

Commercio equo e solidale: uno strumento di economia del benessere promosso dalla società civile

Proper economic prices should be fixed not at the lowest possible level, but at a level sufficient to provide producers with proper nutritional and other standards."

(John Maynard Keynes, 1944)

Introduzione: etica, economia e consumo socialmente responsabile

I recenti scandali che hanno investito i mercati finanziari americani e l'enfasi sempre maggiore della letteratura sullo sviluppo sull'importanza del capitale sociale come fattore di sviluppo equo e sostenibile sembrano cancellare definitivamente l'illusione di un approccio alla soluzione dei problemi dell'economia neutrale nei confronti dell'etica. Il mito della ricerca di una regola ottimale, in grado di garantire, indipendentemente dalle virtù civiche dei cittadini, l'ottimo sociale tramonta di fronte alla constatazione che non tutti gli interscambi aventi riflessi economici possono essere monitorati e dunque non tutti i comportamenti illegali sanzionati se non a costi elevatissimi. Di conseguenza si riconosce oggi implicitamente che le virtù civili dei cittadini rappresentano il collante fondamentale per tutte le transazioni non monitorabili, collante in grado di attivare le potenzialità virtuose di un determinato sistema di regole in termini di benessere e di crescita.

Tenendo conto di questa prospettiva l'impegno per lo sviluppo assume contorni nuovi in un quadro di interazione tra istituzioni, imprese e società civile attraverso iniziative che ripropongono in maniera originale l'applicazione del concetto di sussidiarietà.

Gli strumenti principali dell'economia dal basso attraverso i quali la società civile segnala la propria responsabilità sociale tramite azioni di consumo e di risparmio sono oggi quelli del commercio equo e solidale, della finanza etica e della banca etica.

Cos'è il commercio equo e solidale

Il Commercio Equo e Solidale (CEES) è una modalità di relazione commerciale tra i produttori del Sud del mondo e i consumatori finali del Nord differente da quella tradizionale. I prodotti del commercio equo e solidale si differenziano da quelli del commercio tradizionale non per la qualità del prodotto, ma per la natura e le caratteristiche del processo produttivo. Tali caratteristiche sono: i) Pagare un salario giusto nel contesto locale; ii) Offrire agli impiegati opportunità di miglioramento; iii) Promuovere le pari opportunità di lavoro per tutte le persone, in particolare per i più svantaggiati; iv) Realizzare procedure ambientalmente sostenibili; v) adottare criteri di trasparenza; vi) Costruire relazioni commerciali a lungo periodo tra produttori ed importatori; vii) Fornire condizioni lavorative sane e sicure nel contesto locale; viii) Provvedere assistenza finanziaria e tecnica ai produttori qualora possibile.

Il Commercio Equo e Solidale è ancora un'iniziativa di nicchia che sta però avendo una rapida e significativa diffusione tra i consumatori, con tassi di crescita del fatturato interessanti e quote di mercato per alcuni prodotti niente affatto trascurabili. I dati forniti dall'European Fair Trade Association per il 2000 indicano la presenza di circa 97 importatori in 18 paesi, di 2740 botteghe del Mondo (dettaglianti finali specializzati in prodotti del commercio equo) di cui 374 in Italia (Tavola 4.A). I fatturati sono in crescita significativa in quasi tutte le aree. Le quote di mercato più significative già raggiunte sono quelle del caffè (2 per cento circa nella UE) e, in singoli mercati, ad esempio, delle banane (15 per cento in Svizzera). Sono quote interessanti ma ancora lontane dalla domanda potenziale di consumatori socialmente responsabili valutata attorno al 20 per cento. Il problema peculiare del consumo socialmente responsabile che al momento rende difficile il congiungimento tra consumi e domanda potenziale sono le strozzature distributive. Mentre infatti prodotti di risparmio possono essere venduti in rete, i consumatori non sono generalmente disposti a comprare prodotti alimentari a distanze superiori ai due chilometri dalla propria abitazione. Il commercio equo sta dunque tentando di costruire un sistema di distribuzione più capillare dell'attuale utilizzando non solo le Botteghe del Mondo, ma anche alcune catene di supermercati, dettaglianti tradizionali, gruppi di acquisto e promotori dei prodotti legati direttamente all'importatore.

A conferma dell'attenzione delle istituzioni verso questa nuova forma di consumo socialmente responsabile è opportuno evidenziare che la Commissione Europea ha redatto un documento sul CEES (29.11.1999 COM(1999) 619) nella cui introduzione si afferma che il CEES costituisce un esempio dello sviluppo raggiungibile mediante le relazioni commerciali e mediante il miglioramento delle opportunità commerciali allo scopo di facilitare la convergenza fra i paesi industrializzati e quelli in via di sviluppo ed di migliorare l'integrazione di quest'ultimi nell'economia mondiale. Più recentemente, il 18 Luglio 2001, la Commissione ha pubblicato un libro verde, COM(2001) 366, dal titolo "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese". L'introduzione del Libro Verde sottolinea che "un sempre maggiore numero di imprese europee promuove strategie di responsabilità sociale in risposta ad una serie di pressioni sociali, ambientali ed economiche".

Commercio equo ed economia di mercato

Una ricerca del CEIS Tor Vergata condotta da Becchetti, Paganetto e Adriani ha evidenziato come, dal punto di vista teorico, il CEES rappresenti una nuova (terza ?) frontiera dell'economia del benessere, superando gli approcci del pianificatore benevolente e della riforma della governance (slegata dall'attenzione alle virtù civiche dei cittadini). Nello specifico sono stati identificati nove potenziali effetti positivi attraverso i quali il CEES è in grado di intervenire su specifici problemi di market failure.

1. **Effetto di aumento del benessere dei consumatori.** il CEES rappresenta non una distorsione di mercato ma la creazione di un mercato di "beni contingentati" la cui esistenza può migliorare il benessere dei consumatori. Assumendo infatti una prospettiva meno riduzionista e considerando la presenza tra le preferenze dei consumatori di argomenti come tutela dell'ambiente e la

solidarietà, il benessere dei consumatori risulta sicuramente inferiore a quello potenziale in assenza di un mercato di prodotti che includono tali caratteristiche.

2. Effetto di salario minimo. Tenendo conto della struttura di barriere tariffarie e non, progressivamente più elevate sulle lavorazioni a più alto valore aggiunto, è evidente che i produttori agricoli del Sud del mondo si trovano spesso schiacciati nella parte bassa della catena del valore in condizioni di monopsonistiche o oligopsonistiche. In questo la soluzione auspicata dall'economia di mercato è quella di un salario minimo in grado di riportare il medesimo al valore della produttività marginale. Con il CEES il salario minimo viene fornito dai consumatori del Nord.

3 Effetto di stabilizzazione del prezzo di mercato I lags di aggiustamento produttivo alle variazioni della domanda e gli shocks meteorologici rendono i prezzi dei prodotti agricoli altamente volatili. Offrendo meccanismi di stabilizzazione di prezzo il CEES fornisce ai produttori del Sud servizi assicurativi gratuiti aumentando il loro benessere e favorendo condizioni di accumulazione.

4 Effetti indiretti sul datore di lavoro con eccesso di potere di mercato L'apertura di un mercato di prodotti di CEES rivela alle imprese tradizionali la presenza di consumatori socialmente responsabili. Se tali imprese hanno potere di mercato, la percezione di una curva di domanda che premia la responsabilità sociale le induce al margine ad adottare comportamenti più socialmente responsabili. Questo effetto spiega la recente enfasi in numerosi settori attorno ai temi della solidarietà.

5. Effetti del prefinanziamento sul razionamento del credito. Il prefinanziamento della produzione è strumento che contribuisce a ridurre i problemi di razionamento del credito tipici dei produttori agricoli del Sud del mondo spesso impossibilitati a fornire garanzie collaterali sui prestiti.

6 Effetto dinamico sulla scolarizzazione e sulla crescita. Il vincolo di utilizzo di parte del surplus trasferito dai consumatori di prodotti CEES a investimenti in capitale umano, sociale e in istituzioni locali contribuisce al rafforzamento dei fattori di convergenza che incidono positivamente sulla crescita.

7 Effetto sugli indicatori sociali. Il CEES non va confuso con le azioni di bando nei confronti di prodotti che utilizzano lavoro sottopagato spesso accusati dai paesi in via di sviluppo di dumping sociale. Esso promuove in maniera attiva il superamento di problemi sociali come il lavoro minorile trasferendo, attraverso i meccanismi di salario minimo, risorse al nucleo familiare e consentendo così di rimuovere progressivamente le cause del lavoro dei minori.

8 Effetto indiretto di selezione efficiente con aumento dei salari nel settore tradizionale Se l'importatore di CEES è in grado di selezionare lavoratori con più basso salario di riserva, l'impresa tradizionale si trova con un pool di lavoratori con richieste di salario più elevate ed è costretta ad aumentare i salari riducendo il gap tra salario competitivo e salario di monopsonio.

9. Servizi all'export I progetti del CEES stabiliscono una partnership di lungo periodo tra importatori e produttori locali. Tale partnership contribuisce alla costruzione di capitale sociale internazionale e genera una fornitura gratuita di importanti servizi all'export