

Il commercio equo e solidale

Materiale e testi rispettivamente
da

Becchetti L. (Università di Roma Tor Vergata)

e

Becchetti L. e Paganetto L. (2005)

Una definizione

- Il commercio equo e solidale (*fair trade*) utilizza il consumo ed il commercio allo scopo di promuovere l'inclusione di produttori marginalizzati in mercati globali attraverso un pacchetto di benefit che includono:
 - premi anticiclici sui prezzi,
 - relazioni di lungo periodo,
 - accesso al credito e consulenza finanziaria per incrementarne la capacità commerciale

Il Commercio equo e solidale

gli attori del circuito

**Organizzazioni nonprofit
di sviluppo e importazione**

**Produttori del
Sud del mondo**



**Botteghe
del Mondo**



**Pubblici / consumatori
sensibili**

Gli attori del commercio equo e solidale

- a) I produttori, agricoltori, cooperative del Sud del mondo
- b) Le centrali di importazione: curano il rapporto con i produttori, l'importazione e la diffusione dei prodotti nei punti vendita
- c) Le Botteghe del Mondo
- d) Canali distributivi alternativi alle Botteghe (supermercati, gruppi di acquisto ecc.)
- e) I marchi di garanzia, organizzazioni con il compito di controllare e certificare l'eticità dei produttori dai quali è possibile importare prodotti secondo criteri equi e solidali o l'eticità dell'intera filiera

La diffusione del commercio equo (dati di “ieri” - 2006)

	Italia	Europa
Numero di importatori	9	200
Botteghe del Mondo	500	2.854
Supermercati	4.000	56.700
Personale pagato – importatori, botteghe marchio	128	1.071
Spesa totale in educazione, marketing	210 mila €	18.300 mila €
Maggiore quota di mercato - Banane	1,2	15% in Svizzera

I dati di oggi

<http://www.fairtrade.net/annual-reports.html>

<http://www.equogarantito.org/documenti/>

Controllo

- **FLO** (Fair Trade Labelling Organizations) creata nel 1997 è uno degli organismi di certificazione e di determinazione degli standard di commercio equo più ampiamente riconosciuto (FAIRTRADE).
- **IFAT - WFTO** (International Federation of Alternative Trade, coordinamento internazionale tra centrali di importazione e produttori) creata nel 1989 da produttori equo-solidali, cooperative e associazioni, società di esportazione, importatori, distributori, reti nazionali e regionali e organizzazioni di supporto al movimento
- **NEWS** (Network of European Worldshops, il coordinamento europeo delle Botteghe del Mondo)
- **EFTA** (European Fair Trade Association) associazione intergovernativa per la promozione del commercio equo e solidale
- Questi organismi si riconoscono in **Fine**, sigla informale che sta per Flo, Ifat, News ed Efta. **Fine** è il tavolo di coordinamento per elaborare strategie comuni per favorire l'accesso al mercato dei piccoli produttori.

Criteri del commercio equo - WFTO

(importante differenza tra FLO e WFTO)

1. Creare opportunità per i produttori economicamente svantaggiati.
2. Trasparenza e controllo.
3. Capacity building: sviluppare l'indipendenza dei produttori (management skills and their access to new markets)
4. Promozione del Commercio Equo e Solidale.: diffusione del concetto (presso i clienti ecc...)
5. Pagamento di un prezzo equo (che permetta qualità vita, ampliamento attività e non discriminazione uomo donna); accesso al credito.
6. Uguaglianza di genere.

Criteri del commercio equo - WFTO

(importante differenza tra FLO e WFTO)

7. Condizioni di lavoro.

(ambiente di lavoro salubre per I produttori. L'eventuale partecipazione di bambini non deve pregiudicare il loro benessere, sicurezza, educazione e possibilità di gioco e deve conformarsi alla Convenzione ONU sui Diritti del Fanciullo così come alle normative locali.)

8. Diritti dei bambini

9. Ambiente.

10. Relazioni commerciali.

Le Organizzazioni di Commercio Equo operano con riguardo al benessere sociale, economico e ambientale dei piccoli produttori marginalizzati e non massimizzano il profitto a loro spese. Mantengono relazioni di lungo termine basate sulla solidarietà, fiducia e rispetto reciproco che contribuiscono alla promozione e alla crescita del Commercio Equo.

<http://www.altromercato.it/WFTO-i-criteri-per-le-organizzazioni-fair-trade>

I criteri dei prodotti equo e solidali

Creare opportunità

- Si sceglie di collaborare con gruppi che hanno scarse o nessuna possibilità di accesso al mercato tradizionale
- È importante che tutti i membri partecipino al processo decisionale sull'utilizzo dei benefici derivanti dal prezzo pagato dal mercato equo.
- Scelta preferenziale di progetti in cui una parte del sovrapprezzo va a finanziare la fornitura di beni pubblici fondamentali (ospedali [salute], scuole [educazione], crescita professionale) con forte impatto sulle prospettive future di auto-sviluppo

I criteri dei prodotti equo e solidali

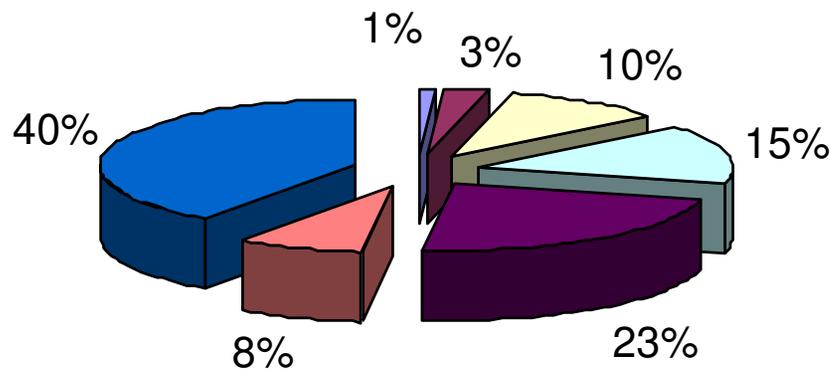
Prezzo equo

- È considerato equo un prezzo concordato tra le parti tramite il dialogo e la partecipazione, che garantisca una retribuzione equa per i produttori ma allo stesso tempo sia sostenibile dal mercato. Il compenso minimo garantito va **al di là delle oscillazioni di mercato**.
- Un pagamento equo significa una remunerazione socialmente accettabile che tenga conto sia dei **costi delle materie prime, dell'attrezzatura e del lavoro**, sia della realizzazione di alcuni **progetti di sviluppo** a beneficio della comunità e prenda in considerazione i principi di uguale retribuzione per uguale lavoro per donne e uomini.

Scomposizione media prezzo mercato convenzionale

1 Kg banane mercato convenzionale

1,78 € + IVA 4% = 1,85 €/ kg

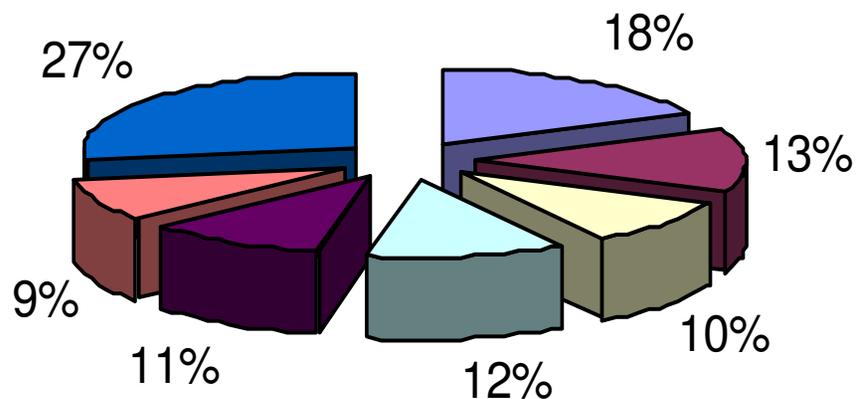


- Giornalero (bracciante) - 0,02 €
- Produttore (proprietario) - 0,05 €
- Esportatore - 0,18 €
- Trasportatore - 0,27 €
- Dazi e licenze UE - 0,41 €
- Importatore e maturatore - 0,14 €
- Supermercato - 0,71 €

Scomposizione media prezzo Fair Trade

Banana altromercato 1 kg a lotta integrata

2,01 € +IVA 4% = 2,19 €/ kg



- Prezzo FOB (al produttore) - 0,31 €
- Margine Agrofair (nolo mare, dazi e licenze) - 0,43 €
- Trasporto Europa - 0,08 €
- Packaging - 0,24 €
- Maturatore - 0,22 €
- Margine medio Ctm - 0,11 €
- Margine medio rivenditore - 0,62 €

I criteri dei prodotti equo e solidali

Prefinanziamento

Possibilità di prefinanziare la produzione, rompendo il monopolio dei creditori locali, che prestano spesso a tassi di usura e riducendo l'impatto del razionamento del credito sui piccoli produttori privi di garanzie

Nel momento in cui viene effettuato l'ordine, l'importatore anticipa generalmente fino al 50% del pagamento complessivo, riducendo il rischio che vincoli finanziari possano bloccare l'attività produttiva

E' uno degli aspetti più delicati per i produttori del sud del mondo

I criteri dei prodotti equo e solidali

Stabilizzazione dei prezzi

Meccanismi di stabilizzazione dei prezzi
che allontanano i produttori di beni primari
dai rischi di alta volatilità dei prezzi della
materia prima

I criteri dei prodotti equo e solidali

Condizioni di lavoro

Intervento per migliorare le condizioni di lavoro e rimuovere i fattori che portano al lavoro minorile

piena dignità del lavoro: non discriminazione,
ambiente di lavoro salubre

democrazia nell'ambiente di lavoro: i prodotti del
CEES provengono generalmente da comunità,
villaggi e cooperative attenti alla reale
partecipazione alle decisioni di tutti i lavoratori

Condizioni di lavoro

- Ogni FTO si impegna a promuovere un **ambiente lavorativo sicuro e salutare** per i produttori, con acqua potabile, adeguato servizio sanitario e accesso al primo soccorso.
- Le ore di lavoro sono in linea con le condizioni stabilite dalla legge e la convenzione ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro).
- Ogni FTO informa regolarmente i produttori riguardo i loro diritti a salute e sicurezza.

Diritto dei bambini

- Ogni FTO e i suoi membri rispettano la **convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dei bambini**, nonché le leggi e le norme sociali del contesto locale, allo scopo di assicurarsi che, se fosse presente la partecipazione dei bambini nei processi di produzione degli articoli del commercio equo e solidale, questa non abbia effetti contrastanti con il loro benessere, la loro sicurezza, la loro educazione e il loro desiderio di gioco.
- Ogni FTO collabora direttamente con i produttori per scoprire il coinvolgimento di bambini nella produzione.

I criteri dei prodotti equo e solidali

Rispetto dell'ambiente

Attenzione alla sostenibilità dei processi produttivi
sostenibilità ambientale: processi produttivi a basso
impatto ambientale, evita di ricorrere all'importazione di
materie prime scarse, sempre più agricoltura biologica

- Ogni FTO massimizza l'uso delle **materie prime derivanti da fonti sostenibili**, possibilmente acquisendole localmente.
- Per l'imballaggio sono utilizzati **materiali riciclabili o facilmente biodegradabili** e, ove possibile, i beni sono spediti via mare.
- Ogni FTO promuove l'utilizzo di tecnologie che rispettano l'ambiente e iniziative per ridurre il consumo energetico e crea consapevolezza sui rischi per l'ambiente.

I criteri dei prodotti equo e solidali

Relazioni commerciali

Costruzione di reti commerciali di lungo periodo tra importatori e produttori, volte a fornire a questi ultimi servizi per l'esportazione (ossia informazioni sui gusti dei consumatori nei mercati stranieri, regole d'importazione ecc.)

Relazioni commerciali

- I fornitori rispettano i contratti e consegnano i prodotti rispettando la qualità, le specifiche e i tempi richiesti. I produttori e i fornitori sono pagati in modo equo e tempestivo e vengono prefinanziati, se richiesto.
- I compratori si consultano con i fornitori prima di annullare o rifiutare gli ordini. Qualora gli ordini vengano annullati senza errori da parte dei produttori, è garantito un adeguato compenso per il lavoro fatto. I compratori supportano i processi che danno valore aggiunto ai produttori al fine di aumentarne la rendita.
- Ogni FTO commercia con rispetto per il benessere sociale, economico ed ambientale dei piccoli produttori marginalizzati e non mira a massimizzare il profitto a scapito loro. È responsabile e professionale, portando a termine i propri impegni con puntualità.
- Ogni FTO porta avanti relazioni a lungo termine, basate sulla solidarietà, la fiducia e il reciproco rispetto, che contribuiscono alla promozione e alla crescita del commercio equo, ed instaura un'efficace comunicazione con i suoi partner commerciali.
- Ogni FTO lavora in modo collaborativo con le altre FTO del proprio Paese ed evita la concorrenza sleale e la riproduzione di elementi di design di altre organizzazioni senza averne il permesso.

I criteri dei prodotti equo e solidali

Trasparenza e controllo

Trasparenza anche nel dare piena informazione di come il prezzo si determini attraverso i differenti passaggi nella catena del valore

A tal fine la gran parte dei prodotti CEES sono accompagnati da schede che dettagliano la composizione delle vari voci del prezzo

Il Commercio equo e solidale

la trasparenza



Analisi del prezzo di una confezione da 250 gr di Caffè UCIRI (Union Comunidad Indigenas de la Region de Istmo - Messico)

Descrizione	Euro	%
Al contadino	0.55	22.6
A UCIRI per spese generali	0.16	6.4
A UCIRI per progetti sociali	0.13	5.5
A UCIRI per coltivazione biologica	0.08	3.4
Trasporto fino al torrefattore	0.06	2.4
Dazio e spese doganali	0.04	1.7
Torrefazione e impacchettamento	0.46	18.8
Costi di distribuzione e spese finanziarie	0.13	5.2
Per attività CTM	0.29	12
Per attività Botteghe	0.54	22
Prezzo di vendita	2.45	100
IVA	0.49	20
Totale	2.94	

Critica al commercio equo

Il commercio equo, in realtà, introduce una distorsione sul prezzo di mercato dei prodotti (ad esempio le banane) fornendo così un errato incentivo ai produttori ad investire risorse in maniera inefficiente per un prodotto per il quale c'è una scarsa domanda.

Risposte: Il criterio del prezzo equo non rappresenta necessariamente una violazione dei criteri di mercato per due motivi:

1. Primo, in molti casi gli acquirenti della materia prima sono molto concentrati e sfruttano il loro potere di mercato. Ossia lo scambio tra produttori ed intermediari non avviene in un contesto competitivo. In questa situazione il prezzo di mercato è “già” distorto perchè non riflette la produttività dei produttori ma il loro scarso potere di mercato.
2. I prodotti del commercio equo sono prodotti che si differenziano dagli altri per una particolare caratteristica: il loro “contenuto sociale”. Non per gli aromi, il *packaging* ecc. Non esiste un unico tipo di caffè, ma diversi tipi a seconda delle loro caratteristiche, il contenuto sociale è una di queste. In questo senso il commercio equo costituisce un'innovazione nell'industria alimentare che crea una nuova gamma di prodotti.

Effetti positivi del fair trade

Il commercio equo è accusato di generare effetti distorsivi sul mercato. In realtà questa accusa sembra essere infondata.

Al contrario, il CEES è in grado di correggere alcuni fallimenti di mercato, producendo nove potenziali effetti benefici di carattere economico

Effetti positivi del CEES

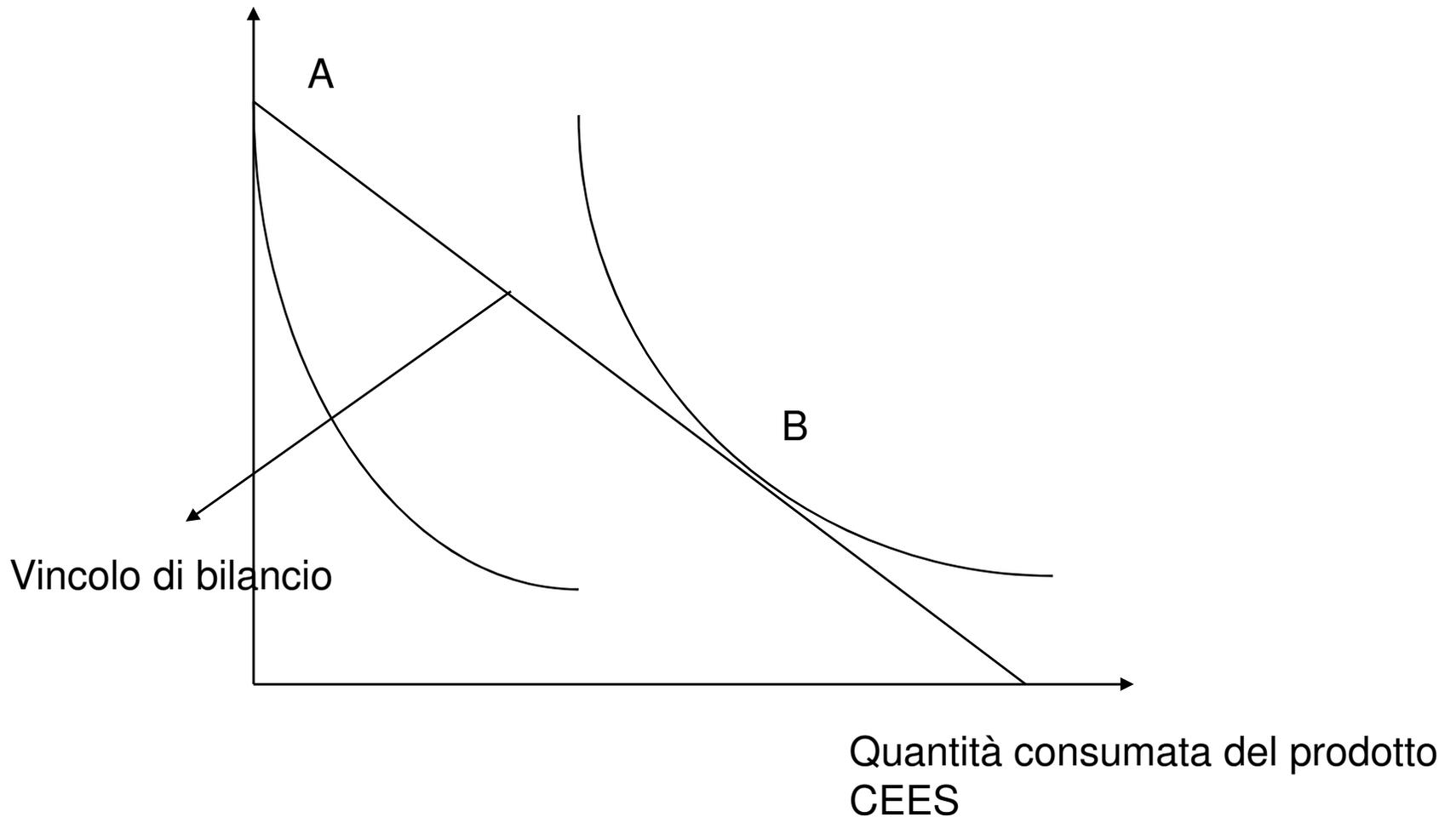
I

- Effetto di aumento del benessere dei consumatori

Il commercio equo amplia la gamma dei prodotti a disposizione dei consumatori, introducendo quale caratteristica rilevante l'eticità del prodotto

Supponiamo esistano alcuni individui che hanno anche
preferenze per l'eticità del prodotto: la loro utilità cresce anche
grazie al contenuto etico del prodotto

Quantità consumata
del prodotto tradizionale



- Il mercato equo e solidale non rappresenta la distorsione del mercato dei prodotti tradizionali, quanto piuttosto l'apertura di un nuovo mercato dove vengono domandati e offerti prodotti "socialmente responsabili", ovvero prodotti valutati oltre che per le loro caratteristiche di qualità anche per i loro contenuti etici

Effetti positivi del CEES

II e III

- Effetto di prezzo minimo ed effetto di stabilizzazione del prezzo

Nei mercati mondiali dei prodotti agricoli e artigianali venduti dai Paesi del sud del mondo, le modalità di transazione sono di due tipi:

1. Relazione diretta con il compratore
2. Vendita ai prezzi stabiliti dalle borse merci mondiali nel caso di materie prime agricole

In questi tipi di transazioni, emergono tre principali problemi di prezzi che affliggono i produttori locali:

- 1) Scarsa specializzazione e dunque scarso potere contrattuale
- 2) Rigidità della domanda dei beni agricoli che quindi reagisce a miglioramenti della produttività con crolli dei prezzi
- 3) Forte variabilità dei prezzi dovuta a relativa rigidità dell'offerta (necessario tempo per riconvertire colture ecc.)

Scarsa specializzazione e dunque scarso potere contrattuale

- I produttori di materie prime agricole sono poco specializzati e altamente sostituibili,
- Hanno quindi molto meno potere contrattuale rispetto a quello dei loro datori di lavoro o acquirenti dei prodotti

Rigidità della domanda dei beni agricoli che quindi reagisce a miglioramenti della produttività con crolli dei costi

- Il progresso tecnologico aumenta l'offerta e la concorrenza di prodotti agricoli che, in assenza di aumenti della domanda, finiscono per generare una tendenza al ribasso dei prezzi

Forte volatilità dei prezzi dovuta a relativa rigidità dell'offerta (necessario tempo per riconvertire colture ecc.)

- Ci sono tempi lunghi per adattarsi a eventuali variazioni della domanda da un prodotto all'altro, con conseguenti aumenti e cali dei prezzi dei diversi prodotti

Il CEES pone rimedio

Rispetto ai punti 2 e 3: volatilità dei prezzi:

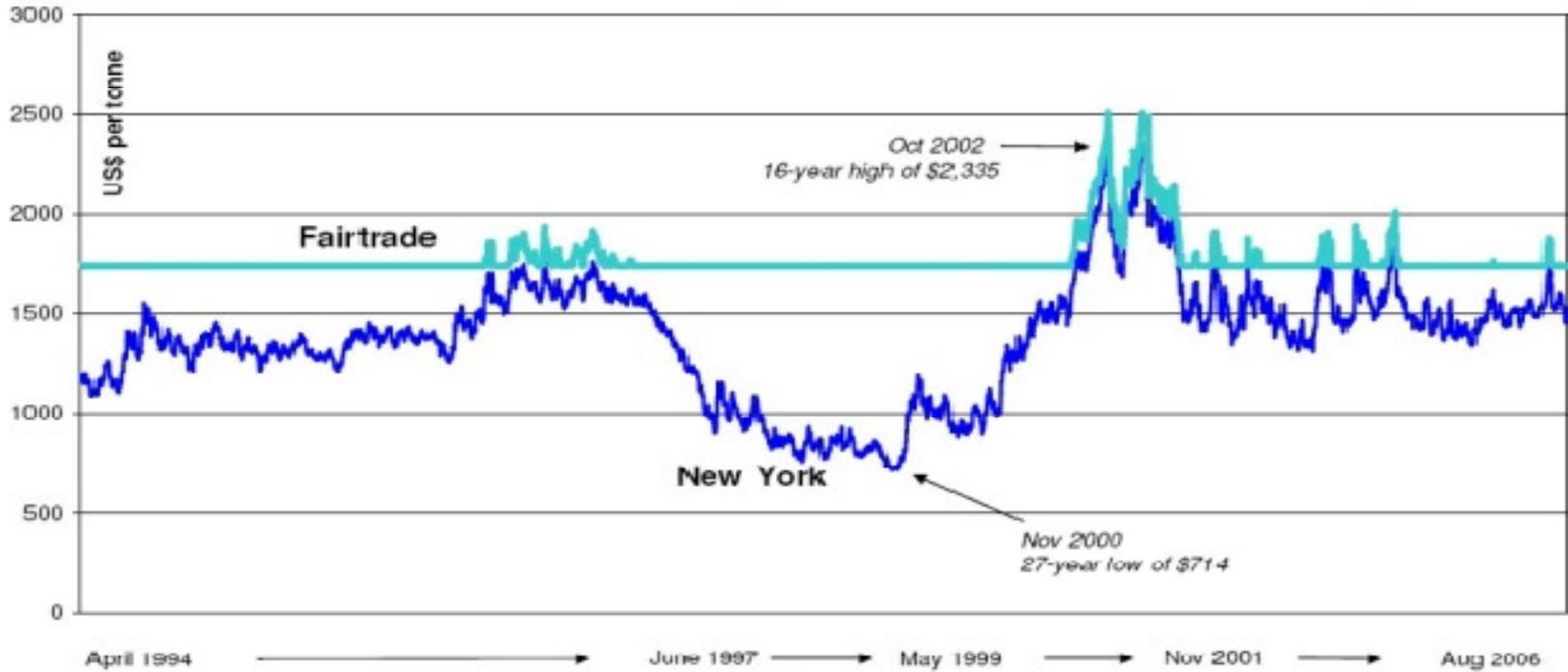
- Riducendo il rischio per i venditori ed evitando che i prezzi scendano sotto un minimo necessario per assicurare uno standard di benessere familiare che consenta di evitare fenomeni perversi (lavoro minorile ecc.)

Rispetto al punto 1, scarso potere contrattuale:

- Pensando quindi allo scarso potere contrattuale dei lavoratori e alle situazioni di oligopsonio in cui si trovano le organizzazioni che domandano lavoro nei settori occupati dal CEES, si può pensare che il prezzo equo vada a incidere su tale relazione (avvicinando la remunerazione al contributo marginale che non si verifica a causa del potere di mercato di chi opera in situazioni di monopsonio o oligopsonio), accrescendo il salario e quindi correggendo una distorsione del mercato



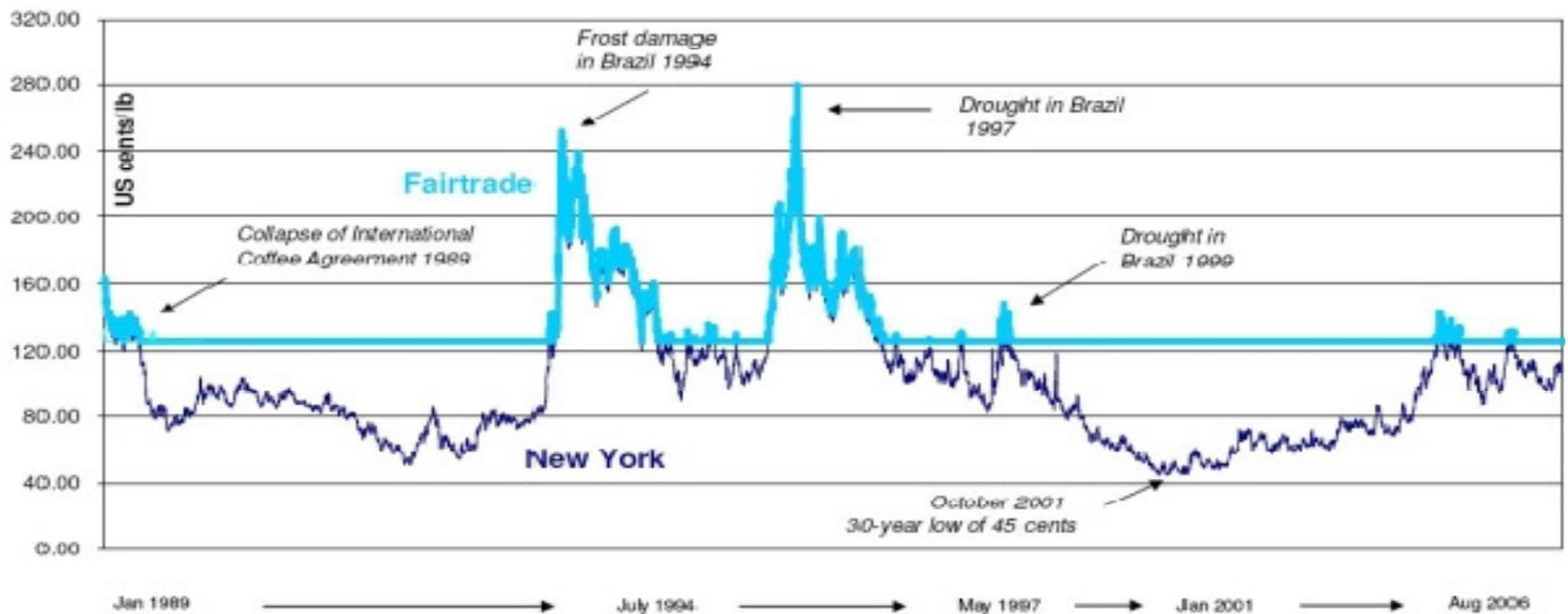
The Cocoa Market 1994 - 2006: Comparison of Fairtrade & New York Exchange Prices



NB Fairtrade minimum price = \$1600/tonne + \$150 premium. When the New York price is \$1600 or above, then the Fairtrade price = New York price + \$150 premium.
© Fairtrade Foundation



The Arabica Coffee Market 1989-2006: Comparison of Fairtrade and New York Exchange Prices



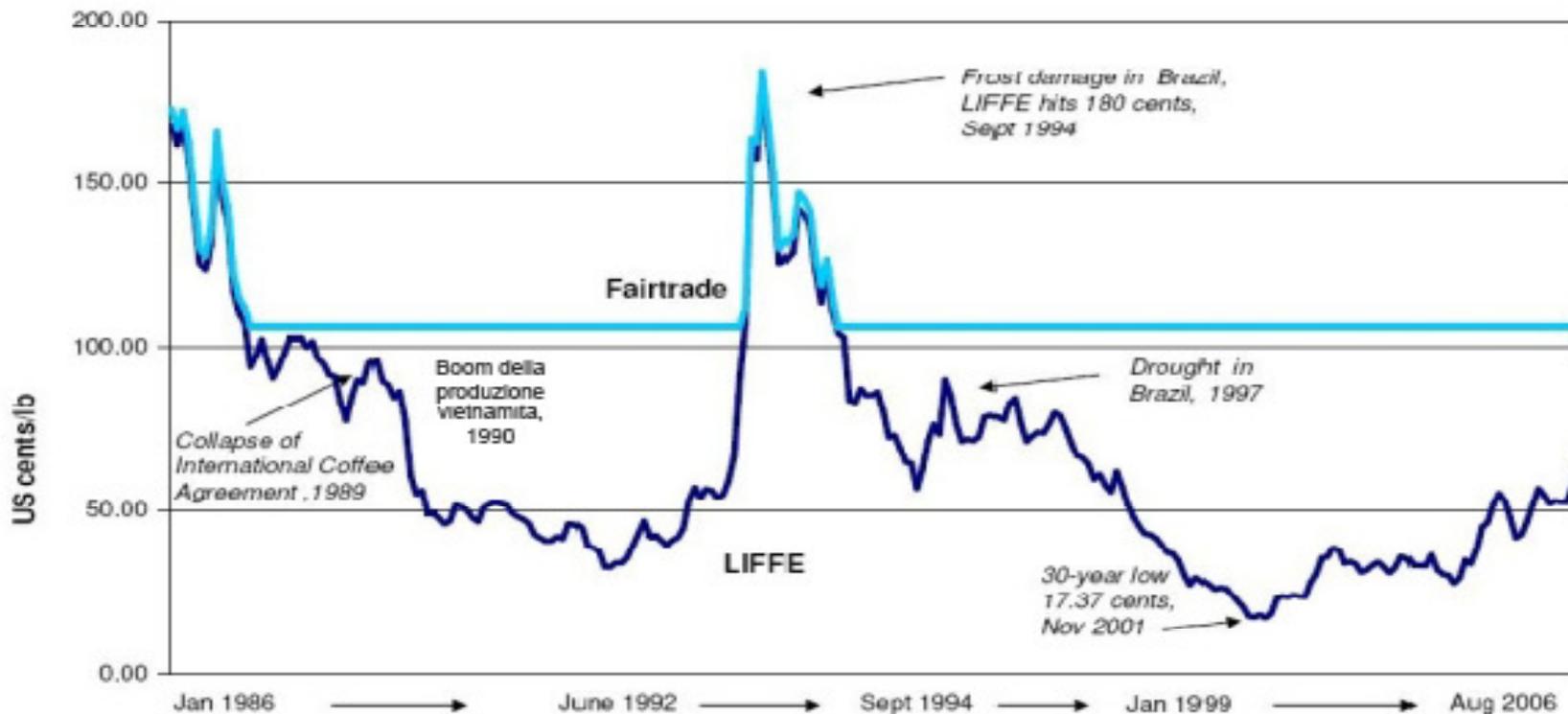
NB Fairtrade minimum price = 121 cents/lb + 5 cents/lb premium.

When the New York price is 121 cents or above, the Fairtrade price = New York price + 5 cents.

© Fairtrade Foundation



Robusta Coffee Market 1986 - 2006: Comparison of Fairtrade price and London LIFFE price



NB The Fairtrade minimum price is 101 cents/lb + 5 cents/lb premium. When the LIFFE price is 101 cents or above, then the Fairtrade price = LIFFE price + 5 cents.

© Fairtrade Foundation

Effetti positivi del CEES

IV

- Effetto indiretto di selezione efficiente con aumento dei salari nel settore tradizionale

Effetti positivi del CEES

V

- Risolve un tipico problema di razionamento del credito che è un esemplare caso di fallimento di mercato
- Ossia caso in cui nel mercato del credito non si incontrano le disponibilità a prestare con chi ha buoni progetti. Perché? Esistono asimmetrie informative sulla bontà dei progetti che inducono le banche a chiedere garanzie collaterali (reali) anziché fare costosa indagine sul progetto
- Chi è sprovvisto di tali garanzie, ma ha un progetto valido, non può accedere al prestito

Effetti positivi del CEES

VI

- Effetto sulla scolarizzazione, la fornitura di beni pubblici e la crescita
- Deriva direttamente dall'opzione che riguarda il fatto di privilegiare progetti che destinino una parte del surplus alla creazione di beni pubblici (quali scuola, salute ecc. che hanno ovviamente anche un effetto fondamentale sulle prospettive di crescita con circolo virtuoso)
- Una delle critiche degli aiuti allo sviluppo è proprio che non investono in modo stabile su risorse locali

Effetti positivi del CEES

VII

- Riduzione del lavoro minorile attraverso la crescita del reddito delle famiglie

Effetti positivi del CEES

VIII

- Costruzione di capitale sociale internazionale
- Deriva dal fatto che attraverso il Cees si instaurano relazioni di lungo periodo basate su fiducia reciproca tra attori di diversi paesi
- Conseguenze:
 - nascita di ulteriori progetti, supporti all'export (informazioni sulle caratteristiche dei mercati di sbocco, standard e regolamenti richiesti sui mercati di sbocco) ecc.
 - nascita di una rete che ha valore in sè

Effetti positivi del CEES

IX

- Effetti di imitazione sull'impresa tradizionale
- La creazione di un mercato di consumi socialmente responsabile **rivela** all'impresa tradizionale la presenza di consumatori con preferenze etiche

Effetti positivi del CEES

IX

- L'impresa tradizionale se è monopsonista (cioè opera pagando ai lavoratori nel sud del mondo salari più bassi di quelli che si avrebbero in concorrenza) sa che se alzasse i salari, potrebbe ampliare la quantità venduta, perché potrebbe includere fra i suoi consumatori anche quelli con preferenze etiche
- L'equilibrio nuovo anche per l'impresa tradizionale si ottiene a salari più alti per il Sud.

- I contributi che studiano tali aspetti (Becchetti Solferino 2003) **mostrano che l'imitazione sarà sempre parziale** perché i due attori della concorrenza (l'impresa tradizionale che max il profitto e il pioniere nonprofit equo e solidale) hanno nature profondamente diverse
- Il pioniere avrà sempre interesse a differenziarsi e sarà incentivato a ricercare nuove strade

Dubbi

- L'imitazione rischia di contaminare l'intero processo?
- Possono verificarsi problemi con la grande distribuzione (si riduce lo spazio della trasparenza per rendere più appetibili le confezioni)

La differenza tra il consumo socialmente responsabile e la carità (1)

- LeClair (2002)

Una donazione inferiore determina il medesimo miglioramento del benessere rispetto al sovrapprezzo del FT ed evita distorsioni di prezzo

La differenza tra il consumo socialmente responsabile e la carità

ARGOMENTI PIU' FORTI

- Solo gli acquisti equo-solidali generano gli effetti positivi indiretti sulla responsabilità sociale delle imprese tradizionali;
- Il CEES, a differenza della carità, fornisce una misura del salario minimo utile a risolvere i fallimenti del mercato in caso di monopsonio (le donazioni non hanno effetti antitrust);
- Il CEES crea una nuova varietà di prodotto e soddisfa i gusti dei consumatori in tema di solidarietà o avversione alla disuguaglianza

La differenza tra il consumo socialmente responsabile e la carità

ALTRI ARGOMENTI

- **Il CEES contribuisce con i finanziamenti anticipati a ridurre le barriere di accesso al credito ai produttori privi di garanzie**
- **Il CEES fornisce formazione on the job, servizi di stabilizzazione del prezzo e promuove l'inclusione di lavoratori non specializzati ma potenzialmente produttivi nel mercato del lavoro;**
- **Non è detto che la beneficenza ricompensi necessariamente i soggetti produttivi;**
- **Il meccanismo bottom-up del CEES può essere più efficiente dei sussidi governativi nel raggiungere i poveri;**
- **veicolando il trasferimento sociale attraverso il consumo, riduce i costi di transazione dell'aiuto rispetto ai tradizionali schemi finanziati dalle tasse.**

Il Commercio equo e oltre il “riduzionismo”

- Le quote di mercato positive e l'evidenza empirica dell'esistenza di volontà di pagare per le caratteristiche dei prodotti equo-solidali rivelano le difficoltà legate all'interpretazione dell'“*homo oeconomicus*”