

Il commercio equo e solidale

Consumatori responsabili e imprese etiche: uniti per un mercato più giusto

di Viviana Di Giovinazzo

Il commercio equo e solidale, o *fair trade*, nasce come reazione alla politica economica liberista (*free trade*) varata alla fine della Seconda Guerra Mondiale dalle potenze alleate durante la conferenza di Bretton Woods (1944). Il suo **scopo** è agevolare l'accesso al mercato dei piccoli produttori dei Paesi in via di sviluppo (principalmente contadini e artigiani), altrimenti marginalizzati dalle imprese dei Paesi altamente industrializzati.

Il commercio equo e solidale presuppone:

- la creazione di un **legame stabile tra produttore e distributore**, il quale si impegna ad acquistare periodicamente i prodotti, anticipando il pagamento rispetto alla vendita del prodotto finito;
- al consumatore viene proposto il pagamento di un **prezzo equo e solidale**, ovvero maggiore rispetto a quello di mercato, in modo da coprire non solo i costi di produzione in senso stretto, ma di assicurare ai lavoratori un reddito in grado di garantire un'esistenza dignitosa.

La prima iniziativa connessa a questo tipo di commercio risale al 1946, quando una signora americana in vacanza a Porto Rico, Edna Ruth Byler, colpita dalla miseria delle donne del posto che lottavano contro la povertà per sfamare i propri figli, iniziò una campagna per aiutarle rivendendo i tessuti da loro ricamati a vicini e conoscenti. Da tale iniziativa nacque **Ten Thousand Villages**, un'organizzazione non profit tuttora operante, che compra prodotti manufatti da centinaia di piccoli artigiani per aiutarli ad acquistare un'indipendenza economica.

La filosofia sottesa al movimento equo e solidale è **trade, not aid** (commercio, non aiuti), nella persuasione che la povertà non vada combattuta solo inviando denaro o generi di primo soccorso, ma anche promuovendo progetti per stimolare la crescita economica dei Paesi del Terzo mondo.

Il commercio equo e solidale ha ricevuto espressa tutela internazionale grazie alla **Dichiarazione universale dei diritti umani** delle Nazioni Unite (1948), secondo la quale «ogni individuo che lavora ha diritto ad una remunerazione equa e soddisfacente che assicuri a lui stesso e alla sua famiglia un'esistenza conforme alla dignità umana ed integrata, se necessario, da altri mezzi di protezione sociale» (art. 23, comma 3).

In Europa sono emerse diverse realtà che hanno contribuito allo sviluppo del commercio equo. Nel 1964 la società inglese Oxfam iniziò a distribuire nei suoi punti vendita manufatti prodotti da cinesi rifugiati. Nel 1969 venne aperto il primo *Third World Shop*, o **Botteghe del Mondo**, una catena che ha tuttora un ruolo fondamentale nel movimento equo-solidale, non solo per i punti vendita, ma anche per le campagne sociali di sensibilizzazione dei consumatori.

Nel 1997 la *Fairtrade Labelling Organizations International* ha creato il marchio **Fairtrade**, che stabilisce precisi standard internazionali distintivi dei prodotti equo-solidali rispetto a quelli tradizionali, non tanto per la qualità, quanto per la natura e le caratteristiche del processo produttivo.

Tale marchio:

- prevede il riconoscimento al piccolo imprenditore di un **prezzo minimo garantito e stabile**, cioè indipendente dalle fluttuazioni di mercato, che gli permetta anche di accedere a investimenti per lo sviluppo della sua impresa;
- promuove l'**uguaglianza di genere**: il contributo delle donne nel processo produttivo viene tutelato e valorizzato, sia in termini di retribuzione sia in termini di partecipazione al processo decisionale;
- dedica particolare attenzione al **lavoro minorile**, al fine di assicurare che la partecipazione dei bambini non ne leda la sicurezza, la salute, il benessere, l'educazione, il diritto al gioco;
- impone che i prodotti siano **eco-sostenibili**, ovvero che seguano pratiche responsabili dal punto di vista ambientale;
- pratica la **trasparenza dei prezzi**, attraverso un'informazione dettagliata disponibile sull'etichetta del prodotto volta a giustificare il maggior prezzo pagato dal consumatore rispetto a quello di mercato, informandolo sui relativi costi di produzione (prezzo percepito direttamente dai produttori, costi di trasporto, dazi doganali, costi della lavorazione del prodotto, margine commerciale del dettagliante, imposte).

Le campagne per il commercio equo hanno contribuito a responsabilizzare anche quelle stesse multinazionali che, in origine, furono la causa della marginalizzazione dei piccoli imprenditori. I prodotti etici sono divenuti un'opportunità commerciale e vengono oggi acquistati dalle più grandi catene di distribuzione.

Nel 2016, 1.400 organizzazioni certificate, dislocate in 73 Paesi in tutto il mondo, hanno dato lavoro a 1,6 milioni tra contadini e piccoli imprenditori, con vendite al consumo per più di 9 miliardi di dollari americani. *Fairtrade International* (resoconto 2016-2017) ha stimato una crescita annuale globale del commercio equo pari al 34%. In area europea la crescita è stata stimata attorno al 20%.