

Marco Noris

Passato, presente e futuro del commercio equo e solidale

Tratto da Marco Noris, I MERCATI DELL'ALTERNATIVA. Per un progetto nella lunga durata del commercio equo e solidale. Prefazione di Lorenzo Guadagnucci. Edizioni Punto Rosso. Collana Libri/FMA n. 17, pp. 176, 12 Euro. ISBN 88-8351-087-9

Ogni movimento non nasce per caso; anche il commercio equo e solidale non sorge dal nulla e la sua nascita, nella forma nella quale noi oggi lo conosciamo, si inserisce in un preciso momento della storia europea e internazionale. Per cercare di comprendere il movimento del Fair Trade occorre necessariamente far riferimento a quei tempi e a quelle idee che lo hanno generato entro un contesto storico e un approccio al concetto di sviluppo ben definito. In questo modo sarà più facile capire le motivazioni che hanno portato all'elaborazione dei principi di base e le ragioni del successo che il movimento ha avuto negli anni a seguire in tutta Europa. Un simile percorso è inoltre necessario se vogliamo correttamente leggere la fotografia del presente, capire cosa è oggi il commercio equo e solidale. Conseguentemente potremo anche procedere ad analizzare le attuali definizioni di commercio equo e solidale in relazione alla loro corrispondenza alla realtà, sottolineandone la coerenza con l'evoluzione e la storia del movimento o la loro eventuale indeterminatezza e debolezza. Infine, proprio a partire da tale analisi, si possono tracciare le possibili diverse future traiettorie del movimento, mettendo sul piatto della bilancia limiti e potenzialità, scelte quotidiane e obiettivi di lunga durata.

1. La storia, il contesto.

Gli anni '60 sono generalmente ricordati come quelli del boom economico. La ricostruzione successiva alla fine della II guerra mondiale era terminata e l'Europa conosceva tassi di crescita economica che mai aveva conosciuto (e mai più avrà in futuro). Accanto al benessere diffuso, il mondo occidentale iniziava, attraverso lo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa, a conoscere anche quel mondo "altro" che stava fuori sia dagli schemi occidentali che dal bipolarismo determinato dalla guerra fredda: era quello che generalmente veniva identificato come Terzo Mondo o Sud del mondo e che comprendeva interi continenti che soffrivano la fame e che sembravano almeno momentaneamente tagliati fuori dal benessere che via via stava invadendo il Nord.

Questo mondo indefinito e poco conosciuto, aveva iniziato a prendere personalità di fronte all'opinione pubblica attraverso i movimenti di liberazione che avrebbero nel giro di pochi decenni messo fine alla secolare esperienza coloniale europea. L'espressione più forte di questa personalità politica si ebbe con la conferenza di Bandung, in Indonesia, del 18-24 aprile 1955 che, sebbene iscritta all'interno del quadro della guerra fredda, segna "l'inizio di una rivendicazione collettiva dei paesi del Terzo Mondo nel campo politico (decolonizzazione) e in quello dello sviluppo"¹.

Accanto a questa maggiore visibilità del cosiddetto Terzo Mondo, crescono in Occidente forme di solidarietà nei confronti dei paesi e delle aree geografiche più povere del pianeta: dall'appoggio alle lotte di liberazione, agli aiuti umanitari, sorgono nel mondo occidentale una miriade di organizzazioni che sembravano essere destinate a sostenere un processo già in atto, chiaro e lineare, che avrebbe completato il percorso di progresso e sviluppo su scala planetaria iniziato con la ricostruzione del secondo dopoguerra. La fondazione Sos Wereldhandel, fondamentale per la nascita del movimento del Fair Trade è una di queste e si inserisce in questo quadro; promossa da un gruppo di giovani del Partito Cattolico Olandese, nasce a Kerkrade nel 1959², con l'intento di portare aiuto a quel mondo di emarginazione, di povertà e di esclusi sia nel Sud che nel Nord del mondo.

Nel 1960 l'Onu proclama la "Decade dello sviluppo" secondo la quale i problemi dello sviluppo, dell'arretratezza e della fame sarebbero stati risolti nel giro di 10 anni. La ricetta era facile: bastava che gli stati membri ascoltassero e mettessero in pratica raccomandazioni e risoluzioni delle Nazioni Unite a riguardo. La base culturale e ideologica del successo di tale idea, per altro condivisa dai governi di molti paesi del Sud del Mondo, si fondava su due ragioni. La prima risiede nelle maggiori possibilità di sviluppo e autodeterminazione scaturite dalla liberazione dal giogo coloniale. La seconda nel trasferimento di tecnologie e know how, dal Nord volte a favorire processi di industrializzazione e modernizzazione in generale nei paesi del Sud. Si tratta di una visione dello sviluppo legata a quello che è stato definito come paradigma della modernizzazione e che vede nella dottrina di Walt Ro-

1 Gilbert Rist, *Lo Sviluppo - storia di una credenza occidentale*, Bollati Boringhieri, Torino 1997, pag. 85

2 Tonino Perna, *Fair trade. La sfida etica al mercato mondiale*, Bollati Boringhieri Torino 1998, pag. 80

stow forse la sua più chiara rappresentazione. Secondo Rostow ogni società doveva passare necessariamente attraverso 5 stadi³:

1. la società tradizionale;
2. lo stadio precedente al decollo;
3. il decollo;
4. la strada verso la maturità;
5. la società dei consumi di massa

Sebbene una tale teoria oggi possa fare sorridere anche i non addetti ai lavori dei problemi dello sviluppo, bisogna tenere presente che dalla fine degli anni '50 a una buona parte del decennio successivo tale teoria rappresentò forse la più tipica espressione del paradigma occidentale dello sviluppo e a tale modello le istituzioni pubbliche, e le speranze di molti cittadini che vedevano lo sviluppo come un percorso semplicemente destinato a “colmare il divario”, ci si affidarono.

Non è compito di questo libro andare ad esaminare in dettaglio il fallimento di tale ideologia e delle pratiche politico-economiche annesse; basti semplicemente pensare che la principale critica a tale teoria consisteva nel prendere atto che storicamente nessuna società si era sviluppata secondo gli stadi proposti da Rostow; riprenderemo inoltre in un momento successivo il significato di “sviluppo” e le teorie che attorno a questo concetto si sono elaborate negli anni; quello che importa è chiarire il contesto storico nel quale le idee di commercio equo sono sorte e hanno iniziato a svilupparsi.

La storia ha poi chiaramente dichiarato il fallimento del Decennio dello sviluppo, anzi, alla fine degli anni '60 le cose erano ulteriormente peggiorate nonostante si andasse verso il completamento del processo di decolonizzazione in tutti i continenti. Le critiche all'approccio modernista allo sviluppo e, soprattutto al suo contrario, al concetto di sottosviluppo furono molteplici e di varia natura; ci basti sottolineare 2 prese di coscienza fondamentali per i critici di tale approccio:

1. il sottosviluppo non era, come nella teoria di Rostow, uno stadio iniziale per tutte le società, ma piuttosto una condizione creata.
2. le cause della povertà e dell'arretratezza economica spesso dipendevano dagli iniqui meccanismi finanziari, commerciali ed economici in generale che regolavano i rapporti tra gli stati.

Accettare queste 2 affermazioni comporta un radicale cambiamento nell'approccio con i problemi che affliggono il Terzo Mondo: le questioni dell'arretratezza, della fame e della povertà non vanno più affrontate cercando di “colmare il divario”, aiutando anche solo dal punto di vista umanitario un processo in atto, lineare e irreversibile che attraverso il potere taumaturgico della crescita avrebbe portato ad una società planetaria senza fame e con una più equa distribuzione della ricchezza.

Pensare al sottosviluppo come una conseguenza di precisi fattori storici ed economici comporta necessariamente la messa in discussione dei meccanismi di funzionamento dell'intero sistema economico e sociale; concettualmente è fondamentale il passaggio dall'aiuto al “sistema” perché realizzi gli obiettivi enunciati, alla messa in discussione del “sistema” come principale ostacolo alla realizzazione degli obiettivi stessi. E infatti la messa in discussione del “sistema” nel suo complesso esplose alla fine degli '60, con quello che passerà alla storia come il 1968.

Il vento del cambiamento soffia in ogni angolo del mondo; il '68 non è solo una questione occidentale: in Europa le richieste di cambiamento si manifestano tanto a Parigi quanto a Praga, ma anche lontano dall'Europa, dalla Columbia University degli Stati Uniti a Tokio a Città del Messico, l'onda della protesta invade l'intero pianeta. Sono stati scritti fiumi d'inchiostro su quell'epoca, a noi basti pensare che il movimento del Fair Trade trova le sue origini all'interno di questo movimento soprattutto in quella parte che, come ha già sottolineato Tonino Perna, rimase critica rispetto le forme di lotta storiche e istituzionali che si era dato il movimento operaio⁴ e aperta invece alle nuove idee e problematiche imposte dai cambiamenti tecnologici, economici e culturali in generale. Si tratta quindi di quella parte del movimento che espresse forse qualcosa di più nuovo a partire dalla fine degli anni '60; un movimento la cui critica globale andava al di là del bipolarismo politico e culturale imposto dalla guerra fredda. In questo contesto sono proprio le istituzioni e la burocrazia della sinistra tradizionale a venire attaccate duramente dai movimenti; in particolare la sinistra tradizionale è accusata direttamente di non essere stata in grado di cambiare le cose, viene esposto alla luce del sole il fallimento delle aspirazioni di cambiamento

3 Cfr. Walt W. Rostow, *The Stages of Economic Growth*, Cambridge University Press, Cambridge 1960

4 Tonino Perna, *Fair trade. La sfida etica al mercato mondiale*, Bollati Boringhieri Torino 1998, pag 82

che non hanno saputo realizzarsi nella concretezza storica.

In questo senso i movimenti pongono una critica radicale all'intero sistema sociale, economico e storico in generale, su scala planetaria; sono movimenti anti-sistemici per utilizzare una definizione cara agli studiosi della World Systems Analysis⁵.

Ma il commercio equo e solidale può inquadrarsi in qualche modo come una forma di movimento anti-sistemico? Oppure il movimento ha un profilo più basso, una semplice testimonianza di economia di giustizia, un modo semplice, diretto ed efficace di sensibilizzazione del consumatore?; Se da un lato è vero che il gruppo di giovani cattolici olandesi cercano, con i primi approcci a quello che diverrà commercio equo e solidale, di dare una concreta risposta alle domande di impegno civile, alla questione "che cosa posso fare io, nel mio quotidiano per contribuire a rendere meno ingiusto questo sistema economico?"⁶, dall'altro lo slogan che segna la nascita del movimento, "Fair Trade, Not Aid", commercio giusto, non aiuti, va oltre, sembra denunciare direttamente il sistema commerciale internazionale come una delle cause della povertà e soprattutto dell'impoverimento del Sud del mondo. È appena il caso di ricordare che il commercio, ed in particolare il commercio estero era (ed è tuttora) visto come motore primo della crescita dagli economisti soprattutto neoclassici che vedono nel commercio internazionale il mezzo propagatore dello sviluppo in tutto il mondo attraverso la specializzazione e la divisione internazionale del lavoro, insomma una forma più o meno modernizzata del concetto della "mano invisibile".

La nascita alla fine degli anni '60 di una forma embrionale ma estremamente concreta e alternativa di commercio mettono in discussione paradigmi ormai insostenibili alla luce dei fatti e benchè il commercio equo e solidale non si possa definire un movimento anti-sistemico *tout court* ha il grande merito di iniziare a diffondersi portando insieme azioni di denuncia e alternative concrete da sottoporre alla sensibilità dei consumatori e della società civile in generale.

Nel 1969 nasce la prima Bottega del Mondo (World Shop) a Brekelen, nel sud dei Paesi Bassi e da lì, nel giro di pochi anni il movimento prende piede in buona parte del centro e nord Europa e, cosa più importante, giunge a noi oggi più vivo che mai.

Questo successo, la consistenza e la persistenza temporale del movimento propongono una serie di riflessioni anche alla luce dell'analisi appena svolta.

In primo luogo il movimento del Fair Trade sembra essere l'unico che dal 1968 ad oggi abbia mantenuto vitalità sia attraverso la crescita commerciale che quella dell'elaborazione politica.

In secondo luogo, e collegata alla prima considerazione, questa vitalità e questa crescita sembra abbia fatto definitivamente abbandonare il pionierismo dei primi decenni portando il commercio equo a una fase più matura, a considerare orizzonti più vasti rispetto al passato.

Queste considerazioni ripropongono però con maggior forza le questioni appena poste: il successo del movimento sembrano porre il commercio equo come l'unica forma credibile di economia alternativa, concreta e fattibile e benchè l'azione e i risultati si possano ancor oggi misurare su scala microeconomica, le cose potrebbero cambiare, sia in termini quantitativi che qualitativi in un futuro non molto lontano.

A questo punto sorge spontaneo pensare ad un commercio equo e solidale come qualcosa di più di una semplice modalità di economia etica, ma fino a che punto ci si può spingere a considerare il movimento come qualcosa di veramente alternativo dal punto di vista economico? E fino a che punto coloro che lo stanno portando avanti da decenni e coloro che ci si sono avvicinati da poco sono consapevoli delle sue potenzialità?

Il compito che si pone questo libro è di capire quali siano le potenzialità reali del movimento, capire se attraverso il movimento del Fair Trade è davvero possibile immaginare e concretizzare l'utopia di una società diversa proprio a partire dalla critica e dall'offerta di un'alternativa economica globale. Se tali potenzialità esistono allora le scelte del movimento, gli scenari futuri, la crescita e l'espansione saranno segnati da un obiettivo molto impegnativo, forse ancora oggi troppo impegnativo per il livello di coscienza e di bagaglio culturale che buona parte del movimento possiede. D'altra parte il commercio equo ha però messo in moto meccanismi di sviluppo nel Sud del mondo difficilmente reversibili dei quali deve essere profondamente responsabile. Ora la responsabilità da parte di un movimento che comunque cresce, consiste molto semplicemente nel capire e scegliere cosa essere e fare da grande.

2. La crescita

Per riuscire però a capire di cosa stiamo parlando è necessaria anche la conoscenza di alcuni fattori quantitativi. La crescita del Fair Trade nell'ultimo trentennio è inesorabile. Si sviluppa dal centro al nord Europa per poi arrivare alla fine degli anni '80 in Italia e nell'area mediterranea in generale. Di seguito con una serie di dati diamo

5 Cfr. Arrighi G., Hopkins T.H., Wallerstein I., *Antisystemic Movements*, Manifestolibri. Roma 1992.

6 Tonino Perna, *Fair trade. La sfida etica al mercato mondiale*, op cit. pag. 81-82

un'idea di questa espansione.

Il "Fair Trade in Europe 2005"⁷, un rapporto finanziato dalla fondazione Heinrich Böll e voluto da quattro grandi sigle del Commercio Equo europeo (Flo-Fairtrade labelling organizations, Ifat-International fair trade association, News!-Network of European World Shops ed Efta-European Fair Trade Association), fotografa un vero e proprio boom del commercio equo in Europa nei primi cinque anni del nuovo millennio con un incremento del volume d'affari del 154%. Dal punto di vista distributivo il Fair Trade conta su oltre 79 mila punti vendita tra i quali 57 mila supermercati, 2800 botteghe del mondo e oltre 100 mila volontari. I tassi di crescita annui sono dell'ordine del 20%. Nei 25 Paesi oggetto di ricerca circa 200 importatori hanno contribuito al mercato del Commercio equo, fornendo i canali tradizionali (Botteghe del mondo, chiese, gruppi di solidarietà, etc.), i canali commerciali, o entrambi. La parte più significativa dell'aumento delle vendite è stata ottenuta con prodotti "marchiati", in particolare caffè e banane. Oggi ci sono "enti certificatori", che rilasciano ai prodotti le etichette che certificano il rispetto dei criteri del commercio equo in 15 nazioni europee, compresa la Spagna, arrivata da poco. Il valore complessivo dei prodotti venduti con le etichette del commercio equo in 14 paesi è di circa 597 milioni di euro. Buona parte di questo progresso non sarebbe stata possibile senza un crescente numero di partner commerciali, coinvolti attraverso i protocolli di etichettatura del commercio equo. Alcuni di questi partner hanno investito massicciamente per portare il commercio equo nei supermarket delle loro nazioni e oggi il commercio equo 'contrassegna' prodotti che possono essere comprati in circa 55mila supermercati di tutta Europa, con un impatto imponente sul mercato. In Svizzera, per esempio, il 47% delle banane, il 28% dei fiori e il 9% dello zucchero sono oggi venduti con le etichette del commercio equo. E nel Regno Unito, un mercato che ha otto volte la popolazione della svizzera, i prodotti "etichettati" come commercio equo hanno raggiunto il 5% di quota di mercato nel tè, il 5,5% delle banane e il 20% del caffè macinato. Molto del recente successo è inoltre dovuto all'aumento della collaborazione tra i diversi attori europei del Commercio Equo. Importatori, botteghe del mondo e organizzazioni che certificano i marchi hanno messo in piedi le loro reti internazionali, che a loro volta stanno cooperando intensamente a livello europeo e anche globale. La situazione del Commercio Equo in Europa cambia, con l'apertura di mercati del tutto nuovi (in particolare negli stati da poco entrati a far parte dell'Unione) fino a Paesi con mercati e organizzazioni molto maturi. La situazione, poi, cambia fortemente secondo gli aspetti che vengono presi in considerazione. Nonostante questo, gli attori del Commercio Equo hanno identificato le sfide più importanti come seguono: identificare ulteriori risorse di crescita proseguendo la professionalizzazione delle attività delle Botteghe del mondo, sviluppare un sistema di monitoraggio ben bilanciato al fine di guadagnare credibilità agli occhi del consumatore, trovare il giusto equilibrio tra le attività del business e della "mission", per aprire spazi all'azione politica.

Per quanto riguarda l'Italia, dove il movimento del commercio equo si è diffuso a partire dagli anni '80, il fatturato delle nove maggiori organizzazioni importatrici ha raggiunto gli oltre 41 milioni di euro. In particolare, il consorzio Ctm Altromercato, ormai una delle organizzazioni più grandi al livello internazionale, ha visto in soli due anni una crescita del proprio fatturato da 22,4 a 34,3 milioni di euro. Anche i dati delle vendite dei prodotti a marchio Fairtrade Transfair Italia hanno raggiunto i 20 milioni di euro mentre gli sbocchi distributivi dei prodotti equi e solidali contano oltre alle 500 botteghe del mondo anche 5000 supermercati.

La crescita continua anche se qualche volta disomogenea e a macchia di leopardo del commercio equo e solidale ha in sé qualcosa di eccezionale: dagli anni '60 il movimento giunge ai giorni nostri con nuove potenzialità completamente intatte.

Le motivazioni di questo successo sono molteplici e probabilmente non ancora tutte sufficientemente analizzate. Almeno un paio però sembrano essere rilevanti. In primo luogo acquistare un prodotto del commercio equo e solidale comporta un semplice atto che avvicina concretamente il consumatore al produttore; l'impatto che può avere un pacchetto di caffè, conoscere la storia che sta "dentro" il prodotto e i produttori che lo hanno realizzato è enorme: viene ridato al consumatore un senso, non solo all'acquisto ma anche al suo essere compratore in quanto tale, cosciente di cosa sta facendo, lontano dall'immagine di un consumatore allevato fin da piccolo come un pollo in batteria⁸ che ingozza il mangime che gli viene dato senza chiedersi in che cosa consista e da dove viene.

La seconda considerazione ha a che fare con la concretezza dell'alternativa che il commercio equo e solidale promuove. La letteratura critica dell'attuale sistema economico capitalista ha passato il secolo e mezzo di storia; la quantità e la varietà di ciò che è stato scritto è enorme, gli approcci interdisciplinari alla questione estremamente rilevanti e spaziano dall'economia alla politica, alla psicologia, alla sociologia, all'antropologia, a tutta la vasta gamma e le particolari sfumature delle scienze sociali.

7 *Fair Trade in Europe 2005. Facts and Figures on Fair Trade in 25 European Countries*, Fair Trade Advocacy Office, Bruxelles 2005

8 Tonino Perna, *Fair trade. La sfida etica al mercato mondiale*, op cit. pag. 89

È persino banale considerare l'insostenibile raffronto tra l'incredibile mole di tale letteratura alla esiguità quantitativa e qualitativa delle proposte di alternativa elaborate, teorizzate e, soprattutto, concretizzate. Spesso proprio all'interno delle stesse opere degli studiosi del sistema economico capitalista, dopo una profonda e accurata analisi critica del sistema, segue, quasi come appendice, qualche spunto per l'elaborazione di un'alternativa che per esiguità e inconsistenza intellettuale contrasta fortemente con la prima parte; nel 1845 Karl Marx scriveva nella sua famosa undicesima tesi su Feuerbach: "I filosofi hanno soltanto diversamente *interpretato* il mondo; si tratta di *trasformarlo*". Diciamo che a distanza di oltre un secolo e mezzo i risultati, su scala planetaria, sono piuttosto frustranti!

Il movimento del Fair Trade sembra avere attirato nel corso degli anni anche una buona parte di tutti coloro che negli ultimi decenni sono rimasti per così dire "orfani" di una speranza di alternativa concreta. Accanto a coloro che si sono avvicinati al commercio equo per motivi etici, provenienti generalmente dal modo dell'impegno sociale di estrazione religiosa e confessionale, esistono operatori, volontari e semplici consumatori che hanno scelto questa strada essenzialmente per motivi politici e che vedono nella concretezza della prassi del commercio equo e solidale una modalità attraverso la quale poter sperare in un'alternativa economica e sociale, una via più concreta di quella che per decenni sembrava essere qualcosa simile alla ricerca della pietra filosofale. Le diverse anime che compongono il mondo del Fair Trade non sono però nel corso degli anni entrate in contrasto. Sebbene tale eterogeneità di estrazione culturale e politica non abbia la stessa consistenza nel variegato panorama europeo si può affermare che la coesistenza di diverse formazioni culturali non abbia creato grossi problemi all'interno delle realtà locali delle botteghe del mondo. Anzi, a partire da denominatori comuni condivisi, si è andati ben oltre la realizzazione di un qualcosa frutto di una semplice trasversalità culturale e si è cementata una comunanza di scopi e di obiettivi che ha nella realizzazione di qualcosa di completamente nuovo il suo fine ultimo. Ancora una volta, come alla fine degli anni '60, ci si trova di fronte a un movimento che continua la sua ricerca di alternativa al di fuori di schemi e categorie culturali che ritiene superate; in questo senso l'impennata di vendite e di popolarità del commercio equo e solidale in Italia dopo la contestazione del G8 di Genova nel luglio del 2001, è molto significativa: è la spinta verso la ricerca di un'alternativa tangibile e concreta che ha avvicinato molte persone a questo mondo. Di fronte a tali considerazioni e all'analisi quantitativa del fenomeno rimane sempre aperta la questione sulle potenzialità e responsabilità del movimento equo e solidale.

A questo punto serve un ulteriore passo avanti, verso una definizione più concreta di Fair Trade e un'analisi più accurata di quelle che sono le pratiche concrete della sua azione: solo in questo modo potremo capire a fondo le potenzialità del movimento.

3. Il problema delle definizioni

Sicuramente una delle componenti del successo del commercio equo e solidale è la sua estrema concretezza. L'elaborazione teorica di molti movimenti di alternativa economica e sociale a partire dalla fine degli anni '60 e per almeno tutto il decennio successivo è stata imponente ma a giudicare dalla storia dagli anni '80 a oggi bisogna affermare con tutta onestà che gli effetti pratici di tutta questa elaborazione sono stati quasi nulli.

Il commercio equo e solidale ha avuto il merito di essere cresciuto soprattutto nella prassi con una base teorica fatta di pochi, semplici e chiari valori condivisi tra operatori e consumatori. La sua forma concreta, la sua indipendenza politica, il suo tentare di "essere sistema" il più possibile autosostenibile e indipendente dalla direzione del vento dei contributi pubblici, sono fattori determinanti per la fiducia che milioni di consumatori nel mondo hanno accordato al movimento. Sostanzialmente il commercio equo si basa su meccanismi semplici e riproducibili, in grado, ormai a distanza di decenni dalla sua nascita, di iniziare a creare una vera e propria storia, con una continuità e una dinamicità culturale che sembra non avere particolari flessioni nel tempo. L'essenza di questa storia sta negli effetti concreti che produce nelle comunità di produttori nel Sud del mondo e nella sua sostenibilità generale. Non si tratta in questo caso di sostenibilità economica completa, il commercio equo nel nord del mondo non può assolutamente dirsi autosostenibile dal punto di vista economico e finanziario senza l'apporto massiccio del volontariato, ma di una sostenibilità soprattutto di movimento che ha consentito una crescita e una evoluzione che non ha conosciuto interruzioni nell'arco di decenni. Su questa sostenibilità di movimento torneremo successivamente; per il momento basti ricordare che la concretezza e l'indipendenza del commercio equo sono gli elementi che riassumono meglio le caratteristiche di efficacia e novità rimaste immutate nel tempo e queste caratteristiche sono state fondamentali nel far sì che il movimento diventasse un punto di incontro e un progetto comune tra persone di diversa estrazione culturale.

Questo approccio concreto e pragmatico con la realtà ha però evidenziato nel corso del tempo alcuni limiti. La crescita del commercio equo e solidale non può semplicemente definirsi in termini quantitativi: il successo

9 K Marx, *Tesi su Feurbach*, in *Opere complete*, vol V, Editori Riuniti, Roma 1972 pag, 5

commerciale del Fair Trade ha reso gli scenari molto più complessi rispetto al passato e la condivisione più o meno blanda di prassi consolidate, di modalità di fare commercio equo non basta più. Se da un lato il commercio equo deve il suo successo ad una maggiore efficacia pratica, ad un agire concreto, che lo contraddistingue da molti movimenti di alternativa degli ultimi decenni, oggi sembra soffrire del problema inverso e cioè manca ancora una solida base teorica comune dalla quale poter elaborare obiettivi e strategie di lungo periodo. Sono sintomatiche le reazioni opposte nelle varie realtà del commercio equo europeo di fronte alla fatidica data del 7 ottobre 2005 quando venne lanciato sul mercato britannico il “Nescafé Partners’ Blend”, un caffè solubile equo e solidale a tutti gli effetti garantito dalla Fairtrade Foundation Uk, prodotto quindi dalla criticata e boicottatissima Nestlé. Questa data, che rischia di segnare uno spartiacque nell’evoluzione di una progettualità politica e commerciale dell’intero movimento, non ha fatto altro che scoperciare una pentola all’interno della quale erano racchiuse da anni problematiche irrisolte, confronti mai definiti, su che cosa vuole essere il commercio equo, se c’è una definizione di commercio equo oppure più di una, con progettualità e obiettivi però altrettanto distinti e definiti.

La crescita e la visibilità del movimento non lasciano però molto tempo alla soluzione di questi problemi; i prossimi anni saranno cruciali per un confronto a tutto campo tra centrali d’importazione, marchi di garanzia, botteghe del mondo, base sociale del movimento e sicuramente produttori, per poter definire uno o più progetti di lunga durata legati al mondo del Fair Trade.

Ma da dove partire per risolvere questi problemi?

Sicuramente, con riferimento a ciò che è stato prima scritto, diventa fondamentale capire quali siano le reali potenzialità del movimento e metterle in relazione alle pratiche concrete nelle quali si realizza. Questa operazione è di estrema importanza: da un lato è necessario considerare un mondo di progettualità di lunga durata che, benché supportato da un’analisi dell’evoluzione del Fair Trade, rischia di rimanere confinato alla sfera delle aspirazioni piuttosto che alla realtà; d’altro lato a partire da che cosa fa il commercio equo si può andare a sondare concretamente quali siano le traiettorie future del movimento.

C’è però un altro aspetto importante che va considerato. Oggi più che mai il commercio equo e solidale sembra soffrire di un deficit definitorio di ampia portata. Se un tempo negli incontri pubblici bastava presentare i principi cardine comunemente riconosciuti sui quali si basava la pratica equa e solidale per far capire di che cosa si stava parlando, oggi questi sono diventati un semplice prerequisito per poter iniziare un qualsiasi discorso sul tema in questione.

Risolvere questo problema è estremamente importante e urgente: in Italia, nell’elaborazione di una legge sul commercio equo e solidale, il problema delle definizioni è stato cruciale e ha richiesto molto tempo anche in termini di confronto sulla questione di che cosa fosse in realtà il commercio equo e solidale e le sue componenti irrinunciabili come ad esempio la inerente definizione il prezzo equo.

Partire da una visione di lungo periodo del movimento combinata con un’attenzione verso le pratiche concrete del fare commercio equo può essere una modalità efficace per risolvere la problematica definitoria e, nello stesso tempo, rendere più chiari gli obiettivi.

Il problema di una definizione di commercio equo e solidale è stato comunque affrontato molto tardi a livello europeo e una prima definizione condivisa risale solo al 2001, quando Fine, il coordinamento informale delle reti di Com.e.s., stabilisce per la prima volta una definizione condivisa da tutti gli attori del movimento¹⁰:

“Il Commercio Equo è un partenariato commerciale basato sul dialogo, la trasparenza e il rispetto, che mira ad una maggiore equità nel commercio internazionale. Contribuisce allo sviluppo sostenibile offrendo migliori condizioni commerciali a produttori svantaggiati e lavoratori, particolarmente nel Sud, e garantendone i diritti. Le organizzazioni di Commercio Equo sono attivamente impegnate a supporto dei produttori, in azioni di sensibilizzazione e in campagne per cambiare le regole e pratiche del commercio internazionale convenzionale”.

Questa definizione è certamente frutto di una ricerca di denominatori comuni tra le varie realtà del commercio equo; ricordiamo che Fine è l’espressione combinata di Flo, che riunisce i marchi di garanzia del commercio equo e solidale, Ifat, unica struttura a livello mondiale che rappresenta direttamente le organizzazioni di commercio equo (con una presenza consistente dei produttori), News, network delle botteghe del mondo europee ed Efta che rappresenta le maggiori centrali di importazione di prodotti equi e solidali in Europa.

Balza subito all’occhio in questa definizione l’assenza della parola “cooperazione”; il commercio equo è definito da una partnership, da un rapporto paritario che lega il produttore con l’importatore il distributore e il consumatore. In effetti il commercio equo e solidale ha sempre avuto qualche difficoltà a definirsi, per non dire limitarsi, come semplice strumento di cooperazione e, sull’altro versante, le istituzioni pubbliche, anche quelle che ne hanno riconosciuto il valore e l’efficacia, non l’hanno mai inserito nelle forme di cooperazione canoniche; è da sottolineare che, di conseguenza, ne è stato escluso anche dagli eventuali benefici riconosciuti alla cooperazione

10 Efta, *Annuario del commercio equo e solidale. La sfida del Fair Trade in Europa 2001 - 2003* pag. 26

internazionale.

Sembra però più interessante andare in profondità nella definizione soprattutto riguardo gli obiettivi che il commercio equo si pone: nella prima parte di questa definizione il commercio equo è concepito come uno strumento volto a *“una maggiore equità nel commercio internazionale”*; successivamente, alla fine della definizione il commercio equo risulta attivamente impegnato *“in azioni di sensibilizzazione e in campagne per cambiare le regole e pratiche del commercio internazionale convenzionale”*.

Ad una attenta analisi le due affermazioni combinate appaiono però in contraddizione: mentre la prima sembra sottolineare l'aspirazione all'umanizzazione del commercio all'interno dell'attuale sistema economico, la seconda, molto più radicale, enuncia la volontà di cambiamento sia delle regole che delle pratiche del commercio internazionale, ponendosi in una posizione decisamente anti-sistemica. L'evidenza di questa sostanziale contraddizione nella definizione di commercio equo e solidale non è cosa di poco conto agli effetti pratici: la differenza tra le due utopie, quella dell'umanizzazione dell'economia e quella del cambiamento delle regole dell'economia stessa hanno nella realtà creato due visioni distinte di commercio equo e solidale delle quali parleremo nei successivi capitoli.

Questa differenza merita una particolare attenzione in relazione allo sviluppo futuro del movimento del commercio equo almeno per tre motivi principali:

1. come abbiamo già accennato precedentemente si tratta di capire quali siano le reali potenzialità del movimento e in relazione a queste se il commercio equo è in grado di portare alla realizzazione una o l'altra o entrambe le utopie enunciate nella definizione.
2. sebbene i due percorsi indicati siano frutto della pluralità di idee e visioni che caratterizzano il profondo spirito democratico del movimento, sembra molto difficile che nella realizzazione concreta dell'una e dell'altra, non scaturisca un contrasto molto forte che obbligherà il movimento a prendere posizioni definite con la conseguenza di una spaccatura interna forse definitiva.
3. All'interno di questa evoluzione, per salvaguardare la reale democraticità interna del movimento è necessario un coinvolgimento sempre maggiore dei produttori nella costruzione progettuale, ed essi sicuramente sono portatori di interessi anche differenti rispetto quelli del movimento equo e solidale nel nord del mondo.

È abbastanza ovvio che dalla soluzione della prima questione evidenziata dipendano modalità di approccio, valutazioni diverse e diverse scelte nell'affrontare qualsiasi altra questione successiva.

Se da un lato le scarse e incomplete definizioni di commercio equo e solidale non ci aiutano a capire quali siano le reali ultime aspirazioni del movimento, quale sia la progettualità di lunga durata e i suoi obiettivi finali, dall'altro possiamo fare riferimento a tutta una serie di pratiche concrete che ci possono aiutare a definire meglio azioni, conseguenze e potenzialità del movimento. Come già accennato non si tratta semplicemente di capire che cosa “fare da grandi” ma soprattutto di capire quali meccanismi il commercio equo ha messo in atto a livello internazionale e la loro efficacia nel tempo. È soprattutto una questione di responsabilità: l'analisi delle potenzialità del movimento serve soprattutto a limitare al minimo gli errori futuri che potrebbero mettere a repentaglio la stessa vita del commercio equo e, soprattutto, non essere costretti a dire in futuro ai produttori “scusate ci eravamo sbagliati”!

Le pratiche concrete nelle quali si attua il commercio equo vanno a loro volta inserite in un contesto definitorio più ampio: non è sufficiente dare una definizione anche più compiuta di commercio equo avulsa da un quadro di riferimento culturale più completo. In pratica, si pongono altre questioni: se il commercio equo, a prescindere dalle diverse strade intraprese, ha come obiettivo quello della giustizia economica e sostanzialmente dello sviluppo dei produttori coinvolti, quale è la concezione di sviluppo alla quale il movimento fa riferimento? È vero che il Fair Trade non è una teoria dello sviluppo e non si pone certamente l'obiettivo della soluzione dei problemi annessi a tale problematica ma non è assolutamente indifferente avere una o un'altra visione di sviluppo all'interno della quale e per la quale portare avanti le proprie azioni. Altra questione: se il commercio equo ha come sua base il mercato, quale è il concetto di mercato di riferimento per il commercio equo? La definizione di mercato e, in particolare, di economia di mercato sono cruciali nella costruzione di un progetto di alternativa economica.

In buona sostanza, colmare i deficit definitori è un'azione indispensabile se vogliamo eliminare l'indeterminatezza che avvolge la progettualità futura del movimento; diventa difficile anche il confronto tra le diverse anime del movimento senza la soluzione di questi problemi: il rischio concreto è quello molto banale di utilizzare le stesse parole avendo come riferimento concetti e paradigmi sostanzialmente diversi.

Nel prossimo capitolo ci concentreremo quindi sul rapporto tra Fair Trade e concezione di sviluppo e su una definizione di mercato compatibile con le aspirazioni e le pratiche eque e solidali.

