di caffè . Inoltre una parte di questi risparmi vengono annualmente utilizzati per i prefinanziamenti ai produttori in Mozambico e Bangladesh; le eventuali eccedenze vengono versate su un libretto acceso presso il consorzio di finanza etica MAG4, una realtà di cui siamo soci e che finanzia le organizzazioni no profit in Piemonte che più faticano ad avere accesso al credito nel mercato tradizionale (associazioni, cooperative sociali ecc.)

- **La collettività**

Come crediamo emerga dal complesso delle informazioni e dei commenti fin qui riportati, nostro obiettivo primario è quello di far coincidere le finalità e l'attività produttiva con gli interessi della collettività.

Tutte le scelte che quotidianamente operiamo sono nel segno dell'attenzione al prossimo (alla salute e al diritto di informazione del consumatore, per esempio o alla dignità sociale del produttore), del rispetto per l'ambiente, della valorizzazione del territorio, della ricerca di un'economia sostenibile.

Data questa premessa, riteniamo importante valorizzare un aspetto particolare del nostro agire quotidiano, rivolto alla collettività, ovvero quello della promozione di una vera e propria cultura del consumo. Quando ci rechiamo nelle scuole a parlare con i ragazzi, ci piace sottolineare questo aspetto: il ruolo di chi fa commercio equo e solidale non è importante solo nell'azione rivolta ai produttori del sud del mondo, ma soprattutto nella sensibilizzazione dei consumatori "ricchi" verso un modo di consumare intelligente e critico.

Anche quest'anno, dunque, oltre a garantire la nostra partecipazione propositiva in tutti gli spazi pubblici "aperti" (tavoli della pace, coordinamenti per l'educazione, iniziative in piazza, campagne di sensibilizzazione), abbiamo ritenuto fondamentale concentrare gli sforzi nel fornire un supporto, spesso gratuito, all'**educazione dei ragazzi**.

Due, in particolare, sono i progetti che ci hanno impegnati maggiormente: un programma svolto presso le scuole elementari di Cossato, che ha coinvolto in attività formative anche un gruppo di insegnanti e una lunga serie di incontri presso tutte le classi prime del Liceo Scientifico Avogadro di Biella, per un monte ore complessivo di 260 ore.

- Propositi di miglioramento