

SOLIDALI CONTRO L'INFLAZIONE

È boom per il commercio equo dal Terzo mondo. Perché salta le catene distributive, aggira le speculazioni e tiene i prezzi bassi

DI MARIA MEZZETTI

Sorpresa: con l'inflazione che cresce e i prezzi delle materie prime impazziti in tutto il mondo, il "fairtrade" inizia a convenire a tutti. Proprio così: il commercio equo e solidale (com'è stato ribattezzato in Italia) aiuta a stabilizzare i costi e a snellire la catena della distribuzione, interrompendo la spirale della speculazione. Ne traggono vantaggio sia i contadini che producono, sia le famiglie che consumano. Altromercato, il consorzio italiano di fairtrade, aggiorna per esempio i prezzi due volte l'anno, a gennaio e a luglio: per i primi otto mesi del 2008, prodotti come tè, caffè o cioccolato non hanno avuto aumenti. Nel caso del caffè, con il listino di gennaio solo tre varietà avevano subito rincari del 3 per cento. Lo stesso per il tè, mentre tra i cereali, i cui prezzi sui mercati normali nel 2008 sono cresciuti parecchio, nel circuito del fairtrade sono rimasti quasi stabili.

È così che l'equo e solidale esce gradualmente dalla nicchia del commercio puramente etico e diventa un'opportunità diffusa: in Italia il settore occupa 250 mila dipendenti, mentre a livello globale le vendite del fairtrade viaggiano oltre il miliardo e mezzo di euro.

Dietro tutto ciò c'è Franz van der Hoff, prete olandese e ideatore di questa forma di commercio. Francisco, come lo

chiamano in Messico dove vive da trent'anni, è nato in Olanda nel 1939 in una famiglia di rigidi principi cristiani. Vicino ai movimenti studenteschi del '68, si fa prete, dedicandosi all'attività missionaria, ma con lo spirito del prete operaio: non solo fede, ma anche giustizia sociale. Nel 1970 lavora a Santiago del Cile, operando nei barrios, i popolosi e poveri sobborghi della città. Dopo il golpe del generale Augusto Pinochet si rifugia a Città del Messico, dove continua la propria attività nelle bidonville. Quindi si trasferisce nel sud del Paese, sulle montagne Juarez e si integra nella comunità locale, condividendo la miseria e la fatica dei produttori locali di caffè, unico mezzo di sussistenza. Nasce qui l'idea di un'organizzazione che scavalchi i mercanti di caffè locali - i cosiddetti coyotes - e in generale gli intermediari che «succhiano risorse, schiacciando alla fonte gli introiti dei piccoli produttori di caffè», come spiega lo stesso van der Hoff. Da allora il fairtrade offre la possibilità ai pro-

duttori del Sud del mondo di vendere i propri prodotti a un prezzo minimo garantito che li ripaghi del loro lavoro. Un prezzo equo per un accesso ai mercati internazionali con la diffusione di prodotti realizzati nel rispetto dei diritti dei lavoratori, mantenendo un rapporto paritario e diretto tra importatori e produttori. «Il fairtrade vuole proteggere i lavoratori dei paesi del Terzo mondo dalle pratiche di commercio applicate dalle multinazionali e dai loro intermediari, interessati unicamente al profitto», spiega il sacerdote: «E il nostro è "trade but not aid": vogliamo promuovere uno sviluppo nei Paesi poveri senza assistenzialismo, ma sviluppando le capacità produttive e imprenditoriali degli abitanti, favorendo la loro crescita commercializzando i loro prodotti in Occidente». Con una particolare attenzione a un bene di cui tutti siamo consumatori, soprattutto in Italia: «Sul caffè», sostiene van der Hoff, «c'è molta speculazione, perché coinvolge troppe persone e gli interessi sono parecchi. C'è ancora molto da lavorare».

Se ne parlerà anche quest'anno alla quinta edizione della Settimana del commercio equo e solidale, che si svolgerà dal 18 al 26 ottobre in tutta Italia. Hanno aderito colossi della distribuzione come Lidl, Carrefour, Auchan, Coop e Dico. A provare che il fairtrade non è più una nicchia per negoziati alternativi e biologici. ■

Frans van der Hoff. Sotto: il magazzino della cooperativa Uciri, in Messico. A destra: piantagione in Etiopia

