

Il commercio equo e solidale continua a crescere e prosperare. Ecco per quali buone ragioni. E perchè da qualche tempo è imitato anche dalle multinazionali.

La rivoluzione silenziosa del commercio equosolidale

di **Matteo Rizzoli**

Il commercio equo e solidale è un mondo romantico. Siamo abituati a pensare ad esso come ad un piccolo Davide che lotta contro l'immenso Golia delle leggi ingiuste del commercio internazionale che schiacciano e opprimono le persone. Siamo abituati a pensar al commercio equo come ad una parentesi accidentale immersa in un gioco che segue ben altre regole. Una piccola barca in controcorrente, dentro un mare che va in tutt'altra direzione.

Là fuori, autorevoli economisti ed il senso comune ci suggeriscono che, nonostante il commercio equo sia una realtà bella e pregnante, essa è destinata a scomparire, assorbita dagli ineluttabili meccanismi dell'economia. Ci viene detto: non è possibile che i consumatori paghino di più per merci che possono ottenere a prezzi minori! Ed ancora: perché i produttori di merci già abbondantemente deprezzate (come il caffè) non dovrebbero aumentare le loro produzioni, invogliati dai prezzi più alti pagati dal commercio equo e peggiorando così ancora di più lo squilibrio sui mercati tra domanda ed offerta? Infine, non sarebbe meglio semplicemente fare donazioni ai poveri invece di pagare loro prezzi più alti per le merci che producono? Queste sono solo alcune delle obiezioni che sentiamo ripetere

riguardo alla capacità del commercio equo di sopravvivere nel tempo.

Da questa aurea romantica e vagamente esotica e dal generale scetticismo che circonda il commercio equo nel circolo degli economisti è sorto nel corso del tempo una sorta di pregiudizio di cui le prime vittime sono spesso le persone che nel commercio equo credono di più e che può essere espresso in questi termini: il commercio equo è bello, ma non rispettando le dure leggi dell'economia ed è destinato a scomparire o al più al sopravvivere come un piccolo fenomeno di nicchia. Ma è poi vero tutto questo? Alcuni economisti, tra i quali Leonardo Becchetti, la pensano diversamente.

Il commercio equo cresce. Contro tutte le cassandre che da decenni ne annunciano la morte imminente, il commercio equo non solo sopravvive, ma cresce felicemente in moltissimi paesi. Il commercio equo cresce in Europa a colpi del 20% anno ed ha conquistato quote significative in settori specifici. Ad esempio copre il 50% delle banane vendute in Svizzera e in Gran Bretagna il 20% del caffè ed il 5% del tè. Nel 2005 sono stati venduti prodotti certificati con il marchio fair trade per un ammontare pari a più di un miliardo di euro.

Il commercio equo è quello che i consumatori vogliono.

Contrariamente a quello che alcuni ci vorrebbero far credere, i consumatori che pagano di più per i prodotti del commercio equo e solidale, non sono delle persone poco informate oppure dei folli irrazionali. Tutt'altro. Sono consumatori critici, per i quali il prezzo non è l'unica variabile che conta; che sanno distinguere ed apprezzare la qualità dei prodotti e sono consapevoli dei meccanismi economici che si celano dietro ai loro acquisti e sanno quindi votare con il loro portafoglio. Il paradosso è che spesso una persona che acquista una borsetta da 4.000 euro viene considerata come un consumatore raffinato che sa apprezzare la qualità, mentre una persona che paga 50 centesimi in più per il caffè equo e solidale è considerato solo un povero

no più lunga di certi economisti, hanno già da tempo dismesso i toni denigratori nei confronti del commercio equo ed hanno cominciato ad imitare. La più grande catena di bar del mondo - Starbucks - offre il suo caffè equo in tutti i suoi negozi; anche Nestlé ora propone una versione del suo caffè istantaneo in salsa equa e solidale. Certo lo spirito è diverso. Starbucks, Nestlé e le altre multinazionali che sono entrate nel settore realizzano profitti anche sul commercio equo ed i loro progetti sono qualitativamente inferiori. Con tutti i limiti del caso, il processo di imitazione da parte delle imprese tradizionali va comunque guardato con favore dal momento che allenta i meccanismi dello sfruttamento che il commercio equo combatte. In prospettiva, se il commercio equo così come noi lo conosciamo continua nella sua opera di



Il commercio equo cresce in Europa a colpi del 20% anno: copre il 50% delle banane vendute in Svizzera, in Gran Bretagna il 20% del caffè ed il 5% del tè. Nel 2005 sono stati venduti prodotti certificati con il marchio fair trade per un ammontare pari a più di un miliardo di euro.

illuso e sognatore! Questa è una caricatura che oltre ad essere ingiusta è anche profondamente sbagliata: qualsiasi indagine di mercato dimostra come i consumatori dei prodotti equosolidali sono mediamente più colti, più informati e più consapevoli della media dei consumatori.

Il commercio equo viene imitato dalle multinazionali. Le multinazionali, che la vedo-



sensibilizzazione e miglioramento degli standard, le multinazionali che imitano saranno a loro volta costrette ad alzare la qualità delle loro offerte. L'importante è mantenere i consumatori informati sulle differenze che esistono tra le offerte del commercio equo originale e quello del commercio equo così come applicato dalle multinazionali.

Il commercio equo non distorce i prezzi. Una critica che spesso viene mossa al commercio equo è la seguente: il prezzo dei prodotti come il caffè è basso perché c'è troppa produzione rispetto alla domanda. Lasciando funzionare il mercato i contadini del sud del mondo, a causa dei prezzi troppo bassi si dedicherebbero ad altre culture, e diminuendo la produzione, i prezzi risalirebbero. Il commercio equo invece, pagando un prezzo "eccessivo" induce più contadini a produrre e quindi aggrava il problema distorcendo il funzionamento del mercato. La risposta a questa obiezione è duplice. Per prima cosa la mano invisibi-



le del mercato che tutto aggiusta e tutto sistema non funziona esattamente come descritto. L'acquisto del caffè ad esempio è gestito da pochi grandi monopolisti, mentre la produzione è affidata ad una miriade di piccoli e poveri produttori. I prezzi bassi non riflettono quindi lo squilibrio tra domanda ed offerta quanto il diverso potere nella contrattazione che hanno, da una parte i pochi grossi compratori, e dall'altra gli innumerevoli produttori spesso poveri ed indebitati. In secondo luogo, il mercato del caffè è variegato: ce ne sono diversi tipi, ci sono i caffè biologici e i caffè equi e solidali, che si differenzia-

no dagli altri caffè per il loro contenuto sociale. Ognuna di queste varietà è un mercato a sé, e se il commercio equo e solidale promuove l'espansione di uno di questi mercati (quello ad alto prezzo ed alto contenuto etico) a scapito di un altro (quello a prezzo basso e alto sfruttamento) non vi è quella distorsione nei prezzi paventata.

Il commercio equo è meglio della beneficenza. Un'altra obiezione ricorrente è la seguente: perché pagare di più una merce prodotta da un contadino povero invece che semplicemente donargli un equivalente ammontare di denaro? I vantaggi del commercio equo rispetto alla beneficenza sono molti: il commercio equo porta il microcredito, porta la formazione per i lavoratori, i salari minimi, l'educazione per le comunità; infine, come abbiamo visto, induce anche le multinazionali ad imitarne le pratiche e quindi a rendere nel tempo la produzione meno oppressiva di quanto lo sia ora.

Il commercio equo è efficiente perché promuove la concorrenza.

Un aspetto spesso sottovalutato del commercio equo è che esso favorisce il funzionamento del mercato perché, nei paesi in via di sviluppo, spezza i monopoli dei potenti intermediari che acquistano dai piccoli produttori imponendo loro prezzi stracciati e trattamenti da capestro. Rompendo questo monopolio, il commercio equo induce anche gli altri intermediari a comportamenti meno degradanti.

Il commercio equo non è un'esperienza eroica che, seppur sfidando coraggiosamente le leggi dell'economia, è destinata a soccombere. Al contrario!

Il commercio equo è un fenomeno che ha un profondo senso economico: dà ai consumatori critici quello che essi vogliono, e dal momento che di consumatori critici ce ne sono sempre più in giro, il commercio equo ha sempre più successo. Di questo se ne sono accorte anche certe multinazionali che stanno tentando di intercettare questa domanda: un fenomeno imitativo cui bisogna guardare con attenzione, per evitare menzogne ed annacquamenti, ma anche con simpatia dal momento che allarga a dismisura i confini del commercio equo. Infine il commercio equo non distorce i prezzi, è più efficace della beneficenza e promuove la concorrenza. Il suo successo non è quindi un paradosso, ma il segno tangibile della bontà, anche economica, delle idee che lo sostengono.

UN'ESTATE DIVERSA

Vacanze solidali nella Locride

Una proposta per chi vuol dedicare una piccola parte delle vacanze estive alla solidarietà e al volontariato: i campi di lavoro.

Il Comitato Diocesano Trentino Locride propone dal 18 al 26 agosto un campo di lavoro presso l'Eremo delle Querce della Comunità diocesana "Sorelle di Gesù" volute da Monsignor Bregantini nella Locride: un'esperienza di lavoro e condivisione per "solidarizzare con chi crede che un'altra Calabria è possibile".

Le iscrizioni si accettano fino ad esaurimento dei posti disponibili e devono essere effettuate entro il 15 giugno 2007, versando un acconto sui costi (i partecipanti devono farsi carico di tutte le spese). È richiesto spirito di adattamento e capacità di sopportazione del caldo (giorno e notte).



Suor Carolina e Monsignor Bregantini ritratti insieme nella Locride.

Per il periodo dal 21 al 29 luglio 2007, e sempre nella Locride, è invece fissato il campo di evangelizzazione in collaborazione con la comunità religiosa "il Buon Samaritano" di suor Carolina lavazzo che opera per l'emanipolazione dei giovani nella zona di Bovalino - San Luca ad alta densità mafiosa. Questa è un'esperienza forte per chi già conosce la realtà della Locride e vuole coinvolgersi con la gente. Iscrizioni fino al 15 giugno. (C. Galassi)

Il programma dettagliato di entrambi i campi estivi sono consultabili sul sito: www.arcidiocesi.trento.it/trentino-locride

Per informazioni

Pastorale Sociale e Lavoro
via Barbacovi, 4 - 38100 Trento
Tel. 0461 891324-323
Cell. 335 6780675
Fax 0461 891325
www.arcidiocesi.trento.it/trentino-locride
lavoro@arcidiocesi.trento.it