



Increasing
People
Opportunities

ETHIOPIA- Woreda 17, Kebele 15, House 310/1, 22Mazoria, Addis Ababa P.O. box 2483/1250
IPO ITALIA Via Maitani, 10 - 06122 -Perugia

IPOINFORMA



**FOCUS: Primi risultati
e progressi delle cooperative**

GENNAIO 2008

Questo 2008 è iniziato positivamente per molte delle cooperative formatesi in Etiopia grazie al supporto di IPO. Ormai, a distanza di quasi un anno dalla loro nascita, alcune tra le 10 cooperative del sud-est etiopico iniziano a muoversi autonomamente, stringendo contatti con i rivenditori e scoprendo nuovi sbocchi sul mercato. Sul versante del mercato interno, la cooperativa Al-Amin di Boqolomayo alla data attuale ha venduto mirra per un totale di 25.000 birr. Mentre la cooperativa Walda Ancha Badhadhaa di Melk Guba ha venduto recentemente 7000 birr di incenso nero. Ipo, grazie ai fondi dell'operatore del commercio equo e solidale La Boteguita, ha inoltre finanziato l'acquisto di un quantitativo di resine in pacchetti da 25 grammi, pari al valore di 30.000 birr. Una parte delle resine è già stata inviata in Italia per la ricerca di mercati, mentre il rimanente quantitativo verrà presto spedito direttamente ai rivenditori.

Anche i ragazzi della cooperativa Tirign di Addis Abeba, supportati dal progetto di avviamento alle attività professionali in collaborazione con Coopi, hanno raggiunto ottimi risultati nella vendita degli oli da massaggi e delle creme fito-cosmetiche. Durante il mese di dicembre la cooperativa ha avuto l'opportunità di partecipare a svariate fiere sul commercio ed exhibition organizzate dalle organizzazioni non governative. Tale attività, tramite i banchetti organizzati, ha portato alla vendita di oli da massaggio per un valore di oltre 15,000 birr. I ragazzi hanno inoltre organizzato l'inaugurazione della loro attività durante la quale, oltre a vendere i loro prodotti, hanno allestito una sala per i massaggi, grazie alla collaborazione con un centro estetico di Addis, dove venivano offerti massaggi gratuiti con gli oli da loro prodotti.

Come si evince da questi progressi 'quantificabili', la strategia di IPO di differenziare e aumentare le opportunità sta mano a mano prendendo piede. Lo scopo è di raggiungere il mercato interno per quelle cooperative penalizzate dalla lontananza geografica dal centro, di promuovere nuovi prodotti in modo innovativo - con un approccio che punti sulla creazione di un'identità in grado di trasmettere un'immagine al consumatore - e, infine, di promuovere all'estero la conoscenza e la commercializzazione dei prodotti a un prezzo equo. IPO crede che solo continuando a muoversi su tutti questi fronti possa essere un valido sostegno per le cooperative coinvolte nei progetti. Nell'ottica di 'numeri' e risultati sostenibili nel tempo.

