



**Master
Lavorare
nel non profit**



**Master “Lavorare nel non profit” - Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”
Lunaria**

in collaborazione con

l’Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale

**TUTTI I NUMERI DELL’EQUO.
LE DIMENSIONI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE IN ITALIA
2008**

Via Saffi 42, 61029 Urbino (PU)
Tel. 0722-305506, fax 0722 305550, e-mail: master-nonprofit@uniurb.it
www.uniurb.it/master-nonprofit

INDICE

1. Presentazione e sintesi	4
2. La metodologia utilizzata.....	5
2.1. La costruzione del database.....	5
3. L'analisi dei dati.....	7
3.1. Le organizzazioni di commercio equo e solidale	7
3.2. Le organizzazioni di commercio equo e solidale socie dell'Assemblea Generale Italiana di Commercio Equo e Solidale	14
3.3. Uno sguardo generale	22
4. Conclusioni	23
Bibliografia	25

INDICE DELLE TABELLE

Tab. 1 -La tipologia e gli addetti delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)	7
Tab. 2 - I settori di attività economica delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)	8
Tab. 3 - Il periodo d'inizio dell'attività delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)	9
Tab. 4 – Il periodo d'inizio dell'attività per settore di attività economica delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali).....	9
Tab. 5 – Il periodo d'inizio dell'attività delle organizzazioni di commercio equo per regione (2005; valori assoluti e percentuali)	10
Tab. 6 - La distribuzione regionale delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)	11
Tab. 7 – L'attività economica delle organizzazioni di commercio equo per regione (2005; valori assoluti e percentuali)	12
Tab. 8 – Le classi di addetti e la natura delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)	13
Tab. 9 – La classe di addetti e il settore di attività economica delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali).....	13
Tab. 10 – Il numero di unità e di addetti e il valore della produzione nelle centrali di importazione e nelle imprese di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali) ..	14
Tab. 11 - La tipologia e gli addetti delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali)	14
Tab. 12 - I settori di attività economica delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).....	15
Tab. 13 – Il periodo d'inizio delle attività delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).....	16
Tab. 14 – Il periodo d'inizio dell'attività per settore di attività economica delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).	16
Tab. 15 – Il periodo d'inizio delle attività delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES per regione (2005; valori assoluti e percentuali).	17

Tab. 16 - La distribuzione regionale delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).....	18
Tab. 17 – L’attività economica delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES per regione (2005; valori assoluti e percentuali).....	19
Tab. 18 – La classe di addetti e la natura delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).....	20
Tab. 19 – La classe di addetti e il settore di attività economica delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).....	21
Tab. 20 – Il numero di unità e di addetti e il valore della produzione delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).....	21

1. Presentazione e sintesi¹

Il presente Rapporto ha l'obiettivo di quantificare le dimensioni economiche e occupazionali del Commercio Equo e Solidale (CEeS) italiano, attraverso l'impiego di fonti statistiche ufficiali. Ciò costituisce un'assoluta novità nel panorama italiano ed europeo, in quanto le analisi empiriche presenti in letteratura sono basate esclusivamente su rilevazioni dirette, spesso caratterizzate da un tasso di risposta non molto elevato. Ad esempio, in Europa, gli studi condotti dalla *European Fair Trade Association* (EFTA), in collaborazione con FLO, IFAT e NEWS! forniscono una panoramica delle caratteristiche economiche e strutturali delle organizzazioni europee di CEeS, prendendo in considerazione i dati relativi al fatturato, al numero di punti vendita e degli addetti e alla percentuale di fatturato destinata alle attività educative e di marketing, rilevati attraverso la distribuzione di appositi questionari². Anche in Italia sono diverse le indagini condotte tramite rilevazioni dirette, come, ad esempio, quella di Barbetta (2006), che ha considerato un universo molto ampio di organizzazioni.³

Nel presente lavoro, grazie alla collaborazione tra l'Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale (AGICES), Lunaria e il Master "Lavorare nel non profit" dell'Università degli Studi di Urbino, è stato possibile arrivare alla individuazione di una ampia popolazione di organizzazioni, per le quali sono stati successivamente raccolti dati economici e occupazionali; un'analisi preliminare è stata presentata in Pianta *et al.* (2008).

Questo Rapporto offre un'analisi dettagliata delle diverse informazioni raccolte e approfondisce il profilo delle organizzazioni che fanno parte di AGICES. I risultati ottenuti mostrano che il Commercio Equo e Solidale riflette molte delle caratteristiche delle organizzazioni non profit e della società civile italiana: tra queste, un elevato numero di unità, un diffuso radicamento territoriale, una dimensione molto ridotta, anche per le organizzazioni di tipo imprenditoriale, pur con una certa solidità economica complessiva, fondata peraltro in larga parte sul contributo del lavoro volontario.

In particolare, i dati riportati nel presente Rapporto, segnalano una netta prevalenza delle associazioni, che rappresentano la "radice" del commercio equo e solidale, movimento che nasce come risposta concreta all'incapacità del commercio tradizionale di innescare un processo di sviluppo economico e sociale nei Paesi in Via di Sviluppo. Le organizzazioni di commercio equo presentano piccole dimensioni in termini sia di addetti che di fatturato, che

¹ Il presente rapporto è il frutto di un gruppo di lavoro composto da Michela Glorio, Mario Pianta, Elena Viganò, Anna Villa.

² L'ultima indagine pubblicata (Krier, 2005), ad esempio, è stata condotta attraverso la distribuzione di questionari alle organizzazioni europee coinvolte nel processo di importazione, certificazione e distribuzione dei prodotti del *fair trade*. I dati riguardanti le Centrali di importazione sono stati rilevati attraverso l'invio di questionari a ciascuna Centrale socia di IFAT e/o FLO; quelli relativi alle BdM, invece, sono stati reperiti tramite le Associazioni nazionali delle Botteghe del Mondo e attraverso controlli incrociati con i dati risultanti dal maggiore importatore nazionale, che di solito rifornisce tutte le Botteghe. Infine, i dati riguardanti il numero dei supermercati e dei dettaglianti che vendono prodotti a marchio "fairtrade" sono stati forniti dalle iniziative di marchio nazionali facenti capo alla *Fair Labelling Organisation* (FLO).

La rilevazione risulta, tuttavia, parzialmente rappresentativa della situazione economico-strutturale del movimento del CEeS poiché, nonostante siano incluse le realtà più rappresentative, vengono considerate solo le organizzazioni che hanno risposto al questionario (75 questionari pervenuti alle organizzazioni committenti, su un totale di 126 questionari spediti).

³ La ricerca ha interessato 347 organizzazioni, delle quali 157 hanno fornito risposte complete e 105 sono state contattate telefonicamente sulla base di un questionario abbreviato (fatturato/personale).

aumentano passando dalle associazioni alle imprese e dalle imprese, in generale, alle Centrali di importazione.

Il settore di attività economica prevalente è costituito dal commercio al dettaglio, seguito da quello delle attività associative e delle “altre attività”, commercio all’ingrosso in particolare, svolto dalle centrali d’importazione.

Per quanto riguarda la data di inizio dell’attività delle organizzazioni di CEEs, si rileva una elevata frequenza di cooperative e di associazioni nate dopo il 1996, accanto a un gruppo significativo di imprese cooperative nate prima del 1991. Queste unità, seppur diffuse soprattutto nelle regioni settentrionali (come segnalato dal numero di organizzazioni e di addetti), mostrano un discreto radicamento su tutto il territorio nazionale.

Le organizzazioni analizzate appaiono caratterizzate da piccole e piccolissime dimensioni occupazionali ed economiche e da una debole efficienza, evidenziata dai bassi valori della produzione per addetto, che rappresentano un forte ostacolo allo sviluppo del CEEs italiano, pregiudicando la possibilità di intraprendere un percorso di crescita e di “uscita dalla nicchia”.

2. La metodologia utilizzata

L’individuazione della popolazione di organizzazioni di commercio equo è ostacolata, in Italia, dal fatto che attività di commercio equo sono svolte da una pluralità di soggetti che presentano una natura giuridica diversa e che, spesso, affiancano tale attività alla gestione di iniziative non commerciali, in genere di tipo socio-culturale. Fenomeno culturalmente e territorialmente differenziato, il CEEs sfugge, infatti, a una rigida schematizzazione e ciò si traduce, sul piano metodologico, in una particolare difficoltà nell’identificare con precisione l’universo delle organizzazioni “di” commercio equo e solidale. La quantificazione delle dimensioni economiche è complicata anche dal fatto che, negli ultimi anni, la vendita di questi prodotti è stata realizzata non solo mediante il circuito tradizionale Centrale-Bottega del Mondo⁴, ma anche attraverso canali “alternativi” (come quelli dei Gruppi di Acquisto Solidale) e imprese profit, del dettaglio tradizionale (alimentari, bar e ristoranti, erboristerie...), che hanno dimostrato un crescente interesse nel completare il proprio assortimento con beni che rispondono alle richieste di consumatori sensibili ai temi della giustizia sociale e della gestione sostenibile delle risorse naturali.

2.1. La costruzione del database

L’anno di riferimento dei dati è il 2005.

La popolazione iniziale è stata individuata attraverso elenchi forniti da organizzazioni di CEEs e informazioni pubblicate sui siti web, completati e verificati in collaborazione con AGICES. In particolare, per assicurare che l’insieme delle organizzazioni di commercio equo e solidale confluite nella base di dati finale fosse il più ampio e accurato possibile, è stata realizzata una serie di verifiche e di riscontri, consultando testimoni privilegiati, sia direttamente, sia attraverso interviste telefoniche, sia realizzando ricerche in rete.

Attraverso questa procedura, è stata individuata una popolazione pari a 379 organizzazioni dedite, nel corso del 2005, ad attività riconducibili al commercio equo e solidale.

⁴ Per Centrale s’intende l’organizzazione che cura le relazioni di importazione dai gruppi di produttori dei Paesi in Via di Sviluppo. La Bottega del Mondo, invece, è l’organizzazione che distribuisce e commercializza i prodotti del Commercio Equo e Solidale (importati direttamente o attraverso le centrali di importazione), produce materiale informativo e promuove campagne di sensibilizzazione. La singola organizzazione “Bottega del Mondo” può avere più punti vendita. Sia le Centrali di Importazione che le Botteghe del Mondo, in Italia, sono organizzazioni senza fini di lucro e hanno l’obbligo del reinvestimento degli utili.

Allo scopo di standardizzare (e verificare) le informazioni rilevate presso gli archivi settoriali, sono state utilizzate anche le nomenclature e le classificazioni ufficiali prodotte dall'Istat. In alcuni casi, informazioni aggiuntive sono state riscontrate a partire dai dati ufficiali messi a disposizione del pubblico dalle Camere di Commercio (principalmente attraverso Infocamere), soprattutto per sistematizzare i dati relativi alle dimensioni delle organizzazioni e quelli utili per la determinazione dell'attività economica da esse svolta in via prevalente (in base alla Classificazione Ateco 2002). Questo processo ha consentito di costruire una base di dati di natura statistica, relativa alle unità individuate. Inoltre, è stata introdotta una distinzione, piuttosto rilevante, tra unità economicamente significative con presenza di dipendenti e, per altro verso, unità che svolgono la loro attività su base volontaria o attraverso il coinvolgimento esclusivo dei soci.

Sebbene le unità incluse nel database non costituiscano un universo univoco ed ufficiale, peraltro, difficile da individuare e da rilevare, sulla base delle definizioni e dei dati amministrativi disponibili, esse rappresentano una grandissima parte del CEEs italiano, comprendendo tutte le organizzazioni di maggiori dimensioni economiche. L'insieme delle organizzazioni considerate è, in ogni caso, sufficientemente ampio da assicurare un adeguato approfondimento e un miglioramento della qualità generale delle informazioni analizzate, rispetto ad analoghe ricerche svolte in precedenza.

Successivamente, dal database generale sono state estratte le 106 unità che, al 31 dicembre 2005, risultavano socie di AGICES5. Si tratta di organizzazioni che svolgono attività di importazione e di vendita (all'ingrosso e/o al dettaglio) secondo i criteri del fair trade e che costituiscono sicuramente la parte più rilevante del commercio equo e solidale italiano.

Per le diverse organizzazioni, operanti in tutte le regioni italiane, sono stati raccolti dati relativi a forma giuridica, regione e provincia (per quanto riguarda la distribuzione territoriale), anno di inizio dell'attività, attività economica prevalente secondo la classificazione ATECO 2002, valore della produzione e addetti.

Relativamente alle fonti statistiche, per le dimensioni organizzative ed economiche (quindi produzione e addetti) e la classe di attività economica sono stati utilizzati dati ISTAT e Infocamere (Camere di Commercio).

Per quanto riguarda le diverse forme giuridiche censite, si è provveduto a una riclassificazione che abbiamo definito "natura giuridica" delle organizzazioni, in modo tale da sottolineare la distinzione tra le forme organizzative più spiccatamente imprenditoriali (cooperative, società in accomandita semplice, società a responsabilità limitata) che sono state denominate come imprese e quelle associative (associazioni, fondazioni), riclassificate come associazioni.

Un'ulteriore classificazione effettuata è quella che ha considerato separatamente le Centrali d'importazione. Si tratta di una classificazione per "funzione prevalente", in quanto attività di importazione diretta sono svolte anche da diverse Botteghe del Mondo, in genere, con

⁵ L'adesione ad AGICES è subordinata al rispetto di una serie di criteri e indicatori oggettivi, concreti e verificabili come, ad esempio, la natura non profit, la presenza di strutture democratiche e trasparenti all'interno dell'organizzazione e nei processi decisionali, il numero e tipo di attività commerciali che generano ricavi, il numero di volontari che collaborano con l'ente, i criteri di selezione dei soggetti convenzionali coinvolti nel processo produttivo, la scelta dei canali di vendita, l'informazione e il prezzo trasparente ai consumatori etc. Questi rappresentano la trasposizione operativa dei principi generali contenuti nella Carta dei Criteri; per aderire al Registro, infatti, le organizzazioni devono compilare un questionario (Modulo di Autovalutazione dei Criteri Fondamentali, indispensabili per l'ammissione all'Associazione, e dei Criteri Importanti, necessari per l'iscrizione al Registro allegando la documentazione richiesta), affinché sia possibile verificare, attraverso attività di controllo, il soddisfacimento dei criteri necessari all'ammissione.

l'obiettivo di promuovere un maggiore coinvolgimento dei soci. Sebbene l'AGICES, nella revisione della Carta dei Criteri del 2003, abbia eliminato questa separazione riferendosi, in generale, a "organizzazioni di commercio equo", in questo Rapporto si è ritenuto opportuno esplicitare il dato relativo alle Centrali in quanto si tratta, nelle maggior parte dei casi, di imprese con caratteristiche occupazionali e funzionali abbastanza diverse rispetto a quelle delle organizzazioni "Botteghe del Mondo", che si occupano prevalentemente di vendita al dettaglio.

Per le organizzazioni che hanno forma di impresa (cooperative, cooperative sociali, consorzi, società di capitali) è stata utilizzata la banca dati delle Camere di Commercio, dalla quale sono stati ottenuti i dati sul valore della produzione e altre informazioni sull'attività economica. I dati relativi al valore della produzione e agli aspetti economici per le associazioni, invece, provengono dal database di AGICES. Inoltre, sempre attraverso AGICES è stato possibile ottenere informazioni aggiuntive sul numero di punti vendita collegati a ciascuna organizzazione e sullo svolgimento di attività di importazione diretta.

3. L'analisi dei dati

L'analisi è stata condotta in riferimento all'insieme di organizzazioni incluse nel database generale e, successivamente, a quelle socie di AGICES.

In generale, i dati riportati nelle diverse tabelle sono distinti per tipologia giuridica delle organizzazioni, riclassificata come natura delle organizzazioni (associazioni, cooperative), e per funzione delle organizzazioni (Centrale d'importazione e Bottega del Mondo).

3.1. Le organizzazioni di commercio equo e solidale

Come è possibile rilevare dalla tabella 1, il database "generale" è costituito da 379 organizzazioni, tra le quali si hanno in prevalenza associazioni (53,6%). Tale tipologia è diffusa, in particolare, tra le Botteghe del Mondo; le Centrali d'importazione, invece, sono tutte imprese. Molto differenziato appare il relativo livello occupazionale: le Centrali d'importazione presentano, infatti, con un numero medio di addetti per unità pari a 20, le maggiori dimensioni in termini di occupati, mentre tra le Botteghe le imprese, che rappresentano il 43,5% del totale delle organizzazioni, impiegano il 61,5% degli occupati, dando occupazione, in media, a 7 addetti per unità. Molto più basso è, invece, il valore medio degli addetti per associazione, pari a 2. Ciò testimonia il fatto che, in generale, il passaggio da associazione a cooperativa si accompagna non solo a una maggiore rilevanza dell'attività commerciale ma anche all'assunzione di personale che risponde alla richiesta di una maggiore professionalizzazione.

Tab. 1 - La tipologia e gli addetti delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)

Natura delle organizzazioni	Unità		Addetti		Addetti/unità
	n.	%	n.	%	n.
Imprese	176	46,4	1339	73,5	8
Associazioni	203	53,6	490	26,8	2
TOTALE	379	100,0	1829	100,0	5
Funzione delle organizzazioni	Unità		Addetti		Addetti/unità
	n.	%	n.	%	n.
Centrali d'importazione	11	2,9	215	11,7	20
Botteghe del Mondo					
Imprese	165	43,5	1124	61,5	7
Associazioni	203	53,6	490	26,8	2
TOTALE	379	100,0	1829	100,0	5

In riferimento ai dati relativi all'attività svolta dalle organizzazioni di commercio equo, riportati nella tabella 2, risulta che oltre la metà della loro attività prevalente consiste nel commercio al dettaglio (57%), mentre la restante parte è suddivisa tra le attività riguardanti lo svolgimento di attività associativa (23,7%) e altre attività (19,3%), settore, quest'ultimo, che include molteplici voci, quali, ad esempio, il commercio all'ingrosso e l'intermediazione del commercio, l'istruzione, i servizi alle famiglie o alle imprese.

Il settore di appartenenza varia, poi, in base alla tipologia delle unità considerate. In particolare, le organizzazioni che hanno forma giuridica di impresa rispondono maggiormente a logiche di mercato, incentrando la loro attività sulla commercializzazione dei prodotti (68,8%) e su altre attività (27,8%) e quasi per nulla sullo svolgimento di attività proprie delle associazioni (3,4%). Al contrario, le associazioni, pur occupandosi della distribuzione dei prodotti del commercio equo in maniera considerevole (46,8%) e di "altre attività" (11,8%), dedicano risorse ed energie alle attività riguardanti la propria associazione per una percentuale considerevolmente più elevata che raggiunge il 41,4%.

Per le Centrali di importazione, invece, è necessaria un'ulteriore precisazione poiché, nonostante appartengano alla categoria delle imprese, e svolgano, quindi, una maggiore attività commerciale e di vendita rispetto a quella associativa (9,1%), gran parte della loro attività non risiede nella vendita al dettaglio (36,4%) bensì nella voce che comprende altre attività (54,5%); questo può essere spiegato con il fatto che, oltre ad occuparsi dello sviluppo dei progetti commerciali, dell'attivazione delle relazioni commerciali con i produttori e con i trasformatori dei prodotti, le Centrali svolgono prevalentemente attività di vendita all'ingrosso e solo di rado svolgono attività di vendita al dettaglio attraverso propri punti vendita. La vendita al dettaglio dei prodotti, infatti, viene generalmente effettuata dalle organizzazioni distributrici che sono le Botteghe del Mondo.

Tab. 2 - I settori di attività economica delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)

Natura delle organizzazioni	Settore di attività economica					
	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività	
	n.	%	n.	%	n.	%
Imprese	121	68,8	6	3,4	49	27,8
Associazioni	95	46,8	84	41,4	24	11,8
TOTALE	216	57,0	90	23,7	73	19,3
Funzione delle organizzazioni	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività	
	n.	%	n.	%	n.	%
	Centrali d'importazione	4	36,4	1	9,1	6
Botteghe del Mondo						
Imprese	117	70,9	5	3,0	43	26,1
Associazioni	95	46,8	84	41,4	24	11,8
TOTALE	216	57,0	90	23,7	73	19,3

La tabella 3 riporta i dati relativi all'anno di inizio delle attività delle organizzazioni considerate.

Tab. 3 - Il periodo d'inizio dell'attività delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)

Natura delle organizzazioni	Periodo di inizio dell'attività							
	Fino al 1990		Dal 1991 al 1995		Dal 1996 al 2000		Oltre il 2001	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Imprese	32	18,2	43	24,4	41	23,3	60	34,1
Associazioni	18	8,9	60	29,6	65	32,0	60	29,6
TOTALE	50	13,2	103	27,2	106	28,0	120	31,7

Funzione delle organizzazioni	Periodo di inizio dell'attività							
	Fino al 1990		Dal 1991 al 1995		Dal 1996 al 2000		Oltre il 2001	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Centrali d'importazione	3	27,3	4	36,4	2	18,2	2	18,2
Botteghe del Mondo								
Imprese	29	17,6	39	23,6	39	23,6	58	35,2
Associazioni	18	8,9	60	29,6	65	32,0	60	29,6
TOTALE	50	13,2	103	27,2	106	28,0	120	31,7

Accanto alla presenza di un significativo numero di imprese e associazioni attive sin dal periodo precedente al 1990, i dati segnalano l'espansione del commercio equo italiano nel corso degli anni '90, quando sono entrate in attività ben 209 organizzazioni, pari al 55,2% del totale. Questo trend positivo si è confermato negli anni successivi al 2001, che hanno visto nascere 120 nuove unità, tra imprese e associazioni. Un dato importante da evidenziare, per le Botteghe del Mondo, è rappresentato dall'aumento della quota di cooperative sul totale, passate dal 23,6%, nel periodo 1991-2000, al 35,2%, negli anni successivi al 2001.

Se si considera il tipo di settore di attività economica delle organizzazioni entrate in attività nei diversi periodi considerati, riportato nella tabella 4, è possibile rilevare che la maggior parte di esse appartiene al settore del commercio al dettaglio (216 organizzazioni su un totale di 379, pari al 57%); e ciò vale, in particolare, per gli anni '90 quando circa il 60% delle nuove organizzazioni apparteneva a tale settore. In particolare, è da sottolineare che tra le organizzazioni che si sono costituite prima del 1990, il 50% si dedica alla vendita al dettaglio, il 16% svolge attività di tipo associativo e il 34% si dedica alle "altre attività". Ciò non si riscontra nelle organizzazioni di più recente costituzione, tra le quali il 60% circa fa della vendita al dettaglio l'attività principale; tra queste, aumenta la quota di quelle che si dedicano alle attività associative, che passa dal 22,3%, nel periodo 1991-1995, al 27,5%, nel periodo 1996-2000, e diminuisce la quota delle organizzazioni che si dedicano ad "altre attività" che, dagli anni '90 in poi, si attesta su valori compresi tra il 16% e il 17,5%. Questa differenza può essere spiegata dal fatto che tra le organizzazioni che si sono costituite prima degli anni '90 sono incluse tre importanti Centrali di importazione, per le quali più della metà della loro attività è compresa nella voce "altre attività", come risulta dalla tabella 2.

Tab. 4 - Il periodo d'inizio dell'attività per settore di attività economica delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)

Periodo d'inizio delle attività	Settore di attività economica							
	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività		TOTALE	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Fino al 1990	25	50,0	8	16,0	17	34,0	50	100,0
Dal 1991 al 1995	62	60,2	23	22,3	18	17,5	103	100,0
Dal 1996 al 2000	63	59,4	26	24,5	17	16,0	106	100,0
Oltre il 2001	66	55,0	33	27,5	21	17,5	120	100,0
TOTALE	216	57,0	90	23,7	73	19,3	379	100,0

Analizzando i dati relativi al periodo d'inizio d'attività per singola regione, riportati nella tabella 5, si evidenzia la discreta eterogeneità esistente tra le diverse aree del Paese e, soprattutto, si può seguire la diffusione del commercio equo dal Nord al Sud. In primo luogo, si può osservare come le regioni del Nord, presentino, nel periodo antecedente al 1990, un numero generalmente più elevato di organizzazioni rispetto a quelle centro-meridionali. In questo periodo, infatti, risultano in attività un numero di organizzazioni che va dal 13,5% di quelle totali della Lombardia, al 28,6% di quelle del Trentino Alto Adige. Particolarmente intensa appare, poi, la crescita del numero di unità nella prima parte degli anni '90. Nelle regioni del Centro-Sud, invece, nel periodo antecedente al 1990, si rileva o l'assenza o una presenza molto scarsa di organizzazioni, salvo che nel caso delle Marche, della Sicilia e della Sardegna, mentre, nella seconda parte degli anni '90 e dopo il 2001, si osserva una nascita intensa di nuove unità.

Tab. 5 – Il periodo d'inizio dell'attività delle organizzazioni di commercio equo per regione (2005; valori assoluti e percentuali)

Regioni	Periodo d'inizio dell'attività								Totale
	Fino al 1990		Dal 1991 al 1995		Dal 1996 al 2000		Oltre il 2001		
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	
Piemonte	6	19,4	9	29,0	14	45,2	2	6,5	31
Valle d'Aosta	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1
Lombardia	12	13,5	34	38,2	28	31,5	15	16,9	89
Trentino-Alto Adige	2	28,6	3	42,9	2	28,6	0	0,0	7
Veneto	7	22,6	13	41,9	7	22,6	4	12,9	31
Friuli-Venezia Giulia	2	22,2	3	33,3	2	22,2	2	22,2	9
Liguria	2	14,3	5	35,7	2	14,3	5	35,7	14
Emilia-Romagna	5	20,8	7	29,2	5	20,8	7	29,2	24
Toscana	4	12,1	8	24,2	7	21,2	14	42,4	33
Umbria	0	0,0	1	16,7	1	16,7	4	66,7	6
Marche	1	33,3	1	33,3	0	0,0	1	33,3	3
Lazio	2	5,0	6	15,0	10	25,0	22	55,0	40
Abruzzo	1	9,1	4	36,4	3	27,3	3	27,3	11
Molise	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100	3
Campania	0	0,0	1	8,3	4	33,3	7	58,3	12
Puglia	2	6,5	3	9,7	13	41,9	13	41,9	31
Basilicata	0	0,0	1	33,3	2	66,7	0	0,0	3
Calabria	0	0,0	0	0,0	2	28,6	5	71,4	7
Sicilia	3	18,8	3	18,8	3	18,8	7	43,8	16
Sardegna	1	12,5	0	0,0	1	12,5	6	75,0	8
TOTALE	50	13,2	103	27,2	106	28,0	120	31,7	379

Allo scopo di analizzare in modo più approfondito la distribuzione territoriale delle organizzazioni, nella tabella 6, i dati assoluti sono stati normalizzati considerando la popolazione residente in ciascuna regione nell'anno di riferimento.

Tab. 6 - La distribuzione regionale delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)

Regione	Unità		Addetti		Organizzazioni / 100mila ab.	Popolazione
	n.	%	n.	%		
Piemonte	31	8,2	241	13,2	0,72	4.330.172
Valle d'Aosta	1	0,3	5	0,3	0,81	122.868
Lombardia	89	23,5	365	20,0	0,95	9.393.092
Trentino-Alto Adige	7	1,8	117	6,4	0,72	974.613
Veneto	31	8,2	173	9,5	0,66	4.699.950
Friuli-Venezia Giulia	9	2,4	79	4,3	0,75	1.204.718
Liguria	14	3,7	56	3,1	0,88	1.592.309
Emilia-Romagna	24	6,3	333	18,2	0,58	4.151.369
Toscana	33	8,7	131	7,2	0,92	3.598.269
Umbria	6	1,6	14	0,8	0,70	858.938
Marche	3	0,8	8	0,4	0,20	1.518.780
Lazio	40	10,6	88	4,8	0,76	5.269.972
Abruzzo	11	2,9	18	1,0	0,85	1.299.272
Molise	3	0,8	5	0,3	0,93	321.953
Campania	12	3,2	28	1,5	0,21	5.788.986
Puglia	31	8,2	64	3,5	0,76	4.068.167
Basilicata	3	0,8	4	0,2	0,50	596.546
Calabria	7	1,8	9	0,5	0,35	2.009.268
Sicilia	16	4,2	72	3,9	0,32	5.013.081
Sardegna	8	2,1	19	1,0	0,48	1.650.052
ITALIA	379	100,0	1.829	100,0	0,65	58.462.375

Nel complesso, è possibile osservare come, in Italia, siano attive 0,65 organizzazioni di commercio equo ogni 100 mila abitanti e come tale rapporto tenda ad essere più elevato nelle regioni settentrionali rispetto a quelle centrali e meridionali. In particolare, la Lombardia detiene il primato con ben 89 organizzazioni che corrispondono a quasi una organizzazione ogni 100 mila abitanti (0,95); la presenza di organizzazioni è comunque forte in tutte le regioni del nord come in Liguria (0,88), Valle D'Aosta (0,81), Friuli Venezia Giulia (0,75), Piemonte e Trentino Alto Adige (0,72) e Veneto (0,66).

Per quanto riguarda il centro le regioni a più alta densità di organizzazioni di Commercio Equo sono la Toscana che, con 33 organizzazioni, ha una densità di poco inferiore alla Lombardia (0,92), l'Abruzzo (0,85) e il Lazio che nonostante conti 40 organizzazioni a causa dell'elevata popolazione ha una densità dello 0,76, di poco superiore all'Umbria che ne presenta solamente 6 (0,70). Le Marche, invece, che contano solamente 3 organizzazioni di commercio equo su una popolazione di circa un milione e mezzo di abitanti, presentano un numero molto basso (pari a 0,20) di organizzazioni ogni 100.000 abitanti.

Nelle regioni del Sud Italia, il Molise presenta una densità di organizzazioni molto elevata (0,93), dovuta alla scarsa popolazione che vi abita, mentre l'Abruzzo e la Puglia, con valori rispettivamente pari a 0,85 e 0,76, si avvicinano ai valori delle regioni settentrionali. Per il resto, a parte la Basilicata e la Sardegna, che presentano una densità di circa 0,50 organizzazioni per 100.000 abitanti, le altre regioni sono caratterizzate da valori molto inferiori; ciò è quanto si verifica in Campania (0,21), Sicilia (0,32), Calabria (0,35).

Se si considerano, poi, i dati riportati nella tabella 7, relativi alla distribuzione, per regione italiana, delle organizzazioni di commercio equo appartenenti ai diversi settori di attività economica si rileva una generale prevalenza di organizzazioni che svolgono attività di commercio al dettaglio. Fanno eccezione regioni come la Toscana, la Campania e la Calabria, dove si registra una prevalenza di organizzazioni che svolgono attività di tipo associativo.

Tab. 7 – L'attività economica delle organizzazioni di commercio equo per regione (2005; valori assoluti e percentuali)

Regioni	Settore di attività economica						Totale	
	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività			
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Piemonte	18	58,1	7	22,6	6	19,4	31	100,0
Valle d'Aosta	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Lombardia	60	67,4	17	19,1	12	13,5	89	100,0
Trentino-Alto Adige	6	85,7	0	0,0	1	14,3	7	100,0
Veneto	20	64,5	3	9,7	8	25,8	31	100,0
Friuli-Venezia Giulia	6	66,7	0	0,0	3	33,3	31	100,0
Liguria	8	57,1	3	21,4	3	21,4	14	100,0
Emilia-Romagna	15	62,5	5	20,8	4	16,7	24	100,0
Toscana	11	33,3	14	42,4	8	24,2	33	100,0
Umbria	6	100,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0
Marche	2	66,7	1	33,3	0	0,0	3	100,0
Lazio	19	47,5	11	27,5	10	25,0	40	100,0
Abruzzo	6	54,5	4	36,4	1	9,1	11	100,0
Molise	2	66,7	1	33,3	0	0,0	3	100,0
Campania	3	25,0	7	58,3	2	16,7	12	100,0
Puglia	15	48,4	9	29,0	7	22,6	31	100,0
Basilicata	2	66,7	0	0,0	1	33,3	3	100,0
Calabria	2	28,6	4	57,1	1	14,3	7	100,0
Sicilia	10	62,5	1	6,3	5	31,3	16	100,0
Sardegna	4	50,0	3	37,5	1	12,5	8	100,0
TOTALE	216	57,0	90	23,7	73	19,3	379	100,0

In alcune regioni come Valle d'Aosta, Umbria e Marche l'attività delle organizzazioni di commercio equo è riconducibile esclusivamente all'attività di vendita al dettaglio, non essendo accompagnata né da attività di tipo associativo, né da attività di altro tipo comprese nella voce "altre attività"

Le "altre attività" presentano valori eterogenei fra le regioni, raggiungendo valori elevati in alcune regioni, come Friuli Venezia Giulia e Basilicata (33,3%) e Sicilia (31,3%) e valori minimi in Abruzzo (9,1%).

Considerando la distribuzione delle organizzazioni per classe di addetti, riportati nella tabella 8, è possibile evidenziare in modo più specifico le ridotte dimensioni sia delle imprese che, soprattutto, delle associazioni, presenti, in prevalenza, nelle classi con minor numero di addetti. Il 40,9% delle imprese appartiene, infatti, alla classe con numero di addetti compreso tra 0 e 2, classe della quale fa parte ben il 95,1% delle associazioni. Il resto delle imprese si distribuisce abbastanza uniformemente nelle classi intermedie (con numero di addetti compreso tra 3 e 6 e tra 7 e 15), mentre nella classe con più di 16 addetti si trova l'11,4% del totale. Una distribuzione simile si trova anche tra le Botteghe del mondo. Per le Centrali, invece, le classi più rappresentate sono quelle con numero di addetti compreso tra 7 e 15 (45,5%) e superiore a 16 (27,3%).

Tab. 8 – Le classi di addetti e la natura delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)

Classe di addetti	Natura delle organizzazioni						Totale	
	Imprese		Associazioni		n.	%		
	n.	%	n.	%				
Da 0 a 2	72	40,9	193	95,1	265	69,9		
Da 3 a 6	40	22,7	7	3,4	47	12,4		
Da 7 a 15	44	25,0	2	1,0	46	12,1		
Oltre 16	20	11,4	1	0,5	21	5,5		
Totale	176	100,0	203	100,0	379	100,0		

Classe di addetti	Funzione delle organizzazioni						Totale	
	Imprese		Associazioni		Centrali d'importazione			
	n.	%	n.	%	n.	%		
Da 0 a 2	70	42,4	193	95,1	2	18,2	265	69,9
Da 3 a 6	39	23,6	7	3,4	1	9,1	47	12,4
Da 7 a 15	39	23,6	2	1,0	5	45,5	46	12,1
Oltre 16	17	10,3	1	0,5	3	27,3	21	5,5
TOTALE	165	100,0	203	100,0	11	100,0	379	100,0

Nella tabella 9 sono riportati i dati relativi alla distribuzione delle organizzazioni di commercio equo per classe di addetti e per settore di attività economica.

Tab. 9 – La classe di addetti e il settore di attività economica delle organizzazioni di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)

Classe di addetti	Settore di attività economica						Totale	
	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività			
	n.	%	n.	%	n.	%		
Da 0 a 2	145	54,7	86	32,5	34	12,8	265	100,0
Da 3 a 6	30	63,8	3	3,0	14	29,8	47	100,0
Da 7 a 15	36	78,3	0	0,0	10	21,7	46	100,0
Oltre 16	5	23,8	1	4,8	15	71,4	21	100,0
TOTALE	216	57,0	90	23,7	73	19,3	379	100,0

In generale, è possibile osservare come le organizzazioni di minori dimensioni svolgano soprattutto attività di commercio al dettaglio; ciò vale soprattutto per quelle che appartengono alle classi con numero di addetti compreso tra 3 e 6 (63,8% delle organizzazioni totali) e tra 7 e 15 (78,3% delle organizzazioni totali). Nella classe dimensionale con numero di addetti compreso tra 0 e 2, si rileva anche una discreta presenza di organizzazioni che svolgono attività di tipo associativo (32,5% del totale). Attività di altro tipo sono svolte, invece, dal 71,4% delle organizzazioni di maggiori dimensioni.

Interessanti sono, infine, i dati sul valore della produzione (totale, per unità e per addetto) relativi alle Centrali d'importazione e alle imprese riportati nella tabella 10.

Tab. 10 – Il numero di unità e di addetti e il valore della produzione nelle centrali di importazione e nelle imprese di commercio equo (2005; valori assoluti e percentuali)

Natura delle organizzazioni	Unità		Addetti		Produzione		Produzione/unità		Produzione /addetti
	n.	%	n.	%	(euro)	%	(euro/unità)	(euro/addetto)	
Centrali d'importazione	11	215	16,0	45.932.638	44,5	4.175.694	213.889		
Imprese	165	1.124	84,0	57.401.365	55,5	347.887	51.069		
TOTALE	176	1.339	100,0	103.334.003	100,0	587.125	77.187		

Il fatturato totale del settore (al netto di quello delle associazioni), nel 2005, è stimato intorno a 103 milioni di euro. In particolare, il 44,5% del fatturato totale, pari a quasi 46 milioni di euro, è imputabile alle centrali, mentre quello delle imprese/Botteghe del Mondo è di oltre 57 milioni di euro. Notevole è, poi, la differenza tra il valore della produzione per unità delle centrali e quello delle Botteghe: nelle prime, tale valore è superiore a 4 milioni di euro, decisamente molto più elevato di quello delle Botteghe del Mondo, pari a circa 347.000 euro. Analoghe differenze si possono riscontrare per quanto riguarda il valore della produzione per addetto, che passa da 213.889 euro, nel caso delle centrali, a 51.069 euro per le Botteghe. Tali valori non appaiono molto distanti da quelle di molte altre realtà del non profit italiano. Va, peraltro, sottolineato che la possibilità delle Botteghe di “restare sul mercato”, sebbene in una posizione di forte marginalità, è garantita solo dal largo impiego di lavoro volontario e, molto spesso, dall'uso di strutture immobiliari di tipo non commerciale, che consentono un deciso contenimento dei costi.

3.2. Le organizzazioni di commercio equo e solidale socie dell'Assemblea Generale Italiana di Commercio Equo e Solidale

L'analisi svolta in questo paragrafo è riferita all'insieme delle organizzazioni che, nel 2005, risultavano socie di AGICES.

La tabella 11 presenta alcune informazioni relative alla natura di tali organizzazioni e al loro numero di addetti.

Tab. 11 - La tipologia e gli addetti delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali)

Natura delle organizzazioni	Unità		Addetti		Addetti/unità
	n.	%	n.	%	n.
Imprese	70	66,0	618	68,7	9
Associazioni	36	34,0	282	31,3	8
TOTALE	106	100,0	900	100,0	8
Funzione delle organizzazioni	Unità		Addetti		Addetti/unità
	n.	%	n.	%	n.
Centrali d'importazione	10	9,4	204	22,7	20
Botteghe del Mondo					
Imprese	60	56,6	414	46,0	7
Associazioni	36	34,0	282	31,3	8
TOTALE	106	100,0	900	100,0	8

Dalla tabella, è possibile evidenziare che, su un totale di 106 organizzazioni iscritte ai registri AGICES, si hanno soprattutto imprese (66%) che, rispetto alle associazioni, presentano dimensioni occupazionali leggermente superiori; i loro addetti rappresentano, infatti, il 68,7% del totale, mentre il numero medio di addetti per unità è pari a 9.

Le 10 centrali censite, che costituiscono il 9,4% del totale, sono caratterizzate da dimensioni medie ancora più elevate (pari, in media, a 20 addetti per unità), occupando ben il 22,7% degli addetti. Si tratta, tuttavia, di imprese molto diversificate da un punto di vista

dimensionale. Tra queste si hanno, infatti, imprese di elevate dimensioni, accanto a realtà di piccolissime dimensioni con una struttura organizzativa assimilabile a una Bottega del Mondo di sola distribuzione.

Anche tra le Botteghe del Mondo, si hanno soprattutto imprese (56,6% del totale) che presentano, in media, 7 addetti per unità. In questo caso, le associazioni presentano dimensioni medie in termini di addetti leggermente superiori a quelle delle imprese.

La tabella 12 distingue le unità rilevate in base al settore di attività economica (Ateco), individuando, in particolare, l'appartenenza alla categoria del commercio al dettaglio, delle attività di organizzazioni associative o delle "altre attività".

Tab. 12 - I settori di attività economica delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali)

Natura delle organizzazioni	Settore di attività economica					
	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività	
	n.	%	n.	%	n.	%
Imprese	52	74,3	1	1,4	17	24,3
Associazioni	21	58,3	12	33,3	3	8,3
TOTALE	73	68,9	13	12,3	20	18,9
Funzione delle organizzazioni	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività	
	n.	%	n.	%	n.	%
	Centrali d'importazione	3	30,0	1	10,0	6
Botteghe del Mondo						
Imprese	49	81,7	0	0,0	11	18,3
Associazioni	21	58,3	12	33,3	3	8,3
TOTALE	73	68,9	13	12,3	20	18,9

Come avviene per l'insieme delle organizzazioni di commercio equo considerate in questo lavoro, anche per i soci AGICES, la maggior parte delle imprese e delle associazioni appartengono al settore del commercio al dettaglio (68,9%) mentre quote più ridotte appartengono a settori che svolgono attività di organizzazioni associative (12,3%) e al settore "altre attività" (18,9%). Le organizzazioni del comparto hanno, quindi, un carattere spiccatamente commerciale, anche se resta significativa l'interazione con iniziative di tipo socio-culturale. Se si considerano, in particolare, le centrali d'importazione è possibile rilevare che il 60% di esse appartiene al settore delle "altre attività".

Un'altra informazione rilevante è quella che attiene alla data d'inizio delle attività, riportata nella tabella 13.

Tab. 13 – Il periodo d'inizio delle attività delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).

Natura delle organizzazioni	Periodo di inizio dell'attività							
	Fino al 1990		dal 1991 al 1995		dal 1996 al 2000		oltre il 2001	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Imprese	10	14,3	23	32,9	21	30,0	16	22,9
Associazioni	4	11,1	11	30,6	13	36,1	8	22,2
TOTALE	14	13,2	34	32,1	34	32,1	24	22,6

Funzione delle organizzazioni	Periodo di inizio dell'attività							
	Fino al 1990		dal 1991 al 1995		dal 1996 al 2000		oltre il 2001	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Centrali d'importazione	3	30,0	4	40,0	2	20,0	1	10,0
Botteghe del Mondo								
Imprese	7	11,7	19	31,7	19	31,7	15	25,0
Associazioni	4	11,1	11	30,6	13	36,1	8	22,2
TOTALE	14	13,2	34	32,1	34	32,1	24	22,6

Il 13,2% delle organizzazioni ha iniziato le proprie attività nel periodo antecedente il 1990; la maggior parte di esse (64,2%) è nata nel corso degli anni '90 e il 22,6% negli anni successivi al 2001. Una dinamica sostanzialmente simile si è avuta sia per le Centrali che per le Botteghe del Mondo. Per quest'ultime, in particolare, si può rilevare una prevalenza della nascita di cooperative, soprattutto nell'ultima fase del periodo considerato.

Per quanto riguarda le informazioni relative all'inizio dell'attività e al settore economico di appartenenza delle nuove organizzazioni che aderiscono ad AGICES, riportate nella tabella 14, si osserva come, in generale, in tutti i periodi considerati, la maggior parte di esse svolga attività di commercio al dettaglio.

Tab. 14 – Il periodo d'inizio dell'attività per settore di attività economica delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).

Periodo di inizio delle attività	Settore di attività economica						Totale	
	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività			
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Fino al 1990	10	71,4	1	7,1	3	21,4	14	100,0
Dal 1991 al 1995	20	58,8	5	14,7	9	26,5	34	100,0
Dal 1996 al 2000	29	85,3	3	8,8	2	5,9	34	100,0
Oltre il 2001	14	58,3	4	16,7	6	25,0	24	100,0
TOTALE	73	68,9	13	12,3	20	18,9	106	100,0

Il periodo d'inizio dell'attività dei soci AGICES è abbastanza diverso a seconda delle regioni considerate, come è possibile rilevare dalla tabella 15. Anche in questo caso, si rileva come, in generale, le organizzazioni che operano nelle regioni meridionali abbiano iniziato la loro attività in periodi successivi a quelle del Nord. Inoltre, si può osservare che accanto a regioni che, negli ultimi anni, registrano un rallentamento della diffusione del commercio equo (come, ad esempio, Liguria, Emilia Romagna e Toscana, dalla seconda metà degli anni '90, e Piemonte e Veneto, dagli anni successivi al 2001), ve ne sono altre ove il fenomeno appare ancora in netta espansione. Tra queste vi è il Lazio, dove, dopo il 2001, sono nate 3 organizzazioni che rappresentano il 42% del totale, la Sicilia, in cui si sono costituite altre 2 organizzazioni (33%), e il Molise che, dopo il 2001, ha assistito alla nascita dell'unica organizzazione molisana appartenente ad AGICES.

Tab. 15 – Il periodo d'inizio delle attività delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES per regione (2005; valori assoluti e percentuali).

Regioni	Periodo di inizio dell'attività								Totale
	Fino al 1990		dal 1991 al 1995		dal 1996 al 2000		oltre il 2001		
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	
Piemonte	0	0,0	2	18,2	8	72,7	1	9,1	11
Valle d'Aosta	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1
Lombardia	3	9,1	9	27,3	11	33,3	10	30,3	33
Trentino-Alto Adige	2	66,7	1	33,3	0	0,0	0	0,0	3
Veneto	3	23,1	4	30,8	4	30,8	2	15,4	13
Friuli-Venezia Giulia	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0	1
Liguria	1	16,7	3	50,0	1	16,7	1	16,7	6
Emilia-Romagna	3	25	5	41,7	2	16,7	2	16,7	12
Toscana	0	0,0	3	60,0	1	20,0	1	20,0	5
Umbria	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0	1
Marche	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1
Lazio	1	14,3	2	28,6	1	14,3	3	42,9	7
Abruzzo	0	0,0	1	50,0	1	50,0	0	0,0	2
Molise	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	1
Campania	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	2
Puglia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	1
Sicilia	1	16,7	2	33,3	1	16,7	2	33,3	6
TOTALE	14	13,2	34	32,1	34	32,1	24	22,6	106

La tabella 16 riporta la distribuzione geografica delle organizzazioni di commercio equo e solidale che aderiscono ad AGICES nelle diverse regioni italiane, riferita alla loro popolazione.

Tab. 16 - La distribuzione regionale delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali).

Regione	Unità		Addetti		Organizzazioni/100mila ab.	Popolazione
	n.	%	n.	%		
Piemonte	11	10,4	90	10,0	0,25	4.330.172
Valle d'Aosta	1	0,9	5	0,6	0,81	122.868
Lombardia	33	31,1	147	16,3	0,35	9.393.092
Trentino-Alto Adige	3	2,8	104	11,6	0,31	974.613
Veneto	13	12,3	82	9,1	0,28	4.699.950
Friuli-Venezia Giulia	1	0,9	5	0,6	0,08	1.204.718
Liguria	6	5,7	38	4,2	0,38	1.592.309
Emilia-Romagna	12	11,3	304	33,8	0,29	4.151.369
Toscana	5	4,7	21	2,3	0,14	3.598.269
Umbria	1	0,9	5	0,6	0,12	858.938
Marche	1	0,9	5	0,6	0,07	1.518.780
Lazio	7	6,6	18	2,0	0,13	5.269.972
Abruzzo	2	1,9	6	0,7	0,15	1.299.272
Molise	1	0,9	1	0,1	0,31	321.953
Campania	2	1,9	17	1,9	0,03	5.788.986
Puglia	1	0,9	8	0,9	0,02	4.068.167
Basilicata	0	0,0	0	0,0	0,00	596.546
Calabria	0	0,0	0	0,0	0,00	2.009.268
Sicilia	6	5,7	44	4,9	0,12	5.013.081
Sardegna	0	0,0	0	0,0	0,00	1.650.052
ITALIA	106	100,0	900	100,0	0,18	58.462.375

La distribuzione territoriale dei soci di AGICES risulta pressoché identica a quella dell'insieme delle organizzazioni di commercio equo presenti in Italia.

Complessivamente le regioni del Nord Italia raccolgono il 64,1% delle organizzazioni di Commercio Equo iscritte ad AGICES. Tale percentuale risulta essere nettamente superiore rispetto a quelle registrate dalle regioni del Centro e del Sud Italia in cui si rilevano valori rispettivamente pari al 26,3% e al 9,4%.

La maggior parte delle organizzazioni è, quindi, localizzata nel Nord-Italia, e specialmente in Lombardia, regione che presenta ben il 31,1% delle organizzazioni totali. In questa circoscrizione, il numero di organizzazioni ogni 100.000 abitanti è sempre superiore a quello che si rileva nelle altre circoscrizioni territoriali, ad eccezione del Friuli Venezia Giulia, che presenta un valore pari a 0,08. Il numero di organizzazioni ogni 100.000 abitanti è compreso tra 0,25 (Piemonte) e 0,38 (Liguria), escludendo il valore anomalo della Valle d'Aosta (0,81), determinato dal basso numero di abitanti.

Nelle Centro Italia, le regioni che presentano il maggior numero di organizzazioni per 100.000 abitanti sono Toscana, Lazio e Umbria, mentre nel Sud la concentrazione dei soci AGICES presenta valori molto bassi e in alcune regioni (Calabria, Basilicata e Sardegna) si registra la totale assenza di organizzazioni di commercio equo iscritte ad AGICES. Anche in questa circoscrizione, c'è una regione (il Molise) con un rapporto tra organizzazioni e popolazione particolarmente elevato, a causa del ridotto numero di abitanti.

La tabella 17 esamina l'attività economica delle organizzazioni di CEeS distribuite per regione.

Tab. 17 – L'attività economica delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES per regione (2005; valori assoluti e percentuali)

Regioni	Settore di attività economica						Totale	
	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività			
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Piemonte	7	63,6	3	27,3	1	9,1	11	100,0
Valle d'Aosta	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Lombardia	24	72,7	4	12,1	5	15,2	33	100,0
Trentino-Alto Adige	2	66,7	0	0,0	1	33,3	3	100,0
Veneto	11	84,6	0	0,0	2	15,4	13	100,0
Friuli-Venezia Giulia	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Liguria	2	33,3	2	33,3	2	33,3	6	100,0
Emilia-Romagna	8	66,7	1	8,3	3	25,0	12	100,0
Toscana	2	40,0	2	40,0	1	20,0	5	100,0
Umbria	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Marche	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Lazio	5	71,4	0	0,0	2	28,6	7	100,0
Abruzzo	2	100,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
Molise	0	0,0	1	100,0	0	0,0	1	100,0
Campania	2	100,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
Puglia	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Sicilia	3	50,0	0	0,0	3	50,0	6	100,0
TOTALE	73	68,9	13	12,3	20	18,9	106	100,0

I dati segnalano che l'attività di vendita al dettaglio prevale sulle altre attività nella maggior parte delle regioni italiane, ad eccezione del Molise, che ha un solo socio Agices che svolge esclusivamente attività di tipo associativo, e la Liguria con tre attività ripartite nei diversi settori. L'attività associativa è fortemente rappresentata in Toscana (40%), in Piemonte (27,3%) e, sebbene, in minor misura in Emilia Romagna (8,3%), mentre è assente in tutte le altre regioni d'Italia. Anche i valori appartenenti alle "altre attività" sono bassi e presenti solamente in determinate regioni tra cui la Sicilia che con il 50% detiene il valore più elevato.

In generale, la distribuzione territoriale in base al tipo di attività svolta non presenta significative differenze tra le regioni ma denota uno spiccato orientamento all'attività commerciale da parte dei soci AGICES, in cui le attività associative e quelle classificate come "altre attività" giocano un ruolo minoritario.

Dalla tabella 18, è possibile evidenziare la distribuzione delle diverse tipologie di organizzazione per classi di addetti.

Tab. 18 – La classe di addetti e la natura delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali)

Classe di addetti	Natura delle organizzazioni				Totale	
	Imprese		Associazioni		n.	%
	n.	%	n.	%		
Da 0 a 2	18	25,7	32	88,9	50	47,2
Da 3 a 6	19	27,1	2	5,6	21	19,8
Da 7 a 15	25	35,7	1	2,8	26	24,5
Oltre 16	8	11,4	1	2,8	9	8,5
Totale	70	100,0	36	100,0	106	100,0

Classe di addetti	Funzione delle organizzazioni						Totale	
	Botteghe del Mondo						n.	%
	Imprese		Associazioni		Centrali d'importazione			
n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	
Da 0 a 2	16	26,7	32	88,9	2	20,0	50	47,2
Da 3 a 6	18	30,0	2	5,6	1	10,0	21	19,8
Da 7 a 15	21	35,0	1	2,8	4	40,0	26	24,5
Oltre 16	5	8,3	1	2,8	3	30,0	9	8,5
TOTALE	60	100,0	36	100,0	10	100,0	106	100,0

In generale, è possibile osservare che, anche nel caso dei soci AGICES, quasi la metà delle organizzazioni di commercio equo e solidale sono caratterizzate da strutture di piccole dimensioni e con un numero di addetti inferiore a 2 unità; quasi il 20% presenta un numero di addetti compreso tra 3 e 6, mentre il 24,5% delle organizzazioni appartiene alla classe di addetti che va dalle 7 alle 15 persone e l'8,5% ha dipendenti per un numero superiore alle 16 unità. È necessario sottolineare, poi, che nelle classi con maggior numero di addetti, si trovano soprattutto imprese (25 organizzazioni su 26, per la classe di addetti compresi fra 7 e 15 addetti, e 8 organizzazioni su 9, per la classe di addetti superiore a 16).

Le diverse tipologie di organizzazioni, pur avendo il commercio equo al centro della propria attività, presentano, quindi, alcune differenze sotto l'aspetto dimensionale e organizzativo. Alla natura giuridica di associazione, di solito, si attribuisce una struttura organizzativa composta per la maggior parte da volontari, a causa della scarsità di risorse atte a finanziare personale qualificato. Come emerge dalla tabella, infatti, 32 associazioni, pari all'88,9 % del totale, si avvalgono di un numero di addetti compreso tra 0 e 2 unità, 2 associazioni hanno un numero di addetti compreso tra 3 e 6 e, infine, solo 2 associazioni contano un numero di addetti superiore a 7. Le organizzazioni di commercio equo che hanno la forma giuridica di impresa, invece, sono più orientate commercialmente e hanno l'esigenza di assumere personale stipendiato e le risorse per farlo; dall'analisi emerge che, su un totale di 70 imprese, il 25,7% ha un numero di addetti compreso tra 0 e 2, il 27,1% un numero compreso tra 3 e 6 unità, mentre oltre il 35% si posiziona nella fascia compresa tra i 7 e i 15 addetti; infine, 8 organizzazioni, che rappresentano l'11,4% del totale, hanno personale superiore alle 16 unità. In generale, quindi, le imprese sono costituite da organizzazioni di commercio equo caratterizzate da dimensioni mediamente più elevate di quelle delle associazioni, in grado di assumere personale qualificato.

Dall'esame dei dati della tabella, infine, si rileva che il 40% delle centrali di importazione presenta un numero di dipendenti compreso tra 7 e 15 unità e il 20% un numero di addetti superiore a 16. Anche nel caso dei soci AGICES, l'analisi rivela, peraltro, la forte eterogeneità organizzativa e dimensionale delle centrali di importazione, in quanto, accanto a realtà di medie-grandi dimensioni, si hanno anche organizzazioni molto più piccole, con un numero di addetti compreso tra 3 e 6 (10%) e, addirittura, inferiore a 2 (20%).

La tabella 19 presenta l'incrocio tra la natura delle organizzazioni di commercio equo e solidale e le classi di addetti.

Tutte le organizzazioni che svolgono attività associativa sono caratterizzate da una piccola dimensione economica e hanno un numero di dipendenti compreso tra 0 e 2. È interessante notare come, all'aumentare del numero degli addetti presenti nelle organizzazioni di commercio equo, scompaia il numero di unità che svolgono attività associativa. Questa attività viene, infatti, sostituita da attività di vendita al dettaglio e da "altre attività". Nella classe che va da 0 a 2 addetti, il numero delle organizzazioni ammonta a 13 rappresentando il 26% del totale, nelle classi di addetti successive, il commercio al dettaglio diviene l'attività principale raggiungendo valori del 76,2% per la classe 3-6 addetti e dell'84,6% per la classe che va da 7 a 15 addetti. Per le organizzazioni con più di 16 addetti l'attività di commercio al dettaglio è affiancata anche da quella relativa alle "altre attività" che interessa il 44,4 % delle organizzazioni e che riguarda principalmente le Centrali di importazione.

Tab. 19 – La classe di addetti e il settore di attività economica delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali)

Classe di addetti	Settore di attività economica							
	Commercio al dettaglio		Attività di organizzazioni associative		Altre attività		TOTALE	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Da 0 a 2	30	60,0	13	26,0	7	14	50	100,0
Da 3 a 6	16	76,2	0	0,0	5	23,8	21	100,0
Da 7 a 15	22	84,6	0	0,0	4	15,4	26	100,0
Oltre 16	5	55,6	0	0,0	4	44,4	9	100,0
TOTALE	73	68,9	13	12,3	20	18,9	106	100,0

La tabella 20 mette a confronto i dati sugli addetti con quelli sul valore della produzione tratti da Infocamere.

Tab. 20 – Il numero di unità e di addetti e il valore della produzione delle organizzazioni di commercio equo socie di AGICES (2005; valori assoluti e percentuali)

Funzione delle organizzazioni	Unità	Addetti		Produzione		Produzione/unità	Produzione/addetto
		n.	%	(euro)	%	(euro/unità)	(euro/addetto)
Centrali d'importazione	10	204	22,7	45.504.578	57,5	4.550.457	223.062
Botteghe del Mondo							
Imprese	60	414	46,0	30.743.335	38,9	512.389	74.259
Associazioni	36	282	31,3	2.842.241	3,6	78.951	10.079
TOTALE	106	900	100,0	79.090.154	100,0	746.134	87.878

Dalla tabella emerge, in primo luogo, una forte concentrazione di addetti e, soprattutto, di fatturato per le centrali di importazione rispetto ai valori delle imprese e delle associazioni.

Le dieci centrali di importazione socie di AGICES presenti sul territorio nazionale raccolgono, infatti, ben 204 dipendenti e contribuiscono per il 57,5% al valore della produzione di fatturato, mentre le imprese, con il 46% degli addetti, producono il 38,9% del fatturato. Infine le associazioni, con il 31,3% degli addetti contribuiscono solo per il 3,6% del fatturato totale del comparto.

Considerando i valori assoluti, le organizzazioni di commercio equo che hanno forma di impresa hanno il doppio dei dipendenti rispetto a quelli delle centrali ma registrano valori ben inferiori in termini di valore della produzione totale; alle centrali di importazione, infatti, corrisponde un fatturato complessivo di circa 45 milioni di euro mentre per l'insieme delle imprese il fatturato si attesta sui 30 milioni circa. Ciò determina una grossa variazione in termini di valore di produzione per unità e di produzione per addetto. Nel primo caso a un

fatturato medio pari a circa 4,5 milioni di euro delle centrali, si contrappone quello leggermente superiore ai 500.000 euro delle Botteghe e quello di 78.000 euro circa delle associazioni. Una situazione simile si ha per il valore del fatturato per addetto: mentre per le Centrali di importazione tale valore è pari a circa 223.000 euro, nelle imprese questo si aggira sui 74.000 euro. Il valore della produttività degli addetti delle associazioni è, poi, decisamente più basso e pari a circa 10.000 euro. I dati riportati sottolineano ancora il carattere più marcatamente commerciale delle centrali e delle imprese rispetto alle associazioni, per le quali, nonostante un numero di addetti non del tutto trascurabile, l'attività di vendita appare meno rilevante rispetto a quella di animazione socio-culturale.

3.3 Uno sguardo generale

A conclusione di questa analisi delle dimensioni economiche e organizzative del CEES italiano, vale la pena tentare di delineare un quadro complessivo in cui mettere a confronto le caratteristiche delle organizzazioni che fanno parte di AGICES e l'universo più generale tratteggiato nella prima parte del rapporto. La fotografia generale si discosta da quella parziale delle organizzazioni socie di AGICES?

Innanzitutto, è possibile osservare che i membri di AGICES, pur rappresentando il 28% circa delle unità totali, quindi poco più di un quarto delle organizzazioni censite, impiegano il 49,2% degli addetti (quasi la metà) e producono il 76,5% del fatturato totale, di cui il 44% proviene dalle Centrali d'importazione socie, il 29,8% dalle imprese e il rimanente 2,8% dalle associazioni. Inoltre, le organizzazioni presentano valori più alti della media complessiva, sia in termini di fatturato medio (produzione/unità) che di produzione per addetto, e questo risulta particolarmente vero esaminando il dato relativo alle imprese. Andando ad analizzare la forma organizzativa delle unità censite, si osserva che, mentre nella popolazione generale le diverse tipologie giuridiche considerate (sintetizzate in imprese e associazioni) risultano sostanzialmente in equilibrio, con un leggero sbilanciamento verso la forma associativa, nelle unità afferenti ad AGICES si ha uno sbilanciamento molto netto verso le forme più imprenditoriali, a cominciare dalle Centrali d'importazione. Questa tendenza viene confermata anche analizzando i settori di attività economica prevalente: il contesto delinea una situazione in cui il commercio al dettaglio è l'attività principale delle organizzazioni, ma questa caratteristica appare ancora più accentuata nelle realtà associate ad AGICES, che risultano, invece, meno coinvolte in attività più spiccatamente associative. Per le "altre attività" (che, come si è detto, riguardano, fra le altre, il commercio all'ingrosso e l'intermediazione del commercio, l'istruzione, i servizi alle famiglie o alle imprese) non si segnalano differenze significative.

Per quanto concerne, l'età delle organizzazioni, mantenendo le classi considerate, non emergono differenze radicali tra i due gruppi. Tuttavia, accorpando le classi in due periodi principali, "fino al 1995" e "dopo il 1995", nel quadro generale, emerge uno squilibrio a favore delle realtà più giovani, il 59,6% contro il 40,4%, mentre nell'universo delle associate ad AGICES la situazione è più equilibrata, con il 54,7% delle unità nate dopo il 1995 e il 45,3% prima, sebbene si mantenga la tendenza, più generale, di realtà di recente costituzione delineata nei paragrafi precedenti. Dal confronto tra le distribuzioni territoriali delle organizzazioni non emergono sostanziali differenze: in entrambi i gruppi, le organizzazioni sono più numerose al Nord e al Centro, mentre il loro numero diminuisce nel Mezzogiorno. In particolare, in alcune regioni del Sud, al 2005, non sono presenti realtà associate ad AGICES (Basilicata, Calabria e Sardegna).

Andando ad analizzare l'aspetto occupazionale, emerge nettamente che le organizzazioni associate ad AGICES assumono dimensioni più elevate: il numero medio di addetti è maggiore rispetto a quello riscontrato nel complesso delle organizzazioni (in media 8 addetti

per unità contro 5), con una differenza molto significativa per le associazioni, in cui si rileva una dimensione occupazionale media di 8 addetti nelle realtà affiliate ad AGICES contro i 2 addetti medi complessivi⁶. Questo dato conferma la vocazione più imprenditoriale e più strutturata delle organizzazioni di AGICES rispetto a quella più spiccatamente legata al volontariato relativa al contesto generale: questa tendenza è evidente per la dimensione che possiamo definire “micro”, quella da 0 a 2 addetti, che copre il 70% del totale delle organizzazioni di CEEs, ma “solo” il 47% di quelle facenti parte di AGICES. Anche considerando la dimensione “media” e “grande” il quadro non cambia, e valutando congiuntamente la dimensione organizzativa, ossia la natura giuridica, si osserva come nella dimensione d’impresa questo sia particolarmente vero: infatti, il 41% delle imprese totali si colloca nella fascia “micro”, mentre per i soci AGICES questa percentuale scende al 25,7%. In particolare in questo universo la dimensione prevalente per le imprese è quella medio-grande⁷, che rappresenta il 35,7% del totale delle unità, a conferma di quanto esposto in precedenza.

Per rispondere al quesito iniziale, è possibile affermare, quindi, che le due fotografie scattate al 2005 si discostano in modo piuttosto significativo: questo a testimonianza di un mondo, quello del CEEs, caratterizzato da vocazioni ed esperienze diverse, e dai confini piuttosto labili ed incerti, di cui le realtà afferenti ad AGICES, rispondendo a precisi requisiti in termini di attività e di standard definiti attraverso indicatori specifici, costituiscono sicuramente la parte più rilevante in termini economici e occupazionali.

4. Conclusioni

L’analisi condotta nel Rapporto evidenzia l’eterogeneità delle diverse organizzazioni che fanno parte del commercio equo e solidale italiano e, allo stesso tempo, una generale marginalità, sia del movimento nel suo insieme che delle singole realtà che ne fanno parte.

Tra le organizzazioni, da una parte vi sono le centrali di importazione, caratterizzate, in media, da una struttura di maggiori dimensioni, con elevato numero di dipendenti e alto fatturato. Dall’altra vi sono le diverse tipologie organizzative che svolgono attività di commercio al dettaglio. Molto orientate verso un’attività di animazione politica e socio-culturale, a livello locale, le imprese e soprattutto le associazioni sono caratterizzate, in genere, sia da fatturati di ridotta entità che da un basso livello di produttività per addetto, nonostante i notevoli tassi di crescita registrati negli ultimi anni.

Dall’analisi svolta, essendo riferita all’anno 2005, non emerge la dinamica degli anni più recenti, caratterizzati da una sostanziale stabilità dei fatturati e da segnali di “crisi della crescita” (Guadagnucci, Gavelli, 2004). La diminuzione del potere di acquisto e la conseguente contrazione dei consumi hanno interessato tutto il settore del commercio, senza risparmiare quello “equo e solidale”.

In un contesto del genere, è da chiedersi quale sarà l’efficacia del modello italiano di commercio equo nel conseguire il proprio obiettivo prioritario, ovvero di promuovere cambiamenti sostanziali nei processi di sviluppo delle realtà più marginali dei Paesi in Via di Sviluppo (Viganò, 2008). Se è innegabile il ruolo politico e sociale del commercio equo, ad

⁶ È importante segnalare, tuttavia, che questo dato è fortemente influenzato da un *outlier*, ovvero da un valore molto superiore alla media. Eliminando questo valore si ottiene, per i soci AGICES, una media di 2 addetti per associazione e, per il complesso delle organizzazioni, un valore medio di un 1 addetto per associazione.

⁷ Ovviamente, in questo caso (come per il caso micro e grande) non vengono applicate alle organizzazioni di CEEs le consuete categorie dimensionali relative alle imprese.

esempio nella sensibilizzazione e nell'informazione sulle diverse tematiche del dibattito sulla liberalizzazione dei mercati e sulla revisione delle politiche commerciali dei Paesi Sviluppati in ambito WTO, è pur vero che la credibilità del movimento è basata soprattutto sulla capacità di creare relazioni di scambio che siano sostenibili, in termini sociali e ambientali e anche economici, al Sud come al Nord, agendo sull'insieme di quelle condizioni (difficoltà di accesso al credito e ai mercati, dipendenza dagli intermediari, informazione imperfetta sugli standard qualitativi e sulle richieste dell'industria e dei consumatori, incapacità di modificare le proprie attività produttive, assenza di norme sulla tutela del lavoro e dell'ambiente) che impediscono ai piccoli produttori dei Paesi del Sud di ottenere i vantaggi derivanti dal commercio (Nicholls, Opal, 2005).

Per affrontare queste sfide, il CEeS si trova di fronte all'esigenza di mantenere un'alta qualità dei processi e dei prodotti, di diffondere modalità di produzione e di consumo eticamente orientate e di "uscire dalla nicchia" con nuove strategie di sviluppo, di trasformazione imprenditoriale e di identificazione di nuovi canali distributivi. Per la maggioranza delle organizzazioni, il livello così ridotto del fatturato medio rappresenta senz'altro un forte elemento di debolezza che richiede un rinnovato impegno finalizzato allo svolgimento efficace delle diverse funzioni economiche e allo sviluppo dei progetti di formazione e di animazione culturale, con una crescente professionalizzazione nelle attività svolte.

Bibliografia

Barbetta G.P. (2006), *Il commercio equo e solidale in Italia*, Milano, Università Cattolica, Centro Ricerche sulla Cooperazione, Working Paper n. 4

EFTA (2001), *Fair trade in Europe 2001*, www.eftafairtrade.org

Guadagnucci L., Gavelli F. (2004), *La crisi di crescita. Le prospettive del commercio equo e solidale*, Milano, Feltrinelli

Krier J. (2005), *Fair Trade in Europe 2005*, Bruxelles, Fair Trade Advocacy Office

Nicholls A., Opal C. (2005), *Fair Trade. Market Driven Ethical Consumption*, Londra, Sage Publications

Pianta M., Viganò E., Villa A., Zamaro N., (2008), *Il commercio equo e solidale in Italia*, in Sabbatini M. (a cura di) (2008), *Agricoltura non profit. Percorsi strategici dell'impresa sociale e potenzialità multifunzionali per l'azienda agricola*, Milano, FrancoAngeli

Viganò E., (2008), *Che cos'è il Commercio equo e solidale*, Roma, Carocci