

IL VOTO NEL PORTAFOGLIO

ATTO PRIMO – IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Nel nostro percorso alla ricerca di strumenti concreti per contrastare quel “fondamentalismo di mercato” che è alla radice della grave crisi, insieme economica, finanziaria, sociale, ambientale, culturale, etica, spirituale... stiamo dando grande risalto all'esperienza del consumo critico e responsabile. Nei mesi scorsi ho trovato un autorevole conferma alla bontà di quanto andiamo proponendo sulla nostra rivista in un libro di un economista italiano dalla traiettoria professionale interessante. Si tratta di Leonardo Becchetti, formatosi nelle scuole anglosassoni a Oxford e Londra e docente all'Università di Roma Tor Vergata, appassionato e convinto sostenitore dell'economia civile e solidale nelle sue variegate espressioni.

Così scrive nell'ultimo suo libro “Il mercato siamo noi”: *“Il problema non è tanto nella mancanza di soluzioni alle singole dimensioni della crisi quanto nell'incapacità di attuarle. Le ricette per superarla ci sono e sono ben note. Il problema è la mancanza della forza politica necessaria per applicarle... In che modo si potrebbe creare quella forza critica necessaria per far sì che vengano applicate? La chiave di volta che suggeriamo come unico strumento efficace per modificare i rapporti di forza che impediscono l'attuazione delle soluzioni è la pressione dal basso dei cittadini con il consumo e il risparmio socialmente responsabile. Semplificando all'estremo il concetto, il mercato siamo noi, e dunque non ha senso come cittadini lamentarsi di quello che accade accusando grandi poteri e chi ha in mano le leve del comando perché la respon-*

sabilità ultima è nostra. Se domani ci svegliamo e una quota consistente di noi (diciamo il 50%) decide di votare con il proprio portafoglio, ovvero di sostituire atti di consumo e di risparmio tradizionali con atti di consumo e di risparmio socialmente responsabile, il mondo è già cambiato” (p.127). E poco più avanti afferma che *“uno dei punti di forza maggiori dell'idea*

Il mercato siamo noi, e dunque non ha senso come cittadini lamentarsi di quello che accade accusando grandi poteri e chi ha in mano le leve del comando perché la responsabilità ultima è nostra.



del voto nel portafoglio e del consumo e risparmio responsabile è che essa non richiede necessariamente altruismo, ma più semplicemente una forma di auto interesse lungimirante” (pag.132).

Tra i pionieri del voto nel portafoglio va annoverato sicuramente il Commercio Equo e Solidale (CEeS). Do per scontato che i lettori di questa rivista conoscano la cooperativa Mandacarù, che con le sue dodici

botteghe sparse nelle valli trentine rappresenta la realtà più dinamica del Commercio Equo e Solidale in Italia. Nel maggio 1989, dopo numerose nottate di discussioni e confronto al Centro Missionario Diocesano, in 29 “sognatori” firmavamo l'atto fondativo della cooperativa davanti al notaio. Oggi i soci sono più di 2.400! Il nome “Mandacarù” ci fu suggerito da un missionario Trentino che operava in Brasile: nel Nordest brasiliano cresce, in un ambiente semiarido, un cactus con dei fiori bellissimi, che per la popolazione locale è un simbolo di resistenza all'ingiustizia. Ci parve un'immagine adatta all'avventura che stavamo iniziando.

Un altro missionario, l'olandese padre Frans Van der Hoff, è l'artefice principale di questo nuovo modo di fare commercio, insieme all' amico economista Nico Rozen. Nel 1981 riunì alcuni produttori di caffè del Messico nell'Unione delle cooperative indigene dell'istmo (Uciri), con l'obiettivo di garantire loro un prezzo equo della materia prima. Pochi anni dopo, nacque in Olanda Max Haavelar, marchio storico del commercio equo, e così prese vita un fenomeno economico tra i più originali degli ultimi anni, in cui l'etica si coniuga con il commercio.

Come recita l'art.1 della Carta Italiana del CEeS, esso “è un approccio alternativo al commercio convenzionale; promuove giustizia sociale ed economica, sviluppo sostenibile, rispetto per le persone e per l'ambiente, attraverso il commercio, la crescita della consapevolezza dei consumatori, l'educazione, l'infor-

mazione e l'azione politica. Il CEeS è una relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione: produttori, lavoratori, Botteghe del Mondo, importatori e consumatori". In sostanza, non si tratta di beneficenza, ma di giustizia!

A macchia d'olio, dall'Olanda il Commercio Equo si è diffuso prima nei paesi più vicini, poi gradualmente negli altri. Oggi in Europa ci sono più di 3000 botteghe del CEeS; in Italia circa 400. Nei paesi del Sud del

il rapporto diretto con le organizzazioni di CEeS, possono pattuire il prezzo dei prodotti e quindi ottenere una retribuzione dignitosa. I benefici si fanno sentire sull'intera comunità, che dispone di maggiori risorse per migliorare le proprie organizzazioni e per finanziare beni pubblici locali, come sanità e istruzione.

Leonardo Becchetti, nel libro già citato, sintetizza i principali meriti del CEeS, a partire dalla stabilità di prezzo, che non scende mai sotto una certa soglia anche nei momen-

tore di caffè equosolidale non sono le «botteghe del mondo» ma la catena Starbucks, che ha introdotto il caffè solidale solo in alcuni dei suoi punti vendita. E un altro esempio interessante è quello delle banane nel Regno Unito, dove la quota equosolidale è arrivata al 25%, grazie alle principali catene di supermercati. E persino la Nestlé si è insinuata in questo nuovo mercato «etico». Si può giustamente obiettare che in questo modo le grandi aziende tradizionali mirano soprattutto a lavarsi la coscienza. Ma Becchetti invita a vedere il lato positivo di questa parziale imitazione, perché essa rappresenta un segno del successo dei «pionieri» e della capacità di contagio dell'idea che essi hanno lanciato sul mercato. Ai pionieri rimane, comunque, la possibilità di segnalare la propria specificità, incisa in un nuovo marchio che identifica la loro dedizione al 100% al commercio equo e solidale, con una responsabilità sociale di molto superiore a quella di un imitatore parziale, che introduce un prodotto equosolidale e mantiene gli altri 99 sui vecchi standard.

«I pionieri sono un «già» (già determinano effetti importanti e indiretti) ma sono anche un «non ancora», ovvero possiedono potenzialità di contributo al bene comune enormi, se solo i consumatori avranno fiducia in loro e li faranno crescere, capendo quanto la loro crescita potrà contribuire alla costruzione di un'economia al servizio della persona» (pag.157).

Usiamo bene il nostro portafoglio! ♦



Mondo il CEeS intrattiene rapporti continuativi con più di 900 gruppi di produttori in 40 paesi di Africa, Asia e America Latina: traggono benefici da questo positivo circolo economico più di 1 milione di artigiani e contadini, che si sono affrancati dallo sfruttamento dei mediatori locali o delle multinazionali che impongono prezzi bassi ai loro prodotti.

I produttori del commercio equo sono organizzati in piccole leghe o cooperative di villaggio. Attraverso

ti di calo delle borse. Per produttori che vivono attorno alla soglia della povertà, infatti, il crollo dei prezzi può avere conseguenze drammatiche. Accanto a ciò c'è il valore delle relazioni di lungo periodo fra produttori e importatori, improntate a fraternità e tutoraggio, ben oltre, quindi, l'anonimità dell'economia di mercato. Inoltre, il CEeS ha prodotto un effetto indiretto: l'imitazione parziale. Scrive Becchetti che, paradossalmente, oggi il maggior vendi-