autore
PATRIZIA MACCARI

materia
Economia politica

sezione 1

Economia e solidarietà

Sistemi economici e relazioni sociali

Se da un lato siamo giustificati a credere che i panettieri ci daranno pane migliore perché realizzano un profitto, dall'altro sarebbe una pazzia fornire ai chirurghi un motivo economico per amputarci una gamba. G.B. Shaw

Nel suo libro *La grande trasformazione*, Karl Polanyi mette in evidenza lo stretto legame che intercorre tra le relazioni sociali e i sistemi economici che caratterizzano l'evoluzione storica delle comunità umane, descrivendo quattro diversi principi di comportamento economico e i relativi modelli istituzionali:

- la **reciprocità**, che utilizza il dono come rapporto sociale elementare e il cui modello istituzionale è la simmetria;
- la **redistribuzione** che accetta la consegna di buona parte del prodotto a un'autorità superiore perché la distribuisca e il cui modello istituzionale di riferimento è la centricità;
- l'**economia familiare**, caratterizzata dalla produzione per l'autoconsumo, ossia per il soddisfacimento dei bisogni propri o del gruppo di appartenenza, il cui modello istituzionale è il gruppo chiuso, come la famiglia patriarcale o il villaggio;
- lo **scambio**, sia esso nella forma del baratto o della compravendita, che trova nella determinazione del prezzo il proprio rapporto sociale fondamentale e nel mercato la sua struttura sociale di riferimento.

	RECIPROCITÀ	REDISTRIBUZIONE	ECONOMIA FAMILIARE	SCAMBIO
Rapporto sociale fondamentale	Dono	Consegna all'autorità	Autoconsumo	Determinazione del prezzo
Modello istituzionale	Simmetria	Centricità	Famiglia o gruppo chiuso	Mercato

I modelli arcaici

Si può massimizzare la propria utilità o il profitto da soli. Ma per essere felici bisogna essere almeno in due. S. Zamagni

Reciprocità e redistribuzione garantiscono il funzionamento delle relazioni economiche delle società arcaiche, che non conoscono ancora l'uso della scrittura e non possono per questo servirsi di alcun sistema contabile.

In alcune isole della Melanesia occidentale, per esempio, il sostentamento è assicurato dai parenti della madre. Qui, il fratello che offre alla sorella e ai nipoti i propri prodotti migliori, non ottiene in cambio vantaggi materiali per sé ma consenso sociale. I vantaggi materiali sono invece destinati alla sua compagna e ai suoi figli, ai quali verrà riservato un analogo trattamento dai rispettivi fratelli (reciprocità).

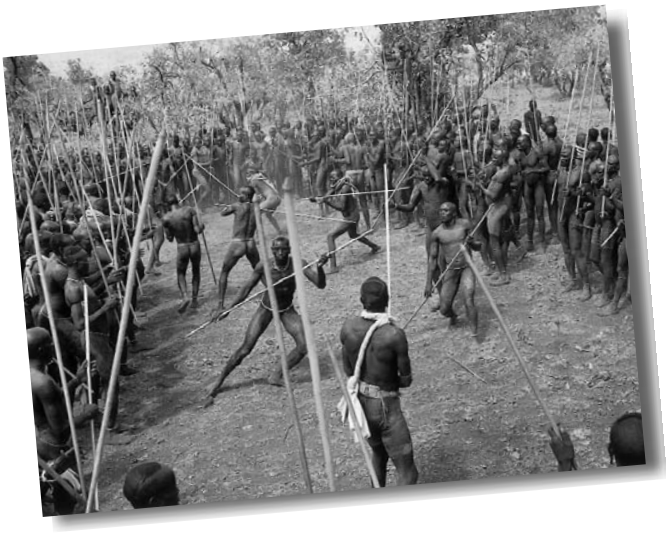
Nei sistemi in cui i rapporti economici sono regolati dal principio della **reciprocità** si stabilisce una stretta connessione tra il gesto economico (il

obiettivi

- introdurre storicamente e descrivere le varie esperienze in grado di coniugare efficienza economica, equità sociale e sostenibilità ambientale
- stimolare una riflessione sui possibili correttivi all'attuale sistema di mercato

proposte didattiche

- ritieni che vi siano ancora tracce nella nostra economia e nella nostra società dei sistemi basati sulla reciprocità, la redistribuzione e l'economia familiare?
- secondo te, gli obiettivi di equità sociale e sostenibilità ambientale sono realmente importanti, oppure ritieni che ve ne siano altri ancora più urgenti? Se sì, quali?
- avevi già sentito parlare della Grameen Bank? E del commercio equo e solidale?
- a tuo parere, esperienze come il commercio equo e solidale e la finanza etica sono destinate solo al Terzo mondo o possono trovare un'applicazione anche nei Paesi più sviluppati?



Nelle società arcaiche il funzionamento delle relazioni economiche è basato sui principi di reciprocità e redistribuzione.

dono) e la relazione sociale. Ogni dono, infatti, stabilisce un legame tra i soggetti che non possono praticarlo senza entrare in un contatto personale. Come sostiene Serge Latouche (*L'altra Africa tra dono e mercato*, Bollati Boringhieri, 1997) «Gli obblighi di donare, di ricevere e di restituire, intessono i legami tra gli uomini e gli dei, tra i vivi e i morti, tra i genitori e i figli, tra i fratelli maggiori e i cadetti, tra i sessi, all'interno delle classi di età ecc. […] limitano i guasti dei rapporti mercantili, assicurano un minimo di garanzia contro l'esclusione economica e sociale».

Il principio della **redistribuzione** viene invece utilizzato da gruppi che si organizzano secondo il modello istituzionale della centricità, che riconoscono cioè al proprio interno un'autorità superiore, alla quale attribuiscono il compito di ripartire il prodotto fra tutti i membri della collettività. Si tratta prevalentemente di comunità dedite alla caccia (un'attività che ha natura collettiva), che si organizzano secondo questi principi per sottrarsi al suo esito incerto e irregolare. Come sostiene Polanyi (*La grande trasformazione*, Einaudi, 1974), «i membri di una tribù di cacciatori di solito consegnano la preda al capo perché la ridistribuisca».

I criteri con cui avviene la redistribuzione non sono sempre gli stessi e non è detto che rispettino sempre i principi di una ripartizione ugualitaria. Se il compito è affidato a una famiglia influente, a un individuo eccezionale o a un gruppo selezionato, per esempio, questi possono organizzare la ripartizione del prodotto in modo da consolidare e salvaguardare il proprio potere.

L'**economia familiare** nasce invece più tardi, quando lo sviluppo dell'agricoltura consente al gruppo sociale di organizzare e programmare la propria attività produttiva.

Le economie di mercato

Non vi è limite alle crudeltà che gli uomini infliggono per amore del denaro. B. Russell

Reciprocità, redistribuzione, economia familiare e le loro diverse combinazioni costituiscono i principi di comportamento economico prevalenti fino alla fine del feudalesimo, e fino a tutto il XIX secolo questi stessi principi trovano ampio spazio in tutte le forme di organizzazione economica conosciute. Nel loro insieme, tali relazioni costituiscono una rete protettiva in grado di sostenere tutti i componenti del gruppo, almeno nei loro bisogni più elementari.

Accanto a essi, con il passare del tempo, si sviluppano gli scambi mercantili, destinati ad assumere un ruolo fondamentale per la crescita economica dell'Occidente. Reciprocità, redistribuzione ed economia familiare si mantengono però vivi e soprattutto riescono a garantire la rete delle relazioni sociali su cui appoggiano. Per tale ragione, anche quando tra il XV e il XVIII secolo lo sviluppo dei mercati assume dimensioni rilevanti, essi restano mercati regolamentati, protetti, nei quali gli scambi sono prevalentemente legati alla sfera dei bisogni e raramente comprendono beni particolari come la terra e il lavoro.

Soltanto nel XIX secolo gli scambi mercantili si affermano come un sistema autonomo rispetto alle relazioni e ai rapporti sociali, che anzi da qui in avanti contribuiranno a determinare. Grazie a un sistema politico che riconosce nei principi individuali della libertà e dell'uguaglianza i propri cardini, lo scambio diventa il comportamento economico dominante, in grado di determinare e controllare il suo modello istituzionale di riferimento: il **mercato**. Assistiamo così a un'inversione nel rapporto tra organizzazione sociale e relazione economica, come dice Polanyi, quando ad affermarsi è il principio dello scambio «non è più l'economia a essere inserita nei rapporti sociali, ma sono i rapporti sociali a essere inseriti nel sistema economico».

La nuova visione individualistica della società assume l'utilitarismo come principio etico. Ciò interrompe le relazioni su cui si appoggiavano reciprocità, redistribuzione ed economia familiare. Al loro posto si affermano la ricerca del tornaconto personale e il calcolo dell'interesse individuale, che invece erano stati da sempre condannati come forme di egoismo.

Nella nuova concezione, il mercato non ha più bisogno di uno Stato che lo regoli, perché sa regolarsi da solo attraverso il meccanismo dei prezzi, i

quali garantiscono l'allocazione efficiente delle risorse e con essa il benessere della società nel suo insieme, perché riflettono da un lato la scarsità relativa dei beni e dall'altro i gusti dei consumatori.

Efficienza, equità e sostenibilità ambientale

È difficile dire cosa porti alla felicità; la povertà e la ricchezza hanno entrambe fallito l'obiettivo. K. Hubbard

Nel corso di due secoli, il mercato ha saputo distribuire ricchezza e benessere a vaste aree del pianeta, ma non è stato capace di sottrarre alla povertà gran parte del genere umano. Dalla seconda metà del secolo scorso, la quota di popolazione mondiale che vive al di sotto della soglia di povertà si è dimezzata passando dal 50 al 25%. Nel frattempo però la popolazione del pianeta è cresciuta di quattro volte passando da un miliardo e mezzo a sei miliardi di abitanti e il numero di coloro che vivono nella più totale indigenza è quindi enormemente cresciuto.

Alla prova dei fatti, dunque, il mercato non sembra saper coniugare gli obiettivi di efficienza economica che gli sono propri con l'**equità sociale** e la **sostenibilità ambientale** che devono costituire i parametri fondamentali dell'ottimo sociale. Ciò non di meno esso rimane la forma di organizzazione economica dominante. Non hanno infatti costituito una valida alternativa le economie pianificate, i cui disastri sono venuti alla luce con la caduta di quei regimi, né lo sono le economie miste, che hanno spesso prodotto sacche di inefficienza e clientelismo. Si tratta allora di trovare un nuovo modo di fare mercato, «di piegare – come scrive Stefano Zamagni – le regole del suo funzionamento per porlo al servizio degli ultimi, di coloro cioè che, senza giustificato motivo, vi sono sistematicamente esclusi» (prefazione a Frans Van der Hoff, *Faremo il mondo migliore*, Bruno Mondadori, 2005).

Da queste riflessioni nascono esperienze come la finanza etica e il commercio equo e solidale. Si tratta di forme nuove di organizzazione economica, che si oppongono tanto all'interventismo statale quanto all'economia neoliberista e guardano invece alla costruzione di un'**economia sociale sostenibile**. Esse cercano di informare le regole di funzionamento del sistema economico a un sistema di valori condiviso, nel quale possano esprimersi i sentimenti di socialità e solidarietà.

Tale prospettiva modifica il ruolo tradizionalmente individualista che il mercato assegna al consumatore-risparmiatore e ne valorizza la dimensione sociale di cittadino. Il consumatore-risparmiatore socialmente responsabile non si lascia guidare nelle proprie scelte soltanto dal prezzo dei prodotti ai quali è interessato, ma esercita le proprie opzioni tenendo conto almeno di altri due criteri: l'equità sociale e la compatibilità ambientale.

Al criterio del tornaconto personale egli affianca l'obbligo morale di utilizzare il proprio potere d'acquisto per raggiungere fini sociali che giudica meritori. E se pensiamo che nei Paesi occidentali la spesa per i consumi privati raggiunge circa i due terzi del Pil, ci rendiamo conto di quanto possano essere rilevanti le decisioni individuali assunte con senso di responsabilità sociale.

I prodotti del commercio equo e solidale e della finanza etica ampliano la gamma dei beni a disposizione, offrendo la possibilità di acquistare, contestualmente all'oggetto o al servizio, un contenuto di eticità che altrimenti non si potrebbe trovare sul mercato. In termini economici è come se la presenza di prodotti dal contenuto etico permettesse a chi ne è interessato di spostarsi su una curva di indifferenza più alta rispetto a quella che potrebbe raggiungere in loro assenza.

Il numero dei consumatori e dei risparmiatori responsabili è costantemente cresciuto negli ultimi anni, passando in Europa dal 36% del 1999 al 62% del 2001, mentre già nel 1999 negli Stati Uniti 2000 miliardi di dollari venivano investiti in attività che offrivano garanzie dal punto di vista sociale e ambientale (Becchetti Paganetto, *Finanza etica e commercio equo e solidale*, Donzelli, 2003). D'altronde, la presenza sul mercato di prodotti eticamente responsabili costringe le imprese a confrontarsi con questo segmento di domanda e ne amplia l'offerta.

Il sistema economico di mercato non ha impedito che larghe fasce di popolazione vivano in condizioni di povertà e miseria.

Il commercio equo e solidale

Prezzi corretti non dovrebbero essere definiti al livello più basso possibile, ma a un livello tale da garantire ai produttori un normale tenore di vita.
J.M. Keynes

Il commercio equo e solidale nasce all'inizio degli anni Ottanta, grazie a **Frans van der Hoff**, sacerdote teologo olandese, nato in una famiglia di contadini, laureato in teologia e in economia politica. Dopo una breve parentesi in Canada, van der Hoff si trasferisce in America Latina: prima in Cile e poi in Messico dove, lavorando con i *campesinos*, capisce che la produzione del caffè non rende loro praticamente nulla.

Con l'obiettivo di costruire attività commerciali fondate su valori di dignità, di condivisione, di responsabilità e di equità, nel 1981 van der Hoff organizza un primo incontro tra circa 150 piccoli produttori di caffè, per spingerli a scoprire da soli le cause dei loro mali. «Questa riunione – egli scrive – fu fondamentale. Per la prima volta dei contadini potevano analizzare insieme la loro situazione e capire come non si trattasse di una fatalità alla quale Dio li aveva condannati, ma di una condizione di fatto che serviva interessi diversi dai loro».

Da questo incontro nasce l'Unione delle cooperative indigene della regione dell'istmo, il cui duplice obiettivo è rendere autonomi i contadini nella commercializzazione del caffè e difenderli dallo strapotere delle banche che, oltre a pretendere interessi usurai sui prestiti, facevano spesso sparire i piccoli risparmi che essi riuscivano faticosamente a depositare.

Nel 1986 nascono i primi contatti con importatori olandesi e tedeschi (intanto, nel 1985 erano state avviate le prime colture biologiche) che nel 1989, con l'aiuto di Nico Roozen, sfociano nella creazione della fondazione Max Havelaar, oggi presente in oltre 50 Paesi, che si occupa della vendita diretta dei prodotti presso i distributori occidentali e della promozione del marchio presso i consumatori. In pochi anni la struttura è cresciuta e si è consolidata; alla Havelaar si sono aggiunte altre organizzazioni con la funzione di pianificare e coordinare gli scambi: la FLO (*Fairtrade Labelling Organization*) che definisce le norme, gestisce il sistema delle iscrizioni alla rete del commercio equo e solidale e controlla l'intera filiera produttiva, *Transfair* e *Fair trade* che seguono i circuiti della distribuzione.

Nel 2004 la FLO conta 504.827 piccoli produttori sparsi in 24 Paesi dell'America Latina, dell'Africa e in Indonesia, ai quali corrispondono più di 1.500.000 famiglie di contadini.

I loro prodotti sono venduti in 7000 punti della grande distribuzione negli Stati Uniti e 43.000 in Europa, mentre le Botteghe del mondo, i punti vendita dei prodotti del commercio equo, sono quasi 2740 in Europa, delle quali 374 sono in Italia. La rete del commercio si serve del lavoro di 96.000 volontari e nel 2004 il suo fatturato raggiunge i 369.400.000 euro.

Sono quattro i principi che caratterizzano il commercio equo e solidale:

1) il prezzo del prodotto deve includere tutti i costi di produzione, compresi quelli derivanti dall'inefficienza delle strutture o dalla particolare collocazione geografica (il caffè per esempio può essere prodotto soltanto in montagna);
2) il prezzo deve includere i costi sociali, come la necessità di mantenere gli anziani o di curare gli ammalati che vivono nel villaggio;
3) la produzione deve essere sostenibile dal punto di vista ambientale;
4) si deve stabilire un rapporto il più possibile prossimo tra produttore e consumatore.

La finanza etica

Un banchiere è un tizio che ti presta il suo ombrello quando splende il sole, ma lo vuole indietro nel momento in cui inizia a piovere. M. Twain

La finanza etica nasce da un'intuizione di **Muhammad Yunus** (premio Nobel per la pace nel 2006), economista bangladese. Colpito dall'estrema povertà a cui la carestia del 1974 aveva ridotto la popolazione dei villaggi, Yunus si interroga sul rapporto tra le teorie che insegna nella sua università e la drammatica realtà sociale ed economica che lo circonda.

«A cosa servivano tutte quelle belle teorie se la gente moriva di fame sotto i portici e lungo i marciapiedi? […] Mi premeva capire la realtà che circondava la vita dei poveri, scoprire l'economia di un villaggio nel suo svolgersi quotidiano. […] Decisi quindi che sarei tornato a fare lo studente, che il villaggio di Jobra sarebbe stato la mia università e i suoi abitanti i miei docenti» (Yunus, *Il banchiere dei poveri*, Feltrinelli, 1997).

Ed è proprio girando per la campagna di Jobra che Yunus incontra Sufia, una giovane donna che vive fabbricando sgabelli di bambù. Sufia gli racconta che per lavorare è costretta ad acquistare il materiale dal *paikar* (il rivenditore) al quale lo paga cinque taka (circa 22 centesimi di dollaro).

"Impiega i soldi suoi per pagare?" le chiede.

"No, me li faccio dare dal *paikar,* […] io gli rivendo gli sgabelli alla fine della giornata, così ripago il debito e quello che rimane è il mio profitto" racconta la donna.

"A quanto rivende gli sgabelli?" "Cinque taka e cinque paisa." "E non potrebbe farsi prestare il denaro per comprare per conto suo il materiale?"

"Sì, ma quelli che lo prestano vogliono molti interessi. […] Certe volte il 10% a settimana."

Yunus capisce bene che, in questo stato di cose, Sufia non potrà mai uscire dalla sua situazione. Essa è povera perché le mancano 22 centesimi di dollaro con cui realizzare il suo primo investimento e la sua povertà è totale, è una povertà che la priva non soltanto di ogni bene materiale, ma soprattutto di ogni diritto umano. «Lì, sotto i miei occhi, la vita o la morte si giocavano sui centesimi.»

Allargando la ricerca con l'aiuto di alcuni studenti, Yunus scopre che le 42 famiglie del villaggio potrebbero affrancarsi dalla loro condizione con un prestito di soli 27 dollari (856 taka), che le banche però non sono mai disposte a prestare, perché nessuna di quelle famiglie può dare garanzie di rimborso.

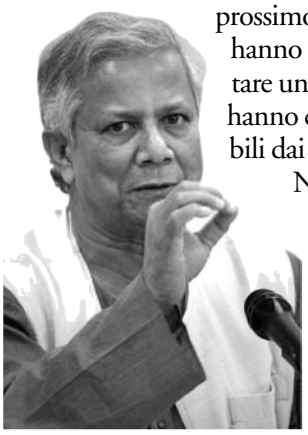
Ma Yunus non si arrende e nel 1976, offrendosi personalmente come garante, riesce a incrinare le resistenze delle banche locali e a convincerle ad aprire anche ai poveri piccolissime linee di credito.

Nel 1977 nasce Grameen Bank, la banca dei poveri. «All'inizio non avevamo nessuna idea di come gestire una banca dei poveri – scrive Yunus – Dovevamo imparare tutto da zero. Il mio metodo fu quello di osservare come gli altri gestivano i loro istituti […] e di fare esattamente il contrario.»

Il microcredito si fonda su poche semplici regole: i prestiti, di ammontare estremamente contenuto, devono essere rimborsati in rate settimanali entro l'anno. Il prestito non viene erogato al singolo, ma a un gruppo, preferibilmente di donne, che offrono maggiori garanzie di rimborso. Il prestito non è gratuito, ma costa un interesse del 20% annuo.

Nel 1997, dopo vent'anni di vita, Grameen era ormai una realtà forte, con 12.000 dipendenti distribuiti in 1086 agenzie e 2.200.000 clienti. Il suo credito mensile era pari a 35 milioni di dollari, suddivisi in piccolissimi prestiti. Il livello delle sue sofferenze prossimo allo zero. Speciali prestiti per la casa hanno consentito a 425.000 famiglie di abitare una casa in muratura e altre 150.000 l'hanno costruita grazie alle attività rese possibili dai prestiti concessi da Grameen.

Nel 2000 i programmi di Grameen erano ospitati da ben 58 Paesi di tutti i continenti: dal Burkina Faso alla Nigeria, dall'Afganistan al Vietnam, dalla Francia all'Olanda, dall'Argentina agli Stati Uniti.



Muhammad Yunus.

Dovunque, i prestiti di Grameen sono destinati solo ai poveri, che non sono in grado di offrire garanzie.

In Italia: Banca Etica

Credo che le istituzioni bancarie siano più pericolose per le nostre libertà degli eserciti. […] Questo potere andrebbe tolto alle banche e restituito alle persone alle quali legittimamente appartiene. T. Jefferson

L'esperienza del microcredito ha costituito un importante momento di riflessione sul ruolo che gli istituti di credito possono svolgere nell'orientare le attività produttive di un Paese. Ed è proprio da questa riflessione che nascono in Occidente le prime banche decise a operare assumendosi la responsabilità delle conseguenze sociali e ambientali delle proprie scelte.

Dall'esperienza di alcune organizzazioni del Terzo settore e della società civile, nel 1999 in Italia nasce Banca Etica, con l'obiettivo di «finanziare le attività più meritevoli e con un impatto positivo dal punto di vista sociale e ambientale» (Baranes, *Responsabilità e finanza*, Fondazione culturale responsabilità etica, 2003). Banca Etica opera in quattro direzioni offrendo prestiti esclusivamente a imprese che lavorano:

- nell'assistenza sociale, producendo servizi per le persone in situazione di disagio oppure occasioni per l'inserimento lavorativo di soggetti deboli;
- nella cooperazione internazionale, in collaborazione con la rete del commercio equo e solidale, del microcredito o del volontariato internazionale;
- per la sostenibilità ambientale attraverso la realizzazione di progetti per la tutela dell'ambiente e lo sfruttamento dell'energia pulita;
- nel campo della cultura e della società civile.

Ciò che contraddistingue l'attività di Banca Etica è la realizzazione di un'istruttoria socio-ambientale prima di ogni finanziamento. Ogni azienda che richiede un finanziamento infatti, viene valutata oltre che dal punto di vista della sua attività economica, anche sotto il profilo della trasparenza degli assetti, del rispetto delle condizioni di chi vi lavora, delle opportunità offerte alle donne impiegate, del rispetto dell'ambiente.

Anche Banca Etica, malgrado finanzi soggetti tradizionalmente considerati più a rischio e non chiedendo garanzie patrimoniali simili alle altre banche, presenta un tasso di sofferenza inferiore a quello del sistema bancario tradizionale, dimostrando che la fiducia e la conoscenza diretta del richiedente sono spesso molto più importanti, anche in un rapporto di credito, delle semplici garanzie economiche.

Alla fine del 2002 il capitale sottoscritto dalla Banca era di 11 miliardi di euro, suddivisi tra 17.138 soci.