

COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Definizione

Con il termine Commercio Equo e Solidale (CEES) si definisce una modalità di relazione commerciale tra i produttori del Sud del mondo e i consumatori finali del Nord alternativa a quella tradizionale. Più specificatamente, vengono generalmente ricondotti in questa categoria quei prodotti alimentari e di artigianato prodotti nei paesi del Sud del mondo che presentano caratteristiche particolari e distinte rispetto ai prodotti generalmente venduti sul mercato. Le differenze riguardano più che la natura del prodotto le caratteristiche del suo processo produttivo.

Al momento, pur non esistendo un unico marchio che tutela e contraddistingue le specificità dei beni del commercio equo e solidale, è possibile identificarne le caratteristiche principali guardando ai requisiti definiti dalla European Fair Trade Federation. Essi stabiliscono che, affinché un prodotto sia definito ed importato come prodotto equo e solidale, i produttori del Sud devono soddisfare completamente o in parte le seguenti caratteristiche:

1. Pagare un salario giusto nel contesto locale.
2. Offrire agli impiegati opportunità di miglioramento.
3. Promuovere le pari opportunità di lavoro per tutte le persone, in particolare per i più svantaggiati.
4. Realizzare procedure ambientalmente sostenibili.
5. Essere disponibili ad accettare la responsabilità pubblica (public accountability).
6. Costruire relazioni commerciali di lungo periodo tra produttori ed importatori.
7. Fornire condizioni lavorative sane e sicure nel contesto locale.
8. Provvedere assistenza finanziaria e tecnica ai produttori qualora fosse possibile.

Ruolo del commercio equo e solidale nel sistema economico e nel rapporto tra etica ed economia

Il commercio equo e solidale rappresenta uno degli strumenti più interessanti attraverso i quali la responsabilità sociale dei consumatori può dare un contributo positivo alla soluzione dei problemi della sostenibilità sociale ed ambientale dello sviluppo. Infatti, al di là del suo effetto diretto di sostegno e promozione dei produttori con cui è in relazione, esso è in grado di generare importanti effetti indiretti in imprese ed istituzioni contribuendo ad orientare i comportamenti di queste ultime verso una maggiore responsabilità sociale.

Numerosi studi recenti di carattere teorico ed empirico dimostrano infatti che la nascita del commercio equo e solidale ha avuto il merito di “rivelare” ai produttori tradizionali operanti sul mercato la presenza di una quota non marginale di consumatori le cui scelte di consumo sono basate non solo sui tradizionali elementi di prezzo e qualità del prodotto, ma anche, e in maniera non marginale, dal valore sociale contenuto nel prodotto stesso. Questa scoperta rende ottimale per le imprese tradizionali, in termini di perseguimento del proprio obiettivo di massimizzazione del profitto, aumentare il proprio grado di responsabilità sociale al fine di catturare la quota di consumatori più attenti al contenuto sociale dei prodotti.

In questo senso il commercio equo e solidale diventa un importante strumento attraverso il quale è possibile risolvere “dal basso” il problema del rapporto tra conflitto solidarietà nel mercato facendo diventare la solidarietà stessa una delle variabili competitive su cui si gioca la concorrenza nel mercato. Attenuando dunque il dilemma solidarietà-conflitto tipico del mercato e armonizzandolo in un processo di competizione basata (anche) sulla solidarietà.

E’ possibile comprendere meglio questo concetto considerando che la tensione intrinseca del sistema di mercato porta, per la stessa natura del meccanismo concorrenziale, ad esaltare gli individui in qualità di consumatori (se la concorrenza funziona essi hanno a disposizione una gamma sempre più vasta di beni a prezzi convenienti) e a metterli alla prova come lavoratori (la lotta competitiva tra le aziende può avvenire anche riducendo il costo del lavoro o rendendolo più precario. Una forma attraverso cui questo avviene è tipicamente il processo di delocalizzazione che consente alle imprese di ottenere lavoro a costi più bassi). Il commercio equo e solidale rappresenta in questa particolare prospettiva uno strumento con il quale la “schizofrenia” di agenti economici beneficiati in qualità di consumatori e “minacciati” in qualità di lavoratori può ricomporsi. Se il consumatore ricorda nell’atto di consumo di essere anche l’altro termine del problema (ovvero di essere al tempo stesso lavoratore) scegliendo prodotti più socialmente responsabili può creare gli opportuni incentivi affinché le imprese stesse non trovino più conveniente realizzare la loro competizione sui costi della manodopera e migliorare dunque le condizioni del lavoro.

Inoltre, il commercio equo e solidale gioca un ruolo limitato ma importante nella soluzione di un tipico problema generato dalla globalizzazione e dalla delocalizzazione produttiva: l’improvvisa concorrenza tra lavoratori poco specializzati del Nord che hanno raggiunto gradi di tutela elevati e lavoratori del Sud che sono disposti a lavorare a salari notevolmente più bassi. E’ illusorio pensare di risolvere problemi di questo genere con iniziative sindacali in un solo paese. E’ necessario un approccio globale che riequilibri i costi del lavoro migliorando rapidamente le condizioni sociali dei lavoratori del Sud. Con gli acquisti di prodotti socialmente responsabili come quelli del commercio equo e solidale i consumatori del Nord agiscono da “sindacalisti” per i lavoratori del Sud creando

gli incentivi ad un miglioramento delle loro condizioni di lavoro e ad una convergenza con quelle dei lavoratori del Nord.

Una tipica obiezione nei confronti del commercio equo e solidale è che tale strumento rappresenterebbe una distorsione del mercato e un'inefficienza. Molti confondono inoltre il commercio equo solidale con il cosiddetto dumping sociale, ovvero i limiti stabiliti dai governi all'importazione di prodotti dai paesi del Sud del mondo quando questi non garantiscono nel processo produttivo la tutela dei diritti dei lavoratori. Infine, secondo i fautori del *laissez faire* la delocalizzazione produttiva delle imprese aumentando la domanda di lavoro nei paesi in via di sviluppo creerebbe automaticamente le condizioni per una convergenza di queste aree verso il nostro benessere.

Il problema che questo tipo di analisi non considera appropriatamente è che per lavoratori poco specializzati e altamente sostituibili i benefici derivanti dall'apertura commerciale sono assolutamente limitati. Per usufruire dei benefici della globalizzazione è necessaria infatti una spinta iniziale che consenta di aumentare redditi familiari, di uscire dalla "trappola della povertà", di consentire un graduale investimento in istruzione per le generazioni più giovani tale da rendere possibile l'uscita dalla marginalità e l'inclusione di questi lavoratori nel circuito economico.

I principi del commercio equosolidale rappresentano efficaci strategie in questa direzione e la loro applicazione non coercitiva ma fondata sulla libera scelta dei consumatori non rappresenta affatto una distorsione del mercato ma piuttosto un'opportunità di aumento del benessere dei consumatori attraverso un'ampliamento della gamma dei prodotti che tenga conto dell'importanza del contenuto sociale degli stessi.

Un'analisi dettagliata dei principi

E' possibile verificare tutto ciò analizzando in maggiore dettaglio alcuni dei principi di base:

- Il prezzo equo. Ovvero tale da consentire ai lavoratori ed alle loro famiglie il soddisfacimento dei bisogni essenziali ed un livello di vita dignitoso. Il prezzo viene preferibilmente concordato dal produttore e dall'importatore, e non imposto sulla base del potere di mercato degli importatori tradizionali, come avviene tradizionalmente. L'organizzazione del CEES tende generalmente a ridurre il margine degli intermediari sul prezzo finale mediante importatori "leggeri" e la distribuzione diretta del prodotto attraverso dettaglianti *non profit* (le cosiddette botteghe del mondo o "*world shops*") ed assicura ai produttori locali ricavi più alti di quelli prodotti dai canali commerciali tradizionali.;

- la piena dignità del lavoro. Questo criterio richiede la “sostenibilità sociale” del processo produttivo sottolineando in particolare l’importanza di caratteristiche quali un ambiente di lavoro salubre e la non discriminazione sul lavoro di alcuni gruppi della popolazione (ad esempio donne o disabili). Attraverso di esso il CEES assicura la creazione di un canale privilegiato di accesso ai consumatori di quei prodotti che garantiscono condizioni migliori ai lavoratori;
- il prefinanziamento dei partner commerciali del Sud del mondo. Attraverso questo criterio il CEES cerca di intervenire su uno dei vincoli più delicati dello sviluppo nelle aree rurali del Sud del mondo, quello relativo alla difficoltà di ottenere credito da parte di piccoli produttori privi di garanzie patrimoniali sovvenendo in questo modo all’impossibilità di accesso al credito per tali produttori o rompendo il monopolio dei local moneylenders che praticano condizioni usuarie;
- la sostenibilità ambientale. Per garantire il rispetto di questo requisito il CEES privilegia i processi produttivi a basso impatto ambientale, evita di ricorrere all’importazione di materie prime scarse e difficilmente riproducibili, ricorre sempre più spesso all’agricoltura biologica;
- l’investimento in beni pubblici locali. L’applicazione di questo principio di solidarietà dà priorità a progetti nei quali il *surplus* ricavato dai produttori locali, grazie ai maggiori introiti derivanti dallo scambio equo e solidale, deve essere destinato a investimenti che incrementano la produzione di beni pubblici locali di rilevante impatto sociale (es. scuole, ospedali, investimento nella formazione lavoro, ecc.) con effetti positivi su inclusione e sviluppo locale
- la trasparenza. Il criterio della trasparenza implica che il consumatore sia consapevole e pienamente informato circa la destinazione di ogni componente del prezzo pagato per il prodotto. A tal fine la gran parte dei prodotti sono accompagnati da schede che, in dettaglio, riportano la composizione delle varie voci di spesa che vanno a comporre il loro costo finale (prezzo FOB, costi di trasporto, dazi, ecc.). Allo scopo di aderire al principio di trasparenza, l’etichetta del prodotto equo e solidale deve contenere tutta l’informazione reperibile relativa ai costi di produzione, al prezzo di vendita all’ingrosso e alle caratteristiche nutrizionali del prodotto.

Riflettendo su tali principi e valutandone l’impatto sulle relazioni economiche è possibile dunque dimostrare come i principi del commercio equo e solidale rappresentino soluzioni ad una serie di fallimenti del mercato auspicati dagli economisti legando il prodotto ad una serie di caratteristiche (stabilizzazione del prezzo, prefinanziamento della produzione, compatibilità sociale e ambientale della stessa, trasparenza dell’informazione, partnership tra importatore e produttore in grado di generare servizi all’export e opportunità di apprendimento e trasferimento tecnologico). In particolare una delle caratteristiche più controverse del CEES, quella del prezzo giusto, rappresenta anch’essa la soluzione al fallimento del mercato del lavoro in condizioni di monopsonio e, più

generalmente, in tutte quelle condizioni in cui l'eccesso di potere contrattuale del datore di lavoro rende il salario contrattato con il lavoratore non equo, ovvero inferiore al valore del prodotto marginale.

Direttrici di sviluppo futuro

E' possibile rilevare alcune linee guida che il CEES deve tener presente se vuole rendere sempre più efficace il suo ruolo di "lievito" del sistema delle relazioni economiche in direzione di una loro maggiore sostenibilità.

Esse sono: i) sviluppo di meccanismi di reputazione e di certificazione in grado di eliminare sospetti o asimmetrie informative tra consumatori e venditori di prodotti socialmente responsabili; ii) accesso dei prodotti ad altri canali di distribuzione al fine di ovviare alle strozzature distributive oggi esistenti (eccessiva distanza dei consumatori disposti ad acquistare dal posto di vendita) tutelando nel contempo l'importanza e il ruolo delle "botteghe del mondo" nella loro duplice funzione di dettaglianti e produttori di cultura e di formazione equosolidale; iii) professionalizzazione degli operatori interni al movimento; iv) sviluppo di una più incisiva attività culturale e di lobbying a livello istituzionale interno e comunitario per ottenere il riconoscimento da parte delle istituzioni del ruolo attivo del CEES nella promozione dello sviluppo sostenibile; v) finalizzazione sempre maggiore del trasferimento di risorse all'investimento in capitale umano e in beni pubblici locali affinché il CEES svolga appieno il suo ruolo di strumento inclusivo e solidale per i produttori del Sud del mondo; vi) approfondimento costante e sviluppo delle nuove prospettive di azione nel solco della responsabilità sociale che si aprono nel tempo (ad esempio allargamento ai temi della tutela della biodiversità), al fine di mantenere la leadership di mercato nel settore della responsabilità sociale competendo così efficacemente con potenziali nuovi entranti (le stesse imprese tradizionali) nel mercato.

Il punto 5 rappresenta un elemento chiave nella strategia futura del CEES evidenziando l'importanza di fornire incentivi dinamici ai produttori locali. Il surplus concesso ai produttori locali generato dal CEES deve stimolare e di generare l'autosostenibilità futura. Senza quest'ultima caratterizzazione il CEES rischia di creare un meccanismo di dipendenza permanente dei lavoratori scarsamente specializzati del Sud dalla domanda etica dei consumatori del Nord. Seppure non si può parlare di distorsione del mercato ma di creazione di mercato etico, una situazione di dipendenza permanente rischierebbe di esporre i produttori del Sud alla volatilità dei gusti etici del Nord. La finalizzazione del trasferimento alla formazione del capitale umano può e deve ridurre progressivamente la dipendenza.

I problemi di sostenibilità ambientale e sociale dello sviluppo appaiono in questo momento tali e tanto vasti da non far lontanamente sospettare che quest'attenzione ad evitare fenomeni di dipendenza e a rendere progressivamente autonomi i produttori possa portare alla dissoluzione del ruolo del commercio equo e solidale nel prossimo futuro, soprattutto se il movimento saprà mantenere il proprio ruolo di fermento e di lievito cogliendo dinamicamente le nuove frontiere di impegno socialmente responsabile che via via si prospetteranno.

Leonardo Becchetti

Università Tor Vergata

Facoltà di Economia

[Becchetti@economia](mailto:Becchetti@economia.uniroma2.it). Uniroma2.it

Per saperne di più

L.Becchetti-L. Paganetto, Finanza etica, commercio equo e solidale. La rivoluzione silenziosa della responsabilità sociale (ed. Donzelli)

European Fair Trade Association, 2003 Annual Report