



UNIVERSITA' CATTOLICA DEL SACRO CUORE
PIACENZA

Scuola di Dottorato per il Sistema Agro-alimentare

ciclo XXII

S.S.D: Ius/01-Ius/05

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE :
PROSPETTIVE E RAGIONI DI UNA REGOLAMENTAZIONE
TRA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO ED ESIGENZE
DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Tesi di Dottorato di :

Assunta Barbara Filice

Matr. 3580165

Coordinatore : Ch.mo Prof. Gianfranco Piva

Tutor : Prof.ssa Antonella Sciarrone Alibrandi

Anno Accademico 2008/09

INDICE

Linee guida ed obiettivi della ricerca	pag. 9
---	--------

Parte I

Il commercio equo e solidale: descrizione socio-economica del fenomeno

Capitolo Primo

Il commercio equo e solidale

1.1 Riflessioni preliminari sulla necessità di ristabilire un nuovo ordine globale delle relazioni economiche: il valore del commercio equo e solidale	pag. 18
1.2 Il commercio equo e solidale: ragioni storiche e sua evoluzione	pag. 24

Capitolo Secondo

Il commercio equo e solidale tra autoregolamentazione ed eteronomia

2.1 Il commercio equo e solidale, differenti approcci sulla via dell'autoregolamentazione: dalle Carte dei Criteri ai sistemi di certificazione	pag. 28
2.2 La formulazione della Carta Europea dei Criteri del commercio equo e solidale: un importante punto di partenza	pag. 30
2.2 a) La Carta Italiana dei Criteri: principi, obiettivi e caratteri del movimento	pag. 32
2.2 b) I soggetti del commercio equo e solidale	pag. 34
2.2 c) (Segue) in particolare l' <i>Agices</i>	pag. 39
2.3 La certificazione sulle organizzazioni e sui prodotti	pag. 42
2.3 a) il ruolo di IFAT	pag. 43
2.3 b) l'attività di FLO	pag. 46
2.4 Dall'autodisciplina all'eteroregolamentazione: interrogativi e riflessioni per una regolamentazione ufficiale del fenomeno	pag. 51

Parte II

Il commercio equo e solidale: ricognizione e valutazione critica dei progetti di normazione presenti in materia a vari livelli

Capitolo Primo

Il commercio equo e solidale nella sua dimensione sovranazionale

- | | | |
|-----|--|---------|
| 1.1 | Introduzione e piano di lavoro | pag. 56 |
| 1.2 | L'inserimento del commercio equo e solidale nel quadro delle strategie europee: primi percorsi e successivi intenti | pag. 58 |
| 1.3 | La Risoluzione del Parlamento Europeo del 13 marzo del 2007 sulla responsabilità sociale delle imprese: l'importanza del commercio equo e solidale | pag. 63 |
| 1.4 | L'ultima risoluzione del Parlamento Europeo: qualche passo in avanti nell'ottica di un ulteriore riconoscimento del fenomeno | pag. 66 |
| 1.5 | La Comunicazione della Commissione Europea del 4 aprile 2007: " <i>Aid for Trade strategy</i> " | pag. 70 |
| 1.6 | (Segue) l'impegno della Commissione in favore dei paesi poveri: recenti azioni e strategie | pag. 76 |
| 1.7 | Risoluzioni e Comunicazioni in tema di Cees: efficacia e loro valore intrinseco | pag. 79 |
| 1.8 | La Direttiva 2004/18 CE e l'inserimento del commercio equo nel settore degli acquisti pubblici | pag. 84 |

Capitolo Secondo

L'esperienza giuridica italiana in tema di commercio equo e solidale: in particolare la dimensione nazionale

- | | | |
|-----|---|---------|
| 2.1 | Esigenze di regolamentazione sul piano nazionale: molteplici intenti ma tante perplessità | pag. 90 |
| 2.2 | Analisi dei differenti approcci normativi e sintesi degli obiettivi perseguiti: | pag. 93 |
| | 2.2 a) nell'ottica della certificazione del prodotto | pag. 95 |
| | 2.2 b) nell'ottica dell'inquadramento giuridico degli attori del commercio equo | pag. 98 |

2.2 c) nell'ottica della cooperazione allo sviluppo	pag. 99
2.2 d) nell'ottica delle agevolazioni fiscali	pag. 100
2.2 e) nell'ottica di una definizione del fenomeno	pag. 102
2.3 Il recente disegno di legge dal titolo " <i>Disposizioni per la promozione del commercio equo e solidale</i> " tra interessanti propositi ed evidenti difficoltà di attuazione: quale futuro?	pag. 105

Capitolo Terzo

La legislazione regionale italiana sul commercio equo e solidale

3.1 Gli interventi in tema di commercio equo e solidale attuati su scala regionale: caratteri e peculiarità	pag. 115
3.2 La legge della Regione Toscana del 23 febbraio 2005, n.37: un percorso ragionato	pag. 118
3.3 L'art.26 della legge della Regione Friuli Venezia Giulia del 5 dicembre 2005, n.29	pag. 124
3.4 La legge della Regione Abruzzo del 28 marzo 2006, n.7	pag. 126
3.5 La legge della Regione Umbria del 6 febbraio 2007, n.3 alla luce dei precedenti interventi: profili comparati	pag. 129
3.6 La legge della Regione Liguria del 13 agosto 2007, n.32 sull'onda del recente d.d.l. elaborato a livello nazionale: forti similitudini ed interessanti parallelismi	pag. 137
3.7 La recente legge della Regione Marche del 29 aprile 2008, n. 8 (alla luce della mozione n.10 del 1995)	pag. 147
3.8 I progetti di legge in corso di elaborazione su scala regionale	pag. 152
3.8 a) Il progetto di legge della Regione Lombardia	pag. 152
3.8 b) I progetti di legge della Regione Piemonte	pag. 157
3.8 c) I progetti di legge della Regione Veneto	pag. 163
3.9 Altri interventi a livello regionale: la Deliberazione della Giunta Regionale del Trentino Alto Adige	pag. 171
3.10 Riflessioni conclusive per una sistematizzazione degli interventi nel settore	pag. 173

Parte III

Modelli comparati di regolamentazione giuridica del Fair Trade

Capitolo Primo

Il commercio equo e solidale in Canada: quali teorie per quali pratiche?

- 1.1 Introduzione e piano di lavoro pag. 177
- 1.2 Il “*Fair Trade*” in Canada: analisi storica e profili attuali a partire da alcuni dati significativi, con particolare riguardo al mercato del caffè pag. 180
- 1.2 a) (Segue) “*les pratiques du commerce équitable*”: analisi di alcune “*réclames équitables*” e valutazione delle conseguenze di tali pratiche sui consumatori canadesi pag. 187
- 1.3 L’assenza di un inquadramento giuridico attuale: un vuoto normativo pericoloso per il consumatore pag. 195
- 1.4 Riflessioni e proposte per una regolamentazione giuridica ufficiale del “*fair trade*” in Canada” pag. 198
- 1.4 a) sintesi e ricognizione critica degli interventi normativi esistenti e potenzialmente atti ad incorporare il fenomeno pag. 201
- La “*loi sur les marques de commerce*” pag. 202
 - La “*loi sur les aliments et drogues*” pag. 204
 - La “*loi sur l’emballage et l’étiquetage des produits de consommation*” pag. 206
 - La “*loi canadienne sur la concurrence*” pag. 207
- 1.4 b) Il riconoscimento normativo del “*commerce équitable*” sull’onda de “*la loi québécoise sur les appellations réservées*”: una proposta interessante pag. 209
- 1.5 Strategie d’azione e possibili percorsi legislativi: pag. 218
- 1.5 a) “*les dispositions du droit de la consommation*” e l’esigenza di pervenire all’adozione di una definizione giuridica del fenomeno pag. 218
- 1.5 b) la creazione di un sistema di certificazione o accreditamento statale (obbligatorio o facoltativo) pag. 221
- 1.5 c) “*Fair trade purchasing policies*” pag. 225

1.6 Conclusioni: condizioni e raccomandazioni nell'ottica di un intervento ragionato in materia	pag. 229
---	----------

Capitolo Secondo

Il riconoscimento normativo del commercio equo e solidale in Francia tra legislazione e processo di standardizzazione

2.1 L'inquadramento giuridico del commercio equo e solidale in Francia: contesto storico e percorsi	pag. 233
2.2 L'art. 60 della legge del 2 agosto 2005, n. 882	pag. 235
2.3 L'accordo "AFNOR": uno strumento di "Soft law"	pag. 238
2.3 a) (Segue) il principio dell'equilibrio della relazione commerciale	pag. 239
2.3 b) (Segue) il principio dell'accompagnamento delle organizzazioni dei produttori e dei lavoratori	pag. 240
2.3 c) (Segue) il principio dell'informazione e della sensibilizzazione dei consumatori, dei clienti e più in generale del pubblico sul commercio equo e solidale	pag. 241
2.4 L'accordo "AFNOR" e l'art.60 de "la loi PME" : dubbi, problematiche e questioni ancora aperte.	pag. 243

Capitolo Terzo

L'esperienza spagnola in tema di commercio equo

3.1 La "Ley 30/2007 de Contratos en el Sector Público" ed il riconoscimento del "comercio justo"	pag. 245
3.2 La "Proposición no de Ley para el fomento del comercio justo y el consumo responsable" dell'11 dicembre 2007 e l'istituzione di una Commissione paritaria Governo-società civile: una scelta singolare	pag. 249

Parte IV

I contratti del commercio equo e solidale

Capitolo primo

I contratti come strumento di correzione delle asimmetrie del mercato

- 1.1 L'uso del diritto privato per scopi di politica sociale pag. 254
- 1.2 Il contratto giusto ed equo: teorie e tecniche per disciplinare in modo solidale pag. 257

Capitolo Secondo

Nello specifico i contratti del commercio equo e solidale

- 2.1 I contratti di Ctm Altromercato: uno strumento concreto di garanzia sociale e di tutela del consumatore pag. 262
- 2.2 Il “*Fair Trade Contract*”: analisi della struttura e degli elementi essenziali pag. 264
- 2.2 a) il “*Fair Trade Partership Agreement*” pag. 266
- 2.2 b) l’ “*Annual Plane*” pag. 272
- 2.2 c) il “*Fair Trade Purchasing Contract*” pag. 273
- 2.2 d) il “*Delivery Order*” pag. 275
- 2.3 (Segue) la causa all'interno del “*Fair Trade Contract*” pag. 277

Allegati pag. 279

 “*Fair Trade Partership Agreement*” pag. 280

 “*Fair Trade Purchasing Contract*” pag. 285

Bibliografia pag. 291

Sitografia pag. 300

*“...quiconque travaille a droit à une rémunération équitable
et satisfaisante lui assurant ainsi qu’à sa famille une
existence conforme à la dignité humaine (...)”
(Art. 23 de la Déclaration universelle des droits de l’Homme).*

Linee guida ed obiettivi della ricerca

Il commercio equo e solidale (Cees) è andato sviluppandosi nel mondo occidentale nel corso degli ultimi quaranta anni, quale risposta alla crescente consapevolezza del fatto che i vantaggi derivanti dagli scambi e dall'espansione del commercio internazionale non risultano equamente ripartiti tra tutti i Paesi e tra i vari strati della popolazione di ciascuno dei Paesi stessi.

La progressiva estensione del fenomeno in termini di ampliamento delle aree geografiche coperte e di aumento del quantitativo e delle tipologie dei beni commerciati, nonché il proliferare dei soggetti coinvolti e la loro stessa eterogeneità ha via via evidenziato le potenzialità connesse a tale realtà divenuta, nel corso di pochi decenni, da settore di nicchia, modello di riferimento per un commercio giusto nel panorama internazionale di mercato.

Orbene, allo scopo di inquadrare precisamente il fenomeno e di sviscerarne i contenuti si è ritenuto opportuno suddividere la trattazione del tema in quattro macro-blocchi inerenti rispettivamente: la descrizione socio-economica del Cees, i progetti di normazione presenti in materia a livello sovranazionale-nazionale e regionale, le altre esperienze parallelamente sviluppate in altri paesi europei, nonché l'analisi degli strumenti contrattuali in uso nel settore con particolare riguardo ai contratti di Ctm.

Il punto di partenza è rappresentato dunque da una serie di considerazioni di ordine introduttivo, con particolare riguardo alla dimensione socio-economica del fenomeno, alla luce della sua crescente evoluzione e del suo attuale valore in termini di incidenza all'interno del nuovo ordine globale delle relazioni economiche.

A seguire, dato il taglio essenzialmente giuridico della ricerca, si è ritenuto opportuno penetrare immediatamente la realtà del commercio equo con specifico riferimento alle problematiche ed alle prospettive connesse all'opportunità di una regolamentazione giuridica del fenomeno stesso, le quali costituiscono, precisamente, l'oggetto centrale del presente studio.

In particolare si è scelto di elaborare una serie di riflessioni introduttive a proposito dei differenti approcci posti in essere in materia, considerando la complessità del quadro di riferimento nonché la varietà degli intenti.

Orbene, nel tentativo di ricostruire le ragioni che hanno determinato l'esigenza di regolamentare la materia, si è pensato in primo luogo di esaminare i numerosi tentativi di autoregolamentazione attuati in tal senso, con riferimento da un lato alle cc. dd.. Carte dei Criteri ed in particolare alla Carta Italiana, elaborate allo scopo di identificare i requisiti ed i soggetti destinati ad operare in tale contesto, e dall'altro lato ai sistemi di certificazione privati e specializzati posti in essere allo scopo di etichettare i prodotti del Cees e garantire così la conformità a determinati standard, nonché il rispetto dei principi propri del settore in esame.

La scelta esaminare innanzitutto la via dell'autodisciplina - strada questa che si spiega alla luce della profonda diffidenza nutrita dagli operatori del settore nei confronti di entità esterne al movimento e che ha portato all'elaborazione di una serie di norme a carattere volontario, intese quali primi passi nel percorso di normazione del fenomeno - ha consentito in particolare di soffermarsi sull'analisi dei soggetti del commercio equo, oltre che del movimento in sé, valutando nello specifico il ruolo dell'*Agices*, quale associazione di categoria atta a rappresentare le organizzazioni che promuovono i prodotti e la cultura del movimento equo in Italia. Al tempo stesso l'analisi del percorso inerente la certificazione sulle organizzazioni e sui prodotti ha permesso di descrivere nel dettaglio il ruolo di IFAT e di FLO nonché di valutare l'opportunità dei sistemi di certificazione rispettivamente proposti.

Una volta esaminati i percorsi inerenti la via dell'autoregolamentazione e le peculiarità connesse agli stessi si è ritenuto interessante procedere nell'analisi dei percorsi di

eteroregolamentazione posti in essere in materia, e ciò in particolare sulla scorta dei limiti e delle incongruenze intrinsecamente legate alla strada dell'autodisciplina.

Tale via, attuata mediante una serie di norme di carattere volontario, ha infatti mostrato, al di là dei suoi meritevoli intenti, una serie di limiti e di problematiche di non facile soluzione; non si può in effetti tacere, con riguardo a tali iniziative, il carattere eccessivamente privato degli strumenti adoperati e delle strategie poste in essere, le quali hanno per così dire quasi "imbrigliato" il fenomeno nel tentativo di proteggerlo dalle contaminazioni del mercato tradizionale, finendo per rendere concreto il rischio di autoreferenzialità.

La difficoltà di distinguere i soggetti destinatari delle attività di controllo dai soggetti in capo ai quali il controllo stesso compete, per esempio, ha finito per tradursi, in assenza di chiare prescrizioni in materia, in una sovrapposizione di ruoli, la quale ha a sua volta contribuito ad incrementare le molte indecisioni e incertezze nutrite dai consumatori rispetto all'acquisto di questi tipi di prodotti.

A parte l'autoreferenzialità, la ricerca ha altresì evidenziato una serie di ulteriori limiti connessi alle scelte di tipo autonomo fin qui descritte, tra cui in particolare il fatto che i vari tentativi, posti in essere allo scopo di inquadrare precisamente i prodotti nonché i soggetti del Cees, lungi dal consentire di pervenire all'elaborazione di criteri univoci e concordi, si sono al contrario sostanziati in una serie di classificazioni e di standards dai caratteri piuttosto articolati oltre che divergenti.

Alla luce di tali premesse, è risultato dunque doveroso interrogarsi sull'opportunità di intraprendere differenti percorsi normativi in tema, valutando la possibilità di pervenire ad una regolamentazione del settore dai connotati più ufficiali e, forse per questo, anche più vincolanti.

Tali riflessioni, oltre che apparire necessarie alla luce dei recenti interventi legislativi elaborati nel settore, sono risultate tra l'altro supportate da un notevole accostamento di intenti rilevabile tra gli operatori del Cees e le istituzioni. Negli ultimi anni, infatti, gli organismi di settore, così come pure le stesse associazioni dei consumatori si sono orientate, assieme alle forze istituzionali, nell'ottica di un percorso di regolamentazione ufficiale del fenomeno, dunque dai connotati non più autonomi, bensì eteronomi.

Nel corso dell'analisi è stato interessante valutare le ragioni di un tale "cambio di rotta" il quale sembra probabilmente imputabile all'enorme evoluzione che il fenomeno del Cees ha conosciuto negli corso degli ultimi tempi ed alle numerose istanze di protezione giuridica che in conseguenza di ciò sono state evidenziate.

La progressiva espansione del movimento ha infatti determinato, quale effetto indiretto, il progressivo aumento del rischio di confusione sui prodotti oltre che sui soggetti operanti a pieno titolo nel settore, i quali si sono trovati, in assenza di un quadro giuridico ufficiale di riferimento, per così dire privi di quelle garanzie necessarie a distinguere il loro operato dall'operato di quelle imprese entrate abusivamente nel settore e sprovviste dei requisiti richiesti. Tale "fastidiosa commistione" ha contribuito, dal canto suo, ad incrementare notevolmente il clima di incertezze già presente in materia traducendosi in una ulteriore diminuzione di garanzia e di trasparenza a danno dei consumatori.

L'analisi di tali problematiche è servita quindi a spiegare la volontà di dare vita ad un sistema giuridico maggiormente incisivo e rispettoso delle reali richieste del settore, capace di garantire appieno le esigenze dei consumatori ed allo stesso tempo di assicurare il rispetto di quei connotati necessari da parte dei cc.dd. produttori.

Se, dunque, la via dell'autoregolamentazione ha essenzialmente interpretato delle istanze, suggerendo dei percorsi e ponendo degli interrogativi, la via dell'eteroregolamentazione si è invece posta quale strumento più adeguato per soddisfare tali esigenze.

La creazione di un preciso schema legislativo in materia consentirebbe, infatti - ed è precisamente ciò che la ricerca è tesa a dimostrare - di realizzare, al di là del riconoscimento

ufficiale del fenomeno, anche una specifica individuazione dei prodotti del Cees e dei soggetti coinvolti, ciò che determinerebbe, attraverso l'istituzione di un rigoroso sistema sanzionatorio, la conseguente eliminazione del rischio che gli stessi si trovino in un certo senso a miscelarsi inconsapevolmente con soggetti estranei ai principi del movimento, traducendosi implicitamente in una enorme garanzia per il consumatore.

Una volta accertata la necessità di regolamentare la materia e una volta enucleate le motivazioni attraverso le quali si è giunti ad affermare la preferenza di soluzioni di tipo eteroregolamentative, si è scelto di proseguire nell'analisi dettagliata dei percorsi e degli interventi legislativi elaborati su scala sovranazionale, nazionale e regionale; ciò al fine di riflettere più compiutamente sul taglio che un intervento regolativo in materia dovrebbe avere.

I paragrafi successivi, elaborati nell'ambito della Parte II e precisamente inerenti una ricognizione e valutazione critica dei progetti di normazione presenti in materia, si muovono in effetti proprio in tale ottica, nel tentativo di chiarire se, posta la complessità degli interventi legislativi predisposti a vari livelli, sia ravvisabile all'interno di uno di questi un possibile modello da seguire.

Le riflessioni elaborate all'interno di tale contesto sono dunque state ordinate seguendo il criterio della tipologia di interventi, vale a dire individuando nello specifico i progetti elaborati nell'ambito di tre diverse dimensioni: sovranazionale, nazionale ed infine regionale.

Orbene partendo dall'analisi della dimensione sovranazionale è stato possibile rilevare, al di là della significatività dei percorsi intrapresi negli ultimi anni attraverso l'azione politica delle istituzioni europee, l'impossibilità di prescindere da un intervento di tale tipo, sotto il profilo delle linee guida che lo stesso è in grado di offrire in materia, e ciò in ragione di una serie di circostanze.

In primo luogo, infatti, è stato possibile osservare come tutte le misure volte a disciplinare gli scambi internazionali di merci, e quindi anche quelli con i Paesi in via di sviluppo, rientrino nella competenza dell'Unione Europea in materia di politica commerciale, e come, per un altro verso, la stessa Unione Europea sia condizionata, nella sua politica commerciale, dagli obblighi vigenti tra i membri dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC); a ciò si aggiungano tutte quelle convenzioni internazionali esistenti in materia ambientale così come pure in tema di protezione dei diritti umani, nonché dei diritti dei lavoratori, le quali rilevano in maniera senz'altro notevole nell'ambito della disciplina delle relazioni commerciali internazionali.

Nello specifico l'analisi si è soffermata su tre diverse categorie di interventi, concernenti da un lato le risoluzioni emanate dal Parlamento Europeo e volte a prendere coscienza del fenomeno, nonché le varie comunicazioni della Commissione ed in particolare il recente contributo "*Aid for Trade*", e dall'altro le due Direttive 17 e 18 del 2004, le quali seppur non direttamente dedicate al commercio equo e solidale, presentano indubbiamente profili rilevanti in tale settore, individuando un approccio al tema dai connotati senz'altro più concreti.

Posta dunque l'impossibilità di prescindere dalla dimensione comunitaria, quantomeno in termini di indirizzi e indicazioni da seguire nel percorso di costruzione di una futura legge sul Cees, è risultato altresì interessante soffermarsi sull'esame dei tentativi elaborati in tale contesto sul piano nazionale. Anche a tale livello, infatti, è stato possibile rilevare l'esistenza di una graduale presa di coscienza del movimento solidale e la conseguente necessità di normazione in materia.

In tal senso, posta l'assenza nel nostro sistema di una legge compiutamente elaborata in tema, è stato interessante soffermarsi prima di tutto sulle tante occasioni che il nostro legislatore ha per così dire "sfiorato" in termini di riconoscimento del fenomeno in esame e concernenti, ad esempio, l'opportunità di far rientrare il commercio equo fra i diversi campi di attività caratterizzati dal perseguimento di una particolare funzione sociale, così come pure la possibilità di ricomprendere il settore in esame all'interno della categoria dell'impresa sociale. Al di là delle occasioni sfiorate, attraverso le quali si sarebbe potuto procedere all'elaborazione di uno specifico intervento legislativo in materia, la ricerca ha altresì consentito di evidenziare

la presenza di alcuni interessanti tentativi posti in essere negli ultimi anni nel settore e volti a ricercare un riconoscimento giuridico del fenomeno.

Nei paragrafi articolati nell'ambito del Capitolo II (Parte II) si è scelto, quindi, di operare una sorta di ricognizione delle proposte elaborate in proposito raggruppandole per obiettivi, ciò al fine di riuscire ad enucleare i diversi approcci posti in essere e volti appunto a regolamentare il fenomeno; nel dettaglio si è scelto di esaminare cinque diversi percorsi concernenti rispettivamente la via della certificazione di prodotto, dell'inquadramento giuridico degli attori del commercio equo, della cooperazione allo sviluppo, delle agevolazioni fiscali, della definizione del fenomeno.

Attraverso tale analisi ricognitiva è stato, dunque, possibile individuare le diverse strategie attuate nell'ottica di un inquadramento del fenomeno nonché riflettere in ordine al possibile taglio che un intervento elaborato su scala nazionale potrebbe avere.

In particolare l'indagine condotta in questa direzione ha consentito di formulare specifiche riflessioni inerenti la portata ed il valore delle su menzionate proposte e di considerarne limiti e potenzialità; in tal senso si è ritenuto di poter sostenere che se il confine degli interventi fin qui analizzati è quello di essersi fermati semplicemente al piano teorico, limitandosi ad inquadrare il fenomeno attraverso mere dichiarazioni di principi, spesso incomplete e non supportate da proposte concrete, la potenzialità che gli stessi presentano è quella di aver aperto un varco importante nel settore, individuando criteri e strade per una efficace regolamentazione della materia.

Orbene, posti tali rilievi si è ritenuto opportuno procedere all'esame del recente disegno di legge presentato a Roma ed espressamente incentrato sul tema del commercio equo e sulla sua promozione e valorizzazione. Tale disegno, infatti, come si è avuto modo di osservare nel corso della ricerca, oltre ad inglobare al suo interno tutti gli approcci indicati nei precedenti interventi normativi, esprimendo in tal senso una chiara condivisione di intenti e di strategie, ha anche il merito di aver compiuto un grosso salto in avanti rispetto al passato riuscendo a colmare le lacune e le indecisioni che avevano caratterizzato gli scorsi tentativi.

Da un'analisi dettagliata e minuziosa dei suoi articoli è stato dunque possibile osservare come lo stesso si muova effettivamente su un sentiero più pratico, individuando nello specifico mezzi e tecniche concrete sulla base delle quali elaborare una efficace strategia normativa.

L'esame della sua struttura, così come dei suoi presupposti ha in particolar modo consentito di concludere a favore di un tale schema di inquadramento legislativo, ed ha altresì consentito di ritenere che sebbene lo stesso non sia ancora divenuto legge - circostanza questa del tutto addebitabile agli incostanti andamenti del sistema di governo - i presupposti contenuti al suo interno sono senz'altro utili a configurarlo quale utile punto di partenza nella costruzione di una futura legge, soprattutto in termini di soggetti chiamati a collaborare e di approcci e strategie normative da seguire riguardo al fenomeno.

L'esame del suddetto decreto ha altresì permesso di porre l'accento sul ruolo nonché sull'impegno profuso in tale contesto dalle organizzazioni di settore e dunque dagli attori e dagli operatori impegnati attivamente nella promozione e nella diffusione del commercio equo e solidale, i quali sono stati per la prima volta chiamati a partecipare, assieme alla politica, al percorso di costruzione di una legge in tema.

A completamento del percorso di indagine inerente il quadro degli interventi posti in essere in relazione al Cees, si è ritenuto opportuno dedicare un ulteriore capitolo alla trattazione degli intenti elaborati su scala regionale e tendenti a regolamentare il fenomeno.

In primo luogo vale la pena di precisare come anche l'esame delle proposte elaborate in ambito regionale abbia consentito di pervenire a risultati interessanti sotto il profilo della ricerca, soprattutto alla luce del carattere di maggiore concretezza che contraddistingue gli sforzi compiuti in tale dimensione.

Se infatti, come si è avuto modo di notare, all'interno del contesto nazionale manca allo stato un provvedimento vero e proprio in grado di legittimare tale fenomeno, lo stesso non può

dirsi in ambito regionale dove, specie negli ultimi anni, si è giunti all'elaborazione, nonché all'approvazione di una serie di leggi in tema.

Orbene, posta la complessità della materia e posti senz'altro i meriti di tali interventi legislativi, si è ritenuto di dover procedere innanzitutto all'elaborazione di qualche considerazione di ordine preliminare circa l'effettiva opportunità di una legislazione regionale, allo scopo di valutarne la portata nonché i limiti, nell'ottica di una necessaria condivisione di intenti rispetto ai livelli nazionale e sovranazionale; tali precisazioni sono state ritenute imprescindibili considerando i contorni di tale fenomeno, i quali per loro stessa natura si estendono oltre i singoli confini nazionali.

In relazione a queste premesse si è ritenuto di dover dunque inquadrare l'opportunità di una scelta regolamentativa di questo tipo all'interno del quadro normativo sovranazionale, in riferimento al quale il Cees acquista un valore ed una importanza strategica, e di non poter prescindere da un intervento di tale portata, quantomeno in termini di linee guida alle quali attenersi, considerando soprattutto il fatto che tutte le misure volte a disciplinare gli scambi internazionali di merci, e quindi anche quelli con i PVS, rientrano nella competenza dell'UE in materia di politica commerciale, e che, per un altro verso, l'UE è condizionata, nella sua politica commerciale, dagli obblighi vigenti tra i membri dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC).

Una volta chiariti certi presupposti è risultato opportuno, oltre che interessante, soffermarsi sull'analisi del dato legislativo, esaminando minuziosamente le singole leggi regionali e cercando di cogliere gli aspetti comuni ma anche le diverse impostazioni e strategie poste in essere, allo scopo di pervenire ad una sistematizzazione del settore, anche a tale livello.

In tal senso la ricerca ha consentito di riflettere sull'importanza di tali interventi e sull'opportunità di poter gestire meglio la realizzazione di certi progetti a livello locale. Il livello regionale, nell'ambito del quale si estrinsecano tra l'altro realtà provinciali e comunali, verrebbe quindi a costituire, pur sempre nell'ottica di un intervento guidato dall'alto, un idoneo terreno di proliferazione oltre che di sostegno attivo per le popolazioni del Sud del mondo.

Se, dunque, da un lato non si può escludere l'opportunità di una serie di linee guida emanate a livello comunitario, dall'altro non si può neppure ignorare la rilevanza dei singoli progetti elaborati a livello regionale; poiché, se l'importanza delle linee guida è desumibile alla luce delle considerazioni sopra esposte, la valenza dei su menzionati progetti regionali è rintracciabile nella necessità di rendere concretamente operativi tali principi teorici. Il valore di un intervento congiunto, guidato dall'alto e supportato dal basso, consentirebbe, in sostanza, di porre degli obiettivi e delle indicazioni di base, nonché di coinvolgere le singole regioni nel ricercare le modalità attraverso cui rendere concreti tali scopi, ciascuna secondo le proprie possibilità.

Sempre allo scopo di riflettere sui profili regolamentativi del fenomeno del Cees e posta la necessità di rintracciare un modello indicativo sulla base del quale pervenire all'elaborazione di un preciso schema di inquadramento legislativo, si è scelto di dedicare le successive fasi della ricerca all'esame delle esperienze maggiormente rilevanti nel settore condotte all'interno di altri paesi. La terza parte-sezione del lavoro di ricerca è stata in effetti protesa ad analizzare gli schemi e le soluzioni legislative elaborate a livello europeo (e non solo) in tale ambito, ciò allo scopo di valutare le affinità e le compatibilità, ma anche eventualmente le divergenze esistenti rispetto al nostro sistema.

Ebbene, a parte lo studio delle strategie tracciate all'interno del contesto europeo, ed in modo particolare in paesi come la Spagna e la Francia - attraverso l'analisi delle varie proposte e normative concretamente poste in essere - si è ritenuto interessante proporre, come si accennava, anche l'esame di una realtà profondamente differente, sia per struttura che per impostazione, quale, appunto, quella canadese, e ciò considerato in particolare anche il

carattere innovativo di una indagine comparata tra le due dimensioni (quella italiana e quella, appunto, canadese).

Nel dettaglio, e relativamente al capitolo inerente il “*Fair Trade in Canada*”, si è inteso sviluppare un preciso piano di lavoro elaborato e concepito in un’ottica per così dire “ribaltata” utilizzando una tecnica espositiva tutt’altro che tradizionale. Piuttosto che ripercorrere a grandi linee le origini e le evoluzioni del fenomeno all’interno del paese si è pensato infatti di esaminare tale realtà sulla base di alcuni dati statistici più che significativi, posto che a partire dagli anni novanta, ed in particolare dopo l’introduzione dell’etichetta “*fair trade certified*”, il fenomeno del commercio equo e solidale ha conosciuto una considerevole crescita anche in Nord America. Negli ultimi anni, in particolare, la diffusione di tali prodotti sui mercati canadesi è notevolmente aumentata, e per certi versi addirittura “esplosa”, raggiungendo, in alcuni casi, percentuali davvero altissime. Tali dati sono risultati particolarmente visibili, ad esempio, con riguardo al mercato del caffè, inteso, più di ogni altro, quale modello rappresentativo in proposito.

Proprio a partire da tali statistiche, dunque, e più specificamente da quelle relative al “*fair trade coffee*” si è inteso valutare, al di là dell’entità del fenomeno in sé e dei suoi profili storico-evolutivi, l’inevitabile complessità che connota e caratterizza, attualmente, il mercato dei “*fair trade products*” in Canada, e ciò avvalendosi altresì dell’esame di alcuni tra i più noti marchi di caffè equo solidale commerciati nel paese ed in parte certificati da Transfair Canada. Attraverso tali dati è stato interessante esplorare più da vicino l’atteggiamento dei consumatori canadesi e soprattutto riflettere in maniera compiuta sul clima di diffidenza e di incertezza che caratterizza allo stato il contesto in oggetto, soffermandosi in particolare sugli effetti delle cc.dd. “pratiche eque” e sull’esigenza di elaborare un quadro giuridico in materia, in virtù del quale colmare un vuoto normativo pericoloso per il consumatore. Molte imprese, infatti - così come si è avuto modo di osservare d’altro canto anche in Europa - mosse unicamente dalla logica del profitto, hanno ritenuto assai proficuo insinuarsi all’interno di tale settore pur senza dividerne principi e criteri ma semplicemente sfruttando il crescente interesse nutrito dal pubblico verso tali tipi di prodotti; tale atteggiamento, il quale ha finito per corrispondere ad una impressionante moltiplicazione di marchi e di etichette dal valore alquanto impreciso e discutibile, ha contribuito a sollevare questioni di legittimità nonché di trasparenza e di protezione nei confronti dei consumatori spingendo a riflettere proprio sulla necessità di pervenire all’elaborazione di strategie e strumenti volti a regolamentare il settore. Ebbene, è precisamente nell’ambito delle osservazioni inerenti l’assenza di un inquadramento giuridico attuale in materia, che si collocano le riflessioni aventi ad oggetto le iniziative volontarie messe a punto in tema di qualificazione dei prodotti equo-solidali, con riferimento dunque sia a “*les auto-déclarations équitables*” che a “*les certifications équitables*”, strutturate al loro interno in “*certification par une tierce partie*” e “*certification de seconde partie*”. Una volta poste tali premesse si è reputato necessario concentrarsi, con maggiore precisione e accuratezza, sulle strategie e sulle tecniche adoperabili nell’ottica di una regolamentazione giuridica ufficiale del “*fair trade*” in Canada e ciò a partire da una ricognizione critica di alcuni interventi normativi - di rango federale e provinciale - già esistenti e potenzialmente atti, secondo una parte della dottrina canadese, ad incorporare il fenomeno, quali appunto la “*loi sur les marques de commerce*”, la “*loi sur les aliments et drogues*”, la “*loi sur l’emballage et l’étiquetage des produits de consommation*”, la “*loi canadienne sur la concurrence*”; in particolare, sempre nell’ambito di tali interventi, è stata attentamente esaminata “*la loi québécoise sur les appellations réservées*” la quale rappresenta, nell’opinione di alcuni autori, una proposta interessante in termini di modello cui ispirarsi nella costruzione di una futura legge sul commercio equo e solidale.

Al di là degli intenti giuridici appena menzionati si è ritenuto altresì interessante, sempre in termini di possibili strategie d’azione applicabili in tema, riflettere su “*le droit du consommateur à une information claire et précise*”, diritto quest’ultimo, in grado di legittimare

ulteriormente l'esigenza di pervenire ad una precisa definizione giuridica del fenomeno in esame, nonché di giustificare, eventualmente, la creazione di un sistema di certificazione o accreditamento statale (obbligatorio o facoltativo). A seguire, in parallelo, e sempre a scopo esemplificativo, l'analisi si è soffermata su quegli interventi elaborati a livello locale, cc.dd. "policies", le quali risultano, seppur in un'ottica piuttosto ristretta, diretta espressione di una tecnica regolamentativa differente, vale a dire di "bottom up". Una volta esaminati tali percorsi e al di là della forma o dalla veste giuridica di un'azione normativa in materia, si è ritenuto di dover spendere qualche considerazione conclusiva in ordine agli elementi ed ai connotati cc.dd. "essenziali" che dovrebbero comunque caratterizzare e dunque necessariamente essere presenti all'interno di un intervento di questo tipo; proprio nell'ambito di tali considerazioni è stato possibile sottolineare le condizioni e le raccomandazioni, per così dire auspicabili, nell'ottica di un intervento ragionato in materia, in vista degli scenari futuri e dalle scelte legislative che saranno oggetto di applicazione concreta nel suddetto campo.

Orbene, la necessità di pervenire all'elaborazione di un preciso schema di normazione del fenomeno del Cees - intesa come linea portante della seconda e della terza parte del lavoro - richiama a sé una serie di ulteriori e interessanti riflessioni.

L'esigenza di un intervento legislativo ad *hoc* nel settore, risponde, infatti, anche ad ulteriori necessità, vale a dire, il riequilibrio del mercato e la tutela del consumatore. L'assenza di uno specifico quadro di riferimento normativo, in questo contesto, rappresenta, infatti, un serio rischio per i consumatori, dato che in mancanza di contorni ben delineati risulterebbe più facile, anche per quelle imprese che non condividano i principi ed i valori del Cees, entrare in questo settore di mercato ed operare perseguendo, in realtà, ben altri fini. Un'eventualità del genere, pregiudicherebbe, come è facile intuire, il diritto degli stessi consumatori ad una informazione veritiera e corretta relativamente ai prodotti posti sul mercato ed alla conformità degli stessi rispetto ai criteri del Cees.

Tale preoccupazione, inoltre, porta a riflettere attentamente anche su un ulteriore pregiudizio, che riguarderebbe, in parallelo, oltre ai consumatori, anche i cc.dd. "attori-reali" del Cees, vale a dire i produttori dei Paesi in via di sviluppo (PVS) e tutti coloro che condividono realmente principi e criteri del commercio equo e solidale

Alla luce delle osservazioni appena esposte, si è scelto di dedicare l'ultima sezione del lavoro all'esame dei profili inerenti i temi di giustizia sociale e diritto dei contratti, con specifico riferimento alla disciplina giuridica del contratto, inteso appunto quale mezzo attraverso cui orientare il corretto funzionamento del mercato concorrenziale e fornire adeguate tutele ai consumatori, posto che il funzionamento del mercato deve avvenire non soltanto in una dimensione economica ma anche alla luce di valori solidaristici.

In tal senso si è scelto di incentrare le riflessioni inerenti l'ultima parte della ricerca sull'opportunità di riproporre l'uso del diritto privato per soddisfare, come si diceva, scopi di politica sociale; di qui che, posto che lo squilibrio del mercato rappresenta una sorta di ingiustizia sociale, allora il diritto privato e nello specifico il diritto dei contratti può rappresentare lo strumento attraverso cui riequilibrare il mercato e riaffermare la giustizia sociale. In tal modo, si prospetterebbe un sistema nel quale la regolamentazione del mercato non si pone in conflitto con l'iniziativa economica, ma contribuisce alla piena realizzazione di questa. Tali osservazioni, assumono particolare rilevanza se si pensa che lo schema di giustizia sociale di cui qui si discorre, si traduce in un bilanciamento tra il peso attribuito all'autonomia privata individuale, così come è espressa nell'idea della libertà contrattuale, da un lato, ed i principi che riguardano altri interessi, egualmente importanti, di solidarietà sociale che proibiscono agli individui di approfittare della superiorità di forza economica, dall'altro.

Alla luce di tali considerazioni, nonché allo scopo di rendere effettivamente concreti i profili teorici anzi sviluppati, si è scelto di completare la ricerca mediante l'analisi di quei contratti commerciali, utilizzati nella pratica degli affari e recanti appunto norme rispettose dei principi del Cees.

Tipi di contratti, stipulati con i produttori dei PVS ed aventi ad oggetto per lo più beni alimentari, consentono in effetti di valutare come attraverso l'uso di tali strumenti, ispirati ed informati a valori di equità e solidarietà, si possano recuperare in concreto quei valori sociali, fin qui considerati, per i PVS.

L'analisi della modulistica contrattuale (Il "*Fair Trade Partnership Agreement*"; l' "*Annual Plan*"; il "*Fair Trade Purchasing Contract*"; il "*Delivery Order*") utilizzata da Ctm Altromercato nelle operazioni di acquisto, nonché di trasporto e vendita dei prodotti equo-solidali - e reperita grazie ad una profonda collaborazione con la sede legale del Consorzio - è stata ritenuta particolarmente interessante sotto un duplice profilo: da una parte, infatti, tali strumenti contrattuali potrebbero rappresentare una effettiva garanzia per quel consumatore socialmente responsabile che voglia visionarli al fine di constatare direttamente il rispetto di determinati standards e principi e che voglia, cioè, accertare che i prodotti che acquista siano effettivamente rispettosi di quegli standards; dall'altra parte, tali contratti rappresenterebbero una sorta di garanzia sociale, vale a dire un mezzo attraverso il quale far rispettare i suddetti valori e recuperare, in una prospettiva più ampia, anche determinati diritti.

PARTE I

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE: DESCRIZIONE SOCIO-ECONOMICA DEL FENOMENO

CAPITOLO PRIMO

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

1.1 Riflessioni preliminari sulla necessità di ristabilire un nuovo ordine globale delle relazioni economiche: il valore del commercio equo e solidale

“...Le politiche di adeguamento strutturale del FMI, vale a dire quelle messe a punto per aiutare un paese ad affrontare le crisi e gli squilibri più persistenti, hanno portato alla fame e alla sommosa molti popoli. E anche quando i risultati non sono stati così disastrosi, quando i provvedimenti hanno favorito una crescita temporanea, spesso ne hanno tratto vantaggio solo i più abbienti, mentre i poveri sono diventati ancora più poveri...La reazione violenta contro la globalizzazione ha tratto la propria forza... anche dalle iniquità del sistema del commercio internazionale. Oggi, a parte chi ha interesse a tenere i beni prodotti dai paesi poveri al di fuori dei circuiti commerciali, sono in pochi a difendere l'ipocrisia di chi finge di aiutare i paesi in via di sviluppo obbligandoli ad aprire i loro mercati alle merci dei paesi industrializzati, mentre questi ultimi tengono i loro ben protetti attuando politiche che rendono i ricchi sempre più ricchi e i poveri sempre più poveri”¹.

Raffrontando i livelli di crescita del Prodotto Interno Lordo (PIL) del periodo 1980-2005 con quelli del periodo 1960-1980, è possibile in effetti constatare a pieno tale stato di cose, dato che negli ultimi 25 anni la maggior parte dei Paesi del Sud del Mondo a basso e medio reddito ha riscontrato, rispetto al ventennio precedente, un forte rallentamento del tasso di crescita economica nonché dei livelli che attengono agli indicatori del progresso sociale.

In particolare, con riferimento al tasso di crescita procapite annuo del PIL, i dati di un recente studio² mostrano delle diminuzioni significative per quasi tutti i gruppi di Paesi (dal 2,6 % all'1,3 per i Paesi della fascia di reddito alta, dal 3,1 all'1,3% per la fascia medio-alta, dal 2,6 all'1% per la fascia media, dal 2,4 allo 0,7% per la fascia medio-bassa), e solo per la fascia di Paesi più poveri si sia registrato un lievissimo incremento (dall'1,7 all'1,8%)³.

¹ Cfr. J. E. Stiglitz, *La globalizzazione e i suoi oppositori*, Torino, Einaudi, 2002, p. XVIII

² Da uno studio del Centre for Economic and Policy Research di Washington M. Weisbrot, D. Baker, D. Rosnick, *The scorecard on development. 25 years of diminished progress*, Centre for Economic and Policy Research, Washington, 2005.

³ Gli unici due Paesi che fanno eccezione sono la Cina e l'India, spesso citate, erroneamente, come esempi di successo delle politiche neoliberiste. In realtà, il successo di tali paesi è consistito più di tutto nella scelta, operata dagli stessi, di aprire i loro mercati solo in maniera fortemente graduale, proteggendo i comparti strategici più

Orbene, pur essendo difficile riuscire a dimostrare l'esistenza, allo stato attuale, di un nesso causale di natura diretta tra l'applicazione di tali politiche economiche ed i risultati ottenuti, non è tuttavia impossibile desumere certe interessanti connessioni in tema, posto che in generale all'applicazione dei principi del neoliberismo su scala planetaria non ha corrisposto quella crescita economica omogenea sperata per tutte le realtà coinvolte, anzi al contrario il risultato più evidente di tali scelte sembra essere stato proprio l'aumento del divario tra nazioni ricche e nazioni povere.

L'analisi dell'attuale contesto internazionale evidenzia, in effetti, l'esistenza di una forte competizione mercantilistica non solo tra gli Stati-nazione ma soprattutto tra le multinazionali, la quale oltre ad aver determinato dei cambiamenti in termini di assetto dell'ordine economico, agendo sui mercati internazionali, ha generato un notevole aumento nella polarizzazione degli scambi, soprattutto in termini di valore a favore dei Paesi più industrializzati; ciò che si è tradotto in un peggioramento in termini di riduzione delle ragioni di scambio con i Paesi in via di sviluppo⁴.

deboli, ciò fino a poter reggere la concorrenza internazionale; senza contare che la Cina ha tuttora ampi settori dell'economia nazionale in mano allo Stato e difesi da protezioni.

⁴ Per un più ampio riferimento sul punto si veda A. Baranes, L. Manes, R. Sensi, A. Tricarico, a cura di, *Tutte le bugie de libero commercio*, pubblicazione realizzata da: Campagna per la riforma della Banca Mondiale, Fondazione Culturale Responsabilità Etica, Mani Tese, membri dell'Osservatorio su commercio internazionale Tradewatch, supplemento al n. 67 del dicembre 2005 di "Altreconomia", Milano, Consorzio Altra Economia, 2005, p. 11, ed in particolare si consideri il ruolo della Wto e le ripercussioni derivanti dalla sua attività in termini di disequilibrio a livello di relazioni commerciali mondiali. L'inizio dell'attività di questa organizzazione, la cui esistenza era stata prevista, come per Banca mondiale e Fmi, già con gli accordi di Bretton Woods del 1944, risale al 1° gennaio 1995, poiché prima di allora esisteva un più semplice accordo internazionale sulle tariffe commerciali, c.d. *General Agreement on Tariffs and Trade*, GATT. Già dal momento della sua stessa entrata in funzione la Wto ha iniziato ad essere investita della regolamentazione di materie fondamentali. Le intese più importanti riguardavano proprio l'agricoltura (*Agreement on agriculture* – AoA), i prodotti industriali (*Non agricultural market access* - NAMA), i servizi (*General agreement on trade in services* – GATS), i brevetti e la proprietà intellettuale (*Trade-related aspects of intellectual property rights* – TRIPs). Com'è noto tali intese si basavano su alcuni principi, tra cui ad esempio il *Single Undertaking*, che obbligava, gli Stati che decidevano di aderire alla Wto, a sottoscrivere tutte le intese via via raggiunte; la condivisione di tale principio risultava, come è facile comprendere, una cosa particolarmente gravosa per le economie più povere, spesso basate sulla produzione allargata di una o due merci al massimo, così per trovare spazio nei mercati stranieri, tali Stati, si vedevano costretti a cedere a condizioni di apertura del proprio mercato per tutte le altre merci oggetto di accordi, ciò che significava in altre parole "consegnarsi" nelle mani delle potenze economiche mondiali nonché delle grandi imprese multinazionali. Altrettanto gravosa ed onerosa risultava l'adesione al c.d. principio del *Most Favoured Nation*, in base al quale ogni Paese membro doveva essere considerato dagli altri alla stregua della nazione più favorita, non potendosi in alcun modo applicare trattamenti commerciali particolari verso un Paese senza poi non applicarli a tutti gli altri; così come iniquo era il c.d. *National Treatment*, principio che proibiva a tutti i Paesi di favorire un'impresa nazionale rispetto a una straniera, divenendo così impossibile per i Paesi in via di sviluppo proteggere alcuni comparti strategici ancora deboli della propria struttura economica senza incorrere in sanzioni. Negli ultimi anni, dunque, a seguito dell'applicazione delle intese sottoscritte in sede di Wto, e anche a seguito dell'imposizione di misure di adeguamento strutturale da parte dell'Fmi come condizione per la concessione di prestiti internazionali, molti Paesi a basso e medio reddito hanno messo in campo una serie di riforme tipicamente neoliberiste, dalla riduzione delle restrizioni agli scambi commerciali ed ai flussi di capitale, a privatizzazioni su larga scala di enti pubblici, all'attuazione, tramite l'applicazione di alti tassi di interesse, di politiche fiscali e monetarie restrittive, alla progressiva flessibilizzazione del mercato del lavoro, appannati dall'idea di un nuovo tipo di commercio, libero da ogni restrizione di sorta (dazi e tariffe, restrizioni alla circolazione di capitali, ma anche restrizioni di carattere ambientale o per la tutela dei diritti di lavoratori e consumatori), all'interno del quale

dare vita ad un sistema di produzione, basato sulle migliori condizioni possibili, per allocare in maniera ottimale le risorse prodotte. Tutto ciò nell'ottica di un crescente miglioramento delle relazioni internazionali tra Paesi oltre che anche in termini di lotta alla povertà. I limiti di tale sistema non hanno tardato, tuttavia, a mostrarsi, dato che la sua teoria ispiratrice assumeva come presupposti di partenza situazioni inesistenti nella realtà, prevedendo ad esempio la presenza di condizioni di concorrenza perfetta, la mancanza di costi di trasporto, l'assenza di economie di scala, la perfetta mobilità dei fattori di produzione, soprattutto la conoscenza perfetta da parte di tutti gli attori coinvolti. Tali condizioni, lungi dal verificarsi nella realtà, si presentano spesso in senso completamente opposto. Circa due terzi del commercio globale, infatti, si sviluppa all'interno di diverse filiali della stessa impresa o tra diverse imprese multinazionali; inoltre, nonostante la liberalizzazione abbia aumentato il volume degli scambi, a livello internazionale viene commerciato solo il 10% dei prodotti agricoli, per questioni strutturali che caratterizzano il ciclo della produzione agricola; così come l'aumento costante del prezzo del petrolio presenta un notevole impatto sull'utilizzo dei vari mezzi di trasporto per il commercio internazionale, producendo una variazione nei prezzi ancora oggi non prevedibile; senza contare che l'operato delle imprese multinazionali si fonda sul principio dell'economia di scala in maniera preponderante e che le asimmetrie di conoscenza nel mercato mondiale risultano ancora più pesanti che nei singoli ambiti nazionali. Un rapido cenno anche agli AoA, i c.d. Accordi sull'agricoltura, può valere, in questa sede a mostrare i devastanti effetti verificatisi nei Paesi in via di sviluppo come conseguenza di quelle politiche di aggiustamento strutturale imposte dai citati organismi economici internazionali. Ciò appare d'altro canto particolarmente significativo se si considera che l'economia degli Stati più poveri è quasi totalmente legata all'agricoltura. I motivi per cui la liberalizzazione del mercato agricolo non produce ricchezza per i Paesi del sud sono tanti, primo fra tutti il fatto che, come è stato più volte affermato, "... il mercato agricolo, se lasciato libero alla sola interazione tra domanda e offerta, tende alla sovrapproduzione, causando la caduta verticale dei prezzi delle materie prime e favorendo la concentrazione della produzione su larga scala in mano a poche grandi aziende dell'agro-business internazionale. ...orientare la produzione agricola verso le esportazioni significa, per i Paesi poveri, perdere la propria sovranità alimentare, cioè la capacità di definire politiche agricole capaci di garantire il diritto all'alimentazione per tutta la popolazione, rispettando le singole culture e la diversità dei metodi contadini, garantendo ad ogni comunità l'accesso e il controllo delle risorse di base per la produzione". Indagini recenti effettuate in tale contesto mostrano come solo il 10% della produzione agricola mondiale venga commercializzato sul mercato internazionale, mentre tutto il resto viene venduto nei mercati locali; di qui che solo poche grandi organizzazioni, integrate lungo tutta la filiera produttiva e distributiva, risultano effettivamente in grado di competere a livello internazionale. Tale considerazione è sufficiente di per sé a spiegare l'influenza di tali organizzazioni nelle scelte inerenti la determinazione del prezzo, inteso sia come prezzo della materia prima, sia come prezzo del prodotto finito, con conseguenze facilmente intuibili per le economie più povere. A ciò si aggiunga, che tra le altre cause per cui la liberalizzazione del mercato agricolo non può produrre effetti positivi per i paesi del sud, vi è anche il fatto che i prodotti provenienti da tali Paesi non hanno le adeguate garanzie di accesso ai mercati dei Paesi ricchi. Infatti, sia gli Stati Uniti che la stessa Europa non solo sostengono le proprie aziende agricole con sussidi all'esportazione e sussidi interni, ma sono al tempo stesso molto restii a ridurre le tariffe che proteggono i propri mercati interni; di qui che, posto che le tariffe applicate crescono con il crescere del valore aggiunto di un prodotto, risulterà sicuramente più semplice per i Paesi poveri esportare materie prime, per le quali sussistono maggiori facilitazioni in termini di accesso ai mercati. Tale situazione, a sua volta, oltre ad impedire alle realtà più povere di sviluppare una propria industria di trasformazione, costituisce la causa principale del loro graduale impoverimento dato che, in tali circostanze sono le grandi organizzazioni ad accaparrarsi le materie prime e a vendere i prodotti finiti in tutto il mondo. Altro fattore determinante appare in questa analisi quello concernente il tema dei sussidi. Tali sussidi, sia interni, sia all'esportazione consentono alle aziende occidentali di esportare i loro prodotti sottocosto, generando una caduta dei prezzi ed un c.d. effetto *dumping* sui prodotti degli altri Paesi. I sussidi interni, inoltre, portano il sistema agricolo globale alla sovrapproduzione, con ulteriori effetti negativi sui prezzi delle merci. Appaiono, a questo punto evidenti, sulla scorta delle considerazioni fin ora svolte, gli effetti di una reale liberalizzazione del mercato agricolo mondiale e gli imminenti pericoli, non solo per i Paesi poveri ma anche in generale per centinaia di milioni di piccoli agricoltori di tutto il mondo che si vedrebbero inevitabilmente condannati alla miseria, schiacciati dai grandi colossi agro-alimentari. I potenziali rischi, in termini di effetti sul sistema economico globale, e riconducibili alle intese del Wto, sono altrettanto evidenti con riferimento agli accordi sui prodotti non agricoli, sui servizi, sui brevetti ed anche sulla proprietà intellettuale. Si pensi, ad esempio, all'accordo relativo ai prodotti industriali. Anche in tale contesto, infatti, è evidente l'interesse dei Paesi industrializzati all'abbassamento delle tariffe da parte dei Paesi del sud, in modo da rendere più facile l'accesso delle proprie merci a quei mercati. Di fronte a tali mire non è difficile comprendere l'enorme rischio a cui risultano sottoposte le realtà più povere, le quali potrebbero inevitabilmente assistere alla morte della manifattura e dell'industria nazionale, addirittura prima ancora che queste vedano la luce. Inoltre le alte tariffe sulle merci non agricole, che consentono ai governi di riscuotere somme consistenti, arrivano, nel caso di alcuni Paesi molto poveri, a coprire fino al 30% del totale delle entrate. Sempre in tale contesto, e sempre in tema di rischi, è collocabile la questione inerente la liberalizzazione degli investimenti esteri. Oggi diversi Paesi del sud prevedono che una parte dei profitti derivati da investimenti

Inoltre l'aumentata competizione ha indotto i Paesi "più forti" ad integrare i propri mercati dando vita a delle aree di commercio di tipo regionale piuttosto che globale, ovvero regolate da accordi bilaterali, anziché, come si era auspicato con gli accordi di Bretton Woods, da accordi multilaterali.

Dalla lettura dei dati su riportati, e dall'analisi in combinato del panorama economico mondiale, emerge dunque in maniera evidente l'attuale squilibrio che caratterizza oggi il sistema del commercio internazionale, il quale tende sempre più ad assestarsi su equilibri "non perfettamente equi" e a causare, quindi, una forte sproporzione in termini di rapporti tra Nord e Sud del mondo. In particolare i fatti mostrano l'evidente incapacità dei produttori del Sud di integrarsi nel mercato mondiale e, in parallelo, il potere sempre più crescente delle multinazionali. L'analisi attuale delle esportazioni conferma pure tale tendenza, dato che per gran parte dei Paesi in via di sviluppo il peso delle esportazioni di prodotti di base raggiunge livelli del 70%; le stesse politiche commerciali poi, adottate dai Paesi industrializzati, hanno fatto in modo che, tanto nel settore manifatturiero quanto in quello agricolo, l'accesso dei prodotti dei Paesi in via di sviluppo ai mercati del Nord fosse subordinato all'osservanza di rigide misure protezionistiche, senza contare le dure conseguenze della crisi debitoria che ha riguardato tali Paesi cui si sommano per un verso le responsabilità del sistema bancario internazionale - il quale ha concesso con molta disinvoltura prestiti a Paesi già irrimediabilmente indebitati - e per altro verso gli errori delle politiche governative e dei responsabili delle politiche economiche.

esteri debba essere reinvestita all'interno del Paese stesso, o che parte della manodopera utilizzata sia locale, stabilendo inoltre forme di tutela dello sviluppo e delle sovranità locali. Con la liberalizzazione degli investimenti le multinazionali potrebbero finalmente agire in piena libertà, delocalizzando tutta la produzione nelle zone in cui la manodopera costa poco, non è sindacalizzata e dove sussistono solo pochi vincoli per la tutela dell'ambiente. Si pensi, in particolare, all'accordo di libero commercio siglato da USA, Canada e Messico, c.d. *Nafta*. A seguito di tale accordo il Messico, anello debole della catena, ha visto proliferare nella zona di confine con gli Stati Uniti le *maquiladoras*, vale a dire, fabbriche con bassissimi standard di tutela sindacale e ambientale. La questione della liberalizzazione, concerne, d'altro canto non solo l'ambito degli investimenti ma anche quello di molti altri servizi, tra cui i servizi finanziari. Anche in tale settore le conseguenze in termini di rischi non appaiono minori. Una delle prime ed immediate conseguenze della liberalizzazione dei servizi finanziari, infatti, è stata, ad esempio, il rapido assorbimento di banche e assicurazioni locali da parte di grandi colossi mondiali; ciò che ha determinato oltre all'immediato trasferimento di risorse finanziarie verso il Nord, un notevole indebolimento delle possibilità di controllo e di regolazione da parte dei Paesi poveri, divenuti in conseguenza più soggetti a speculazioni e a crisi finanziarie. In ultimo, per quanto attiene all'accordo che stabilisce le norme di tutela dei prodotti coperti da brevetto nel commercio internazionale, c.d. *Trips*, tale accordo avendo conseguenze dirette riguardo la tutela dei saperi e delle conoscenze delle popolazioni locali e sulla cosiddetta biopirateria, "...ha determinato la corsa da parte di poche imprese multinazionali a registrare forme e processi naturali, a scapito dei loro detentori di fatto da millenni, quali le comunità locali nei Paesi in via di sviluppo". Il *Trips* concede, come è noto, il monopolio al detentore del brevetto per vent'anni. Orbene, le conseguenze di tale accordo risultano maggiormente ingiuste se si considera anche tale requisito temporale. Si pensi, ad esempio al settore della sanità ed al fatto che spesso le industrie farmaceutiche, facendo forza sul *Trips* si oppongono a che farmaci salvavita vengano riprodotti nella versione generica in zone del mondo dove la gente non può permettersi di pagare l'originale.

Alla luce di ciò, non sorprende che il tema dello sviluppo economico, non solo quale ambito proprio della politica economica ma piuttosto quale questione di interesse generale, sia ritornato proprio di recente al centro di un dibattito molto acceso sulla scena internazionale. In particolare, la diffusa consapevolezza che anche a livello internazionale non può essere solo il mercato a regolare l'assetto sociale, ma allo stesso tempo neanche gli Stati nazionali, sempre più schiacciati dalle forze economiche multinazionali ed esautorati oramai dalle funzioni di controllo dei flussi di ricchezza, ha evidenziato come il problema dell'applicazione delle politiche di sviluppo "inciampi" in realtà in una questione più generale, quella per cui uno sviluppo per essere reale deve essere considerato in un'ottica più ampia e che quindi alla base occorra prima di tutto ristabilire un ordine globale delle relazioni economiche.

Tale situazione spinge dunque a riflettere sull'insuccesso del modello di regolamentazione giuridica attuale rispetto al panorama economico globale e sul mancato adattamento del contenuto e delle finalità delle regole del diritto del commercio internazionale alle relazioni di scambio commerciali e sembra quasi evidenziare, come non si è mancato di osservare⁵, l'esistenza di una vera e propria "crisi di legittimità" per ciò che attiene alle suddette regole. Se è vero infatti che la compatibilità delle norme giuridiche con le aspirazioni dei gruppi sociali interessati è condizione della loro stessa efficacia, è evidente come, in tale contesto, le regole del diritto del commercio internazionale soffrano anch'esse una crisi di efficacia, laddove un numero crescente di piccoli produttori non accetta di sottomettersi, ma anzi si ribella, alle norme giuridiche imposte dagli attori più potenti.

Di fronte a tale stato di cose, occorre allora promuovere una concezione del mercato e più in generale dell'economia intesa in una dimensione civile, sulla base del presupposto che ogni soggetto ha la responsabilità di generare la società in cui vive. All'interno di una tale prospettiva è di fondamentale importanza riconoscere il mercato quale assetto istituzionale con una valenza sociale, dipendente dalle norme esterne ed interne che i soggetti gli attribuiscono, ovvero fondato sull'interazione tra i soggetti che vi operano. Le stesse istituzioni economiche, con le loro regole, non sono imm modificabili nel tempo, ma la loro funzione e validità dipende piuttosto dalla loro stessa capacità di esercitare influenza sui diversi soggetti, da quanto esse siano in grado di incidere sui loro comportamenti. Questi ultimi sono indirizzati da tali regole ma anche da altri fattori motivazionali o culturali che a loro volta possono modificare le norme stesse e gli assetti economici.

Proprio queste diverse motivazioni o radici culturali possono giocare un ruolo importante nell'analisi economica dei fatti per dare una giusta valutazione dei fenomeni che nascono nella

⁵ Cfr. W. Abdelgawad, *Le commerce équitable et la société civile internationale: Une chance pour la mondialisation d'un droit de l'économie solidaire*, in *Revue Internationale de Droit Économique*, 2003, pp. 201.

società ed individuare le diverse strade percorribili per lo sviluppo. Per cui affinché una tale idea di sviluppo possa concretizzarsi non si può prescindere da quelle relazioni umane che lo sostengono e realizzano, relazioni che attraverso la cooperazione di soggetti sono in grado di agire nel mercato per la massima realizzazione dell'uomo. Il processo di sviluppo deve, perciò, essere innanzitutto guidato da organismi internazionali capaci di delineare un assetto con regole che producano risultati più equilibrati tra le parti. Di qui che se l'integrazione economica avviene seguendo determinate regole tendenti al raggiungimento di un equilibrio sociale, sarà più facile ipotizzare una maggiore diffusione delle ragioni dell'efficienza per tutti.

L'esito finale di un processo economico attraverso il quale produrre sviluppo non dipende, infatti, solo dalla disponibilità e qualità di mezzi dei soggetti, ma anche dalla possibilità che questi hanno di partecipare più o meno attivamente alle regole del gioco.

La realtà economica, dunque, e lo stesso mercato, iniziano ad avvertire, oggi più che mai, l'esigenza di scelte e motivazioni non legate al profitto o che addirittura spingono contro la pura massimizzazione del profitto per dare spazio, al contrario, ad un'etica degli affari che tenda a riconoscere la necessità di una maggiore responsabilità sociale. La stessa ricchezza, infatti, pur essendo alla base dello sviluppo, non porta alla felicità, poiché questa può fiorire solo nella vita civile, ovvero solo laddove le persone vivono secondo virtù⁶. Così anche il commercio per portare benessere sociale deve essere inserito in un contesto di vita civile, che presupponga dunque oltre ad un'equa distribuzione della ricchezza anche ovviamente un equo sviluppo dei popoli.

Ebbene, alla luce di tali rilievi, appare logico oltre che doveroso interrogarsi sulle prospettive ma soprattutto sulle ragioni di un circuito economico quale quello del commercio equo e solidale (d'ora in avanti Cees), inteso come strumento di civilizzazione e di benessere sociale, ma soprattutto inteso come realtà che testimonia la volontà politica ed economica di tanti soggetti di promuovere uno sviluppo che sia complessivo, inclusivo, o in un'accezione più frequente, uno sviluppo che sia "sostenibile"⁷; e ciò al fine di incentivare la diffusione di valori alternativi a quelli incentrati su parametri meramente economici e di ritrovare le ragioni profonde della responsabilità individuale e collettiva, la quale passa attraverso la costruzione di una democrazia economica incentrata sulla persona nell'intento di realizzare quella redistribuzione equa e giusta, ovvero solidale, dei vantaggi e delle perdite all'interno del complesso sistema di mercato.

⁶ Cfr. L. Bruni, *Una radicale critica all'homo oeconomicus, l'uomo senza qualità*, in *Nuova umanità XXVII (2005/2)*158, pp. 367-374.

⁷ Dalla definizione del rapporto della Commissione Brundtland del 1987: "uno sviluppo che soddisfa le necessità del presente senza sacrificare le necessità del futuro".

1.2 Il commercio equo e solidale: ragioni storiche e sua evoluzione

Il commercio equo, al di là dell'essere stato ripetutamente indicato dalle istituzioni europee come lo strumento essenziale per favorire lo sviluppo sostenibile e la riduzione della povertà, si configura oggi come una vera e propria "leva d'azione", in grado di modificare gli equilibri politici ed economici mondiali e di dar vita ad un commercio più giusto, basato sul dialogo, sulla trasparenza e sul rispetto, e finalizzato ad ottenere una maggiore equità nel commercio internazionale.

Recenti ricerche condotte in Europa mostrano come le vendite nel settore siano aumentate in media del 20% all'anno a partire dal 2000, fino a raggiungere nel 2005 circa 660 milioni di euro in termini di vendite complessive. I prodotti tipici del Cees detengono, in effetti, allo stato attuale, quote di mercato considerevoli in alcuni paesi, ad esempio il 20% del caffè macinato venduto nel Regno Unito e circa il 2% di tutte le vendite di caffè in Austria, Danimarca, Irlanda, Belgio e Germania recano l'etichetta del commercio equo; così come le banane del Cees detengono quote di mercato che raggiungono il 5,5% in Austria, Belgio, Finlandia e Regno Unito⁸.

Significativo è pure al contempo l'atteggiamento dei consumatori europei, i quali mostrano un crescente interesse nei confronti dell'acquisto di prodotti che siano stati appunto realizzati e commercializzati a condizioni eque. A ciò si aggiunga l'enorme proliferare, specie negli ultimi anni, di iniziative fortemente orientate in tale settore cui ha finito per corrispondere la creazione di strutture operanti anche al di là dei confini nazionali; ciò che ha contribuito senza dubbio a promuovere un'immagine omogenea oltre che coerente del fenomeno su scala internazionale.

Orbene, alla luce di quanto appena detto, appare utile, oltre che doveroso, spendere qualche considerazione introduttiva in relazione alle ragioni storiche di tale fenomeno posto che la comprensione dei profili attuali nonché delle prospettive di tale movimento non può in alcun modo prescindere da tali premesse.

Storicamente il commercio equo ha le sue radici in Europa, sul finire degli anni cinquanta, configurandosi, inizialmente, quale attività di vendita di oggetti di artigianato prodotti da profughi cinesi. Successivamente e precisamente nel 1967, nei Paesi Bassi, è possibile datare e collocare la nascita della prima organizzazione importatrice legata al commercio di tali tipi di prodotti, cui fa seguito, nel 1969, l'apertura del primo "negozi del terzo mondo".

⁸ Tuttavia, in alcuni Stati membri dell'Unione, quali la Grecia, l'Ungheria, i Paesi baltici e la Slovenia, il commercio equo resta ancora scarsamente conosciuto.

Ebbene, gli scopi ed i caratteri del movimento equo e solidale iniziano a delinearsi più propriamente nel corso degli anni Sessanta e Settanta, grazie all'impegno profuso in tale settore da numerose organizzazioni non governative, volte a promuovere tale fenomeno quale strumento di assistenza e sostegno a favore dei produttori svantaggiati e più di tutto orientate a sostenere forme di cooperazione fondate sul partenariato, sul dialogo, sulla trasparenza e sul rispetto al fine di garantire una maggiore equità nel commercio internazionale.

Numerosi in quegli anni anche i forum politici internazionali, come la seconda conferenza dell'UNCTAD (conferenza delle Nazioni Unite per il commercio e lo sviluppo) a Delhi nel 1968, altrettanto orientati a privilegiare la creazione di relazioni commerciali eque invece che la restituzione di parte della ricchezza acquisita nel Nord sotto forma di aiuti allo sviluppo.

Orbene, al di là dei percorsi storico-evolutivi intrapresi nell'ottica di una diffusione sempre più ampia del fenomeno e della evidente condivisione di intenti sottesa a tali scopi, ciò che maggiormente vale la pena rilevare, in questa sede, è la finalità propria di tale movimento e nella specie la volontà di contrastare e combattere i "tradizionali meccanismi" posti alla base dei mercati internazionali⁹; ciò che, d'altro canto, appare particolarmente visibile attraverso

⁹ Per un più ampio approfondimento sul punto si veda Barbetta G. P., *Il commercio equo e solidale. Analisi e valutazione di un nuovo modello di sviluppo*, Working paper n. 3, *Il commercio equo e solidale in Italia*, Università Cattolica del Sacro Cuore, Centro di ricerche sulla cooperazione, Milano, giugno 2006, p. 42 e ss. Ove si legge "...Le attività svolte dalle organizzazioni del Cees ci inducono – un po' provocatoriamente, data la rappresentazione "anti-sistema" che buona parte del Cees ha di sé stesso – a identificare queste istituzioni come soggetti che operano per migliorare il funzionamento dei meccanismi di mercato a livello locale e globale, correggendone le "imperfezioni" o i "fallimenti". Questa funzione è immediatamente evidente quando le organizzazioni di cees offrono ai produttori uno sbocco di mercato alternativo rispetto agli acquirenti locali (spesso monopsonisti) che possono esercitare un potere di mercato rilevante sui produttori stessi. In questo caso, l'azione diretta dell'intermediario, rappresentato dalla organizzazione di Cees, consente di ridurre grandemente le barriere all'entrata nei mercati occidentali, che sarebbero altrimenti invalicabili per il singolo produttore. L'intermediario – che opera spesso con una pluralità di produttori locali – può infatti ridurre i costi di scoperta dei mercati, di ideazione dei prodotti, di trasporto, di istituzione delle reti di vendita (e così via), costi che i singoli produttori non sarebbero in grado di affrontare da soli. In tal senso, le organizzazioni di Cees aumentano l'efficienza degli scambi riducendo il potere di mercato degli acquirenti locali e facilitando l'entrata dei produttori nei mercati; per queste ragioni, le organizzazioni del Cees favoriscono l'avvicinamento dei mercati reali alle caratteristiche dei "mercati di concorrenza perfetta" descritti dalla teoria economica. Una tale azione di correzione dei fallimenti dei mercati può essere svolta direttamente dalle organizzazioni di Cees, oppure può essere da esse indirettamente favorita incrementando le capacità di auto-organizzazione dei produttori. In tal senso, anche le azioni più "politiche" del Cees – come ad esempio quelle volte a creare "organizzazioni democratiche" di produttori (cooperative o consorzi per il conferimento dei prodotti agricoli e per l'esportazione degli stessi) – possono essere interpretate come finalizzate a migliorare il funzionamento dei meccanismi di svolgimento delle transazioni. Un simile risultato si realizza grazie alla riduzione del potere di mercato che – in mercati di dimensioni ridotte e geograficamente poco accessibili – gli acquirenti possono esercitare sui venditori di beni. La riduzione del potere di mercato dell'acquirente avviene grazie alla creazione ex-novo di imprese (cooperative e consorzi di trasformazione delle materie prime) di proprietà degli stessi produttori. L'assegnazione ai produttori di materie prime della proprietà delle imprese trasformatrici delle stesse (come nel caso dei consorzi di acquisto ed esportazione di caffè, cacao, banane ed altre commodities alimentari, sorti grazie alla azione di alcune organizzazioni di Cees) è infatti – storicamente – un meccanismo diffuso per ridurre il potere di mercato dell'acquirente rispetto al venditore. Anche in contesti di mercato evoluti, come quelli dei paesi occidentali, si verifica spesso che le organizzazioni che acquisiscono e trasformano materie prime alimentari (specie in mercati geograficamente limitati) – come ad esempio i trasformatori di prodotti del latte – siano state, in

attraverso l'analisi del ruolo delle ATOs, meglio conosciute come “*Alternative Trade Organizations*”. Il sistema di acquisto c.d. “diretto” posto in essere attraverso queste centrali di importazione, quali ad esempio Oxfam o Solidar Monde, consente, in effetti, non solo di escludere speculazioni a danno dei Paesi poveri - posto che l'acquisto si realizza direttamente dai produttori dei Paesi in via di sviluppo - quanto di garantire un “prezzo equo”, un prezzo cioè prima di tutto capace di coprire i costi effettivi di produzione, al contempo non inferiore a quello fissato nel mercato internazionale e che soprattutto possa rappresentare un valore monetario aggiunto con finalità di sviluppo per le popolazioni interessate. Lo scopo del commercio equo, infatti, al di là dell'evidente esigenza di riequilibrare i rapporti commerciali con i Paesi economicamente meno sviluppati e di migliorare l'accesso al mercato dei produttori svantaggiati per realizzare una più equa distribuzione dei guadagni, merita di essere letto soprattutto con riferimento alla sottesa esigenza di giustizia sociale.

Il miglioramento delle condizioni economiche per i Paesi in via di sviluppo significa al contempo miglioramento delle condizioni di vita, di istruzione, educazione, nonché rispetto per le persone e per l'ambiente.

Tale movimento, sorto dunque per far fronte all'incapacità dei Paesi in via di sviluppo di accedere ai mercati nazionali ed internazionali persegue in realtà un'idea di cooperazione internazionale che presuppone a monte una vera e propria cultura dello sviluppo sociale prima ancora che economico.

Lasciata, quindi, alle spalle qualsiasi forma di politica assistenziale, sulla base del presupposto che l'assistenzialismo genera dipendenza, l'obiettivo del commercio equo si sostanzia oggi innanzitutto nell'esigenza di favorire l'inserimento all'interno dei mercati

qualche momento della loro storia, possedute (in forma consortile) dai produttori stessi; l'assegnazione della proprietà della impresa trasformatrice a questa categoria di stakeholders (anziché ai portatori di capitale) consente infatti di minimizzare il costo dello svolgimento degli scambi poiché riduce i costi di transazione dei venditori, la categoria che maggiormente potrebbe soffrire del potere di monopsonio esercitato dall'acquirente (spesso unico) dei loro prodotti. L'azione del Cees – in questo caso – è volta ad aumentare l'efficienza dei mercati riducendo il costo delle transazioni. Una analoga funzione di correzione del cattivo funzionamento dei mercati viene svolta dalle organizzazioni di Cees anche attraverso il classico meccanismo della anticapazione al produttore di una parte del costo della fornitura. In queste circostanze, le organizzazioni di Cees correggono possibili “incompletezze” dei mercati locali del credito. In questi ultimi infatti, gli intermediari creditizi sono tradizionalmente poco interessati ad attività di dimensioni ridotte e spesso poco redditizie, come quelle svolte dai produttori che operano con il Cees; in più, vista l'impossibilità dei produttori di fornire garanzie reali, gli intermediari potrebbero renderli oggetto di pratiche di razionamento del credito a causa di una “tecnologia di affidamento” che non è in grado di valutare i “meriti” delle singole iniziative economiche intraprese. Analogamente, l'azione delle organizzazioni di Cees potrebbe correggere il cattivo funzionamento del mercato indotto da una mancanza di competizione tra fornitori di credito; la mancanza di competizione, accrescendo il potere di mercato degli intermediari, potrebbe infatti portare ad un rilevante aumento del prezzo del credito. Sempre più frequentemente, attività di micro-credito simili a quelle volte dai trader del Cees vengono messe in atto proprio da operatori creditizi specializzati (anche a fine di lucro) che sono riusciti a sviluppare affidabili tecnologie di selezione dei potenziali debitori e di controllo del loro operato, superando la tradizionale asimmetria informativa che caratterizza l'esercizio del credito...”

internazionali dei produttori del Sud del mondo, cercando al tempo stesso di tradurre l'acquisizione di un più ampio potere economico da parte di questi in un più ampio beneficio per le comunità locali; posto che il beneficio di cui qui si discorre, e cui si accennava appunto in precedenza, lungi dall'essere inteso in termini strettamente economici, presenta al contempo profili di alta valenza sociale, culturale e, in una prospettiva più ampia, di riconoscimento della dignità della persona umana.

La necessità di assicurare adeguati compensi ai produttori, infatti, non può e non deve essere slegata, ad esempio, dall'esigenza di garantire l'osservanza dei diritti fondamentali dei lavoratori così come pure delle loro famiglie e più in generale non può concretizzarsi senza tener conto delle tradizioni locali, vale a dire del contesto socio-culturale in cui tali attività trovano la loro estrinsecazione. Se è vero, infatti, che i vantaggi finanziari ed economici del Cees si possono misurare con relativa facilità soprattutto in termini di benefici aggiuntivi per i produttori del Sud del mondo, è anche vero che l'impatto positivo che tale tipo di fenomeno reca con sé è ancora più rilevante in ambiti non economici, quali la responsabilizzazione dei produttori attraverso la costruzione delle proprie capacità, nonché l'assistenza tecnica, la sicurezza del reddito, il commercio diretto e la concessione di crediti. Molti studi hanno evidenziato, inoltre, un miglioramento del livello di istruzione per le popolazioni interessate, oltre alla salvaguardia delle culture indigene e ad altri benefici sociali.

A ciò si aggiunga pure una vasta gamma di effetti trainanti e indiretti anche per i produttori che non operano nel settore del commercio equo, giacché la presenza degli intermediari del Cees è in grado di apportare cambiamenti nelle pratiche di pesatura e nelle informazioni sui prezzi, che finiscono con l'andare a vantaggio di tutti i produttori della zona.

Ciò che appare, dunque, troppo spesso solo come manifestazione di una vocazione caritatevole nei confronti delle popolazioni del sud del mondo, dimostra invece, ben altro spessore e prospettiva, e consente altresì di sviluppare più acute riflessioni di ordine etico, giuridico ed economico.

CAPITOLO SECONDO

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE TRA AUTOREGOLAMENTAZIONE ED ETERONOMIA

2.1 Il commercio equo e solidale, differenti approcci sulla via dell'autoregolamentazione: dalle Carte dei Criteri ai sistemi di certificazione

Le premesse storiche appena poste, mostrano in maniera evidente come la nascita del Cees possa dirsi una nascita avvenuta essenzialmente “dal basso”, quale frutto dell’impegno di numerose organizzazioni e soggetti all’interno di tale settore. Un fenomeno “privato”, dunque, che nel corso di pochi decenni ha conosciuto un’evoluzione inarrestabile raggiungendo, soprattutto a livello europeo, proporzioni assai significative sia in termini di gamma di prodotti coperta, sia pure in termini di numero di soggetti coinvolti e di quote di mercato conquistate.

Il moltiplicarsi dei soggetti coinvolti, la loro eterogeneità nonché l’aggregazione dei medesimi in forme organizzative via via più complesse, ha fatto gradualmente emergere la necessità di fornire un’adeguata cornice regolamentare al fenomeno in esame, anche in ragione di differenti istanze di protezione giuridica.

Orbene, tale esigenza di regolamentazione giuridica, merita innanzitutto di essere analizzata a partire da una serie di considerazioni di ordine generale data la molteplicità nonché varietà degli interventi posti in essere in materia. Il quadro degli intenti, risulta, infatti allo stato particolarmente complesso constando di contributi normativi che vanno da iniziative di autonome associazioni ad elaborazioni di leggi e progetti di leggi a livello regionale e nazionale; a ciò si aggiunga l’enorme proliferazione di risoluzioni e comunicazioni emanate a livello sovranazionale.

Al fine, dunque, di poter riflettere attentamente sulle differenti strategie normative, e premesso che il quadro legislativo in materia risulta allo stato in continua evoluzione, sarà certamente utile ripercorrere con attenzione i diversi profili di regolamentazione posti in essere fino a questo momento, valutandone le potenzialità e i limiti.

In modo particolare, nel tentativo di ricostruire le ragioni che hanno determinato l’esigenza di regolamentare la materia, occorre in primo luogo rilevare i numerosi tentativi di autoregolamentazione attuati in tal senso, con riferimento da un lato alle cc. dd.. Carte dei Criteri ed in particolare alla Carta Italiana, elaborate allo scopo di identificare i requisiti ed i

soggetti destinati ad operare in tale contesto, e dall'altro lato ai sistemi di certificazione privati e specializzati posti in essere allo scopo di etichettare i prodotti del Cees e garantire così la conformità a determinati standard, nonché il rispetto dei principi propri del settore in esame.

La scelta di procedere sulla via dell'autodisciplina - che si spiega alla luce della profonda diffidenza nutrita dagli operatori del settore nei confronti di entità esterne al movimento e che ha portato all'elaborazione di una serie di norme a carattere volontario - consta, in effetti, di notevoli intenti, i quali, al di là delle peculiarità che li contraddistinguono, meritano di essere approfonditi in virtù del loro intrinseco valore, configurandosi quali primi passi nel percorso di normazione del fenomeno.

2.2 La formulazione della Carta Europea dei Criteri del commercio equo e solidale: un importante punto di partenza

I percorsi intrapresi sulla via dell'autoregolamentazione procedono, come s'accennava, attraverso due diverse strade dall'analisi delle quali è dato cogliere due differenti approcci concettuali; in particolare il primo di questi approcci ha condotto all'elaborazione di una serie di documenti, appunto le Carte dei Criteri, concernenti i requisiti necessari ad identificare i soggetti atti ad operare nel settore, prevedendo altresì la loro iscrizione in appositi registri.

La scelta, attuata in tal senso, di pervenire alla formulazione dei su citati documenti, risponde, in realtà, all'esigenza di garantire il consumatore circa l'uniformità degli obiettivi nonché dei requisiti di identificazione dei prodotti e degli operatori del settore e si evince in maniera chiara dalla lettura delle considerazioni introduttive che precedono la stesura della Carta Europea dei Criteri del commercio equo e solidale¹⁰, laddove si legge “...*The 2.500 World Shops in Europe, affiliated in the Network of European World Shops NEWS! sell products which have been traded fairly with respect for people. Fair Trade mainly supports groups of producers who are economically and politically disadvantaged. Besides selling products, World Shops also organise activities and campaigns to inform their customers and the public about world trade. The European World Shops work together to improve the market share of producers, mainly but not exclusively from the South, in world-wide trade. They organise joint campaigns aimed at the public, the media, politicians and companies with the long-term objective of bridging the gap between the South and the North, developing and developed countries and sectors within countries. The annually organised European World Shop Day in May is an example of these activities. It is intended that European-wide commitment to these criteria will provide consumers with assurance that the products in the World Shops have been fairly traded (and so, increase the World Shops' share of the market for fairly traded products, thereby providing more support to producers)*”. Tale impegno, dunque, inteso quale obbligo di rispettare dei criteri comuni, garantirebbe il consumatore in ordine alla correttezza delle procedure di commercio di tali prodotti (oltre ad incrementare la quota di mercato dei negozi che commerciano tali prodotti ed a fornire maggior supporto agli stessi produttori).

¹⁰ Stilata nel 1998, con il contributo di tutti i network mondiali (FLO, IFAT, News!, EFTA)riuniti in un coordinamento informale chiamato FINE, quale “Carta Europea delle Botteghe del Mondo” e divenuta nel 1999 “Carta Europea dei Criteri del commercio equo con l'intento di far acquisire al movimento maggiore riconoscibilità nei confronti delle istituzioni politiche europee.

Proseguendo nella lettura della Carta Europea dei Criteri è possibile constatare con maggior contezza la necessità di pervenire all'identificazione di criteri comuni, disponendosi che *“Each of the 15 national associations of World Shops in Europe has its own criteria for defining Fair Trade. These criteria are not harmonised across Europe. NEWS! has studied all the criteria that have been developed in Europe and, based on that study, has drawn up the following list of criteria which is offered to the national associations of World Shops as minimal standards by which shops, importers, suppliers and producers may be evaluated as Fair Traders. The NEWS! conference will recommend that these criteria be adopted by the National Associations of World Shops. The World Shops will continue to be free of course to adopt stricter criteria for their own organisations if they so wish”*. L'esigenza di stabilire una sorta di ordine all'interno del settore rende senz'altro meritevole di nota il predetto intervento, al quale va il merito di aver introdotto una serie di principi nonché di valori tutt'ora costituenti punti cardine nel settore del commercio equo; si pensi, ad esempio, alla definizione di Fair Trade di cui si discorre al punto 3 della predetta Carta¹¹ o ai criteri in essa contenuti al punto 4¹², laddove si individua, fra tutte, la necessità di anteporre l'uomo ed il suo benessere davanti al profitto *“...putting people before profit..”*, e dunque di garantire ai lavoratori una retribuzione equa, di assicurare agli stessi delle condizioni di lavoro consone e rispettose della persona umana, di coinvolgere i piccoli produttori nei processi decisionali che li riguardano, di promuovere i diritti umani, ed in particolare i diritti delle donne e dei bambini.

¹¹ *“Fair Trade is a partnership between producers, traders and consumers who are working to remove the disadvantages suffered by producers, to increase producers' access to markets and promote the sustainable development process. Fair Trade works to create means and opportunities for producers, especially disadvantaged, small-scale producers, to improve their living and working conditions. Its mission is to promote social equity, environmental protection and economic security through trade, awareness-raising and campaigning”*.

¹² Laddove si individuano i cc.dd. *“Key Principles”* e nella fattispecie :1. *Respect and concern, for people and the environment, putting people before profit.* 2. *Provision of good working conditions and payment of a fair price to producers and other trading partners. A fair price takes into account the costs for a reasonable income, environmental protection and economic security.* 3. *Openness and transparency about the structures of their organisations and all aspects of their activities; mutual feedback among partners in the fair trade chain, on their products and marketing methods.* 4. *Involvement of producers, volunteers and employees in decision making affecting them.* 5. *Protection and promotion of human rights in particular of women's, children's and indigenous people.* 6. *Awareness of the situation of women and men as producers and traders, and promotion of equal opportunities for women.* 7. *Concern for the environment and sustainable development as part of all activities.* 8. *Promotion of sustainable development by striving towards long-term and stable trade.* 9. *Provision of information, education and campaigning.* 10. *Favouring products for which as many steps as possible of the production process have been completed in the country of origin.*

2.2 a) La Carta Italiana dei Criteri: principi, obiettivi e caratteri del movimento

Sulla scorta di quanto stabilito nella citata “Carta Europea dei Criteri del commercio equo e solidale” ed al fine di definire i principi ed i valori condivisi da tutte le organizzazioni di commercio equo e solidale esistenti sul territorio nazionale, si è ritenuto opportuno pervenire, anche in Italia, all’elaborazione di un documento dai contenuti uniformi e, per così dire, partecipati.

Il documento di cui qui si discorre è precisamente la “Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale”, approvata nel 1999 e aggiornata nel 2005¹³.

Già da una prima lettura è possibile notare come anche in questo caso si discorra di commercio equo e solidale in termini di *“.....approccio alternativo al commercio convenzionale; esso 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’informazione e l’azione politica. Il commercio equo e solidale è una relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione: dai produttori ai consumatori”*.

Oltre alla definizione di commercio equo e solidale, sempre all’interno della Carta, è dato rilevare gli obiettivi del movimento, i quali vengono precisamente indicati; in particolare, al capitolo 2, si legge, sotto la voce “Obiettivi del commercio equo e solidale”:

“1. Migliorare le condizioni di vita dei produttori aumentandone l’accesso al mercato, rafforzando le organizzazioni di produttori, pagando un prezzo migliore ed assicurando continuità nelle relazioni commerciali.

2. Promuovere opportunità di sviluppo per produttori svantaggiati, specialmente gruppi di donne e popolazioni indigene e proteggere i bambini dallo sfruttamento nel processo produttivo.

3. Divulgare informazioni sui meccanismi economici di sfruttamento, tramite la vendita di prodotti, favorendo e stimolando nei consumatori la crescita di un atteggiamento alternativo al modello economico dominante e la ricerca di nuovi modelli di sviluppo.

4. Organizzare rapporti commerciali e di lavoro senza fini di lucro e nel rispetto della dignità umana, aumentando la consapevolezza dei consumatori sugli effetti negativi che il commercio internazionale ha sui produttori, in maniera tale che possano esercitare il proprio potere di acquisto in maniera positiva.

¹³ Sul punto si precisa che la nuova stesura della Carta, approvata nell’Assemblea dei Soci AGICES di Chioggia (aprile 2005), si colloca in stretta continuità con la precedente, riconoscendone il valore e preservandone i principi, dunque introducendo modifiche che non ne mutano lo spirito e i valori fondanti.

5. *Proteggere i diritti umani promuovendo giustizia sociale, sostenibilità ambientale, sicurezza economica.*

6. *Favorire la creazione di opportunità di lavoro a condizioni giuste tanto nei Paesi economicamente svantaggiati come in quelli economicamente sviluppati.*

7. *Favorire l'incontro fra consumatori critici e produttori dei Paesi economicamente meno sviluppati.*

8. *Sostenere l'autosviluppo economico e sociale.*

9. *Stimolare le istituzioni nazionali ed internazionali a compiere scelte economiche e commerciali a difesa dei piccoli produttori, della stabilità economica e della tutela ambientale, effettuando campagne di informazione e pressione affinché cambino le regole e la pratica del commercio internazionale convenzionale.*

10. *Promuovere un uso equo e sostenibile delle risorse ambientali”.*

La necessità di pervenire ad una sorta di uniformità sotto il profilo dei criteri appare maggiormente evidente dalla lettura del successivo capitolo della Carta¹⁴, il quale sancisce un vero e proprio impegno, da parte delle organizzazioni del settore, a condividere ed attuare i suddetti obiettivi, e dunque nello specifico, a garantire i diritti dei lavoratori, a non sfruttare il

¹⁴ In particolare al Capitolo 3 della Carta si prevede, in maniera espressa, l'impegno delle organizzazioni del Cees, disponendosi che *“Le organizzazioni di commercio equo e solidale si impegnano a condividere ed attuare, nel proprio statuto o nella mission, nel materiale informativo prodotto e nelle azioni, la definizione e gli obiettivi del commercio equo e solidale. In particolare si impegnano a: 1. Garantire condizioni di lavoro che rispettino i diritti dei lavoratori sanciti dalle convenzioni OIL. 2. Non ricorrere al lavoro infantile e a non sfruttare il lavoro minorile, agendo nel rispetto della Convenzione Internazionale sui diritti dell'Infanzia. 3. Pagare un prezzo equo che garantisca a tutte le organizzazioni coinvolte nella catena di commercializzazione un giusto guadagno; il prezzo equo per il produttore è il prezzo concordato con il produttore stesso sulla base del costo delle materie prime, del costo del lavoro locale, della retribuzione dignitosa e regolare per ogni singolo produttore. 4. Garantire ai lavoratori una giusta retribuzione per il lavoro svolto assicurando pari opportunità lavorative e salariali senza distinzioni di sesso, età, condizione sociale, religione, convinzioni politiche. 5. Rispettare l'ambiente e promuovere uno sviluppo sostenibile in tutte le fasi di produzione e commercializzazione, privilegiando e promuovendo produzioni biologiche, l'uso di materiali riciclabili, e processi produttivi e distributivi a basso impatto ambientale. 6. Adottare strutture organizzative democratiche e trasparenti in tutti gli aspetti dell'attività ed in cui sia garantita una partecipazione collettiva al processo decisionale. 7. Coinvolgere produttori di base, volontari e lavoratori nelle decisioni che li riguardano. 8. Reinvestire gli utili nell'attività produttiva e/o a beneficio sociale dei lavoratori (p.e. fondi sociali). 9. Garantire un flusso di informazioni multidirezionale che consenta di conoscere le modalità di lavoro, le strategie politiche e commerciali ed il contesto socio-economico di ogni organizzazione. 10. Promuovere azioni informative, educative e politiche sul commercio equo e solidale, sui rapporti fra i Paesi svantaggiati da un punto di vista economico e i Paesi economicamente sviluppati e sulle tematiche collegate. 11. Garantire rapporti commerciali diretti e continuativi, evitando forme di intermediazione speculativa, escludendo costrizioni e/o imposizioni reciproche e consentendo una migliore conoscenza reciproca. 12. Privilegiare progetti che promuovono il miglioramento della condizione delle categorie più deboli. 13. Valorizzare e privilegiare i prodotti artigianali espressioni delle basi culturali, sociali e religiose locali perché portatori di informazioni e base per uno scambio culturale. 14. Cooperare, riconoscendosi reciprocamente, ad azioni comuni e a favorire momenti di scambio e di condivisione, privilegiando le finalità comuni rispetto agli interessi particolari. Per evitare azioni che indeboliscano il commercio equo e solidale si impegnano, inoltre, in caso di controversie, a fare un percorso di confronto e di dialogo, eventualmente con l'aiuto di un facilitatore. 15. Garantire relazioni commerciali libere e trasparenti, promuovendo processi di sviluppo e coordinandosi nello spirito dell'art. 3.14. 16. Garantire trasparenza nella gestione economica con particolare attenzione alle retribuzioni.*

lavoro minorile, a pagare un prezzo equo, a rispettare l'ambiente, ad assicurare la democrazia organizzativa, a promuovere azioni informative, educative e politiche in tema, garantendo rapporti commerciali diretti e continuativi con i produttori ed evitando forme di intermediazione speculativa, etc.

Posti, dunque, gli impegni cui sono tenute le organizzazioni firmatarie, si discorre, nei successivi capitoli dei soggetti del commercio equo e solidale e degli oneri gravanti in capo alle suddette organizzazioni nell'attività di acquisto e di importazione, nonché di vendita, prevedendosi, infine, un ultimo capitolo dedicato all'individuazione dei prodotti trasformati quali prodotti del Cees.

Per quanto concerne nello specifico la descrizione e l'individuazione dei soggetti del Cees, apparirà senz'altro utile in questa sede soffermarsi sui contenuti dei su citati capitoli della Carta, al fine di comprendere, al di là delle finalità proprie del documento, la struttura di questo tipo di commercio nonché le principali caratteristiche degli attori che operano all'interno del suo contesto.

2.2 b) I soggetti del commercio equo e solidale.

Nel tentativo di ricostruire i principali caratteri dei soggetti che compongono il variegato universo del commercio equo e solidale, non si può non descrivere, anche a rischio di un eccesso di semplificazione, il funzionamento della filiera del Cees, al fine di inquadrare, seppur a grandi linee, nel suo insieme, un fenomeno che nel corso del tempo ha conosciuto una profonda evoluzione, giungendo ad inglobare al suo interno soggetti assai diversi tra loro, sia in termini di strategie, sia in termini di attività svolte.

Com'è noto, al vertice della catena del Cees vi sono i produttori, di manufatti artigianali o di prodotti alimentari, vale a dire piccole organizzazioni localizzate in aree svantaggiate dei Paesi del Sud del mondo, i quali vendono le loro merci, a volte anche appoggiandosi ad esportatori locali, alle cc.dd. centrali di importazione localizzate nei Paesi avanzati. L'ultimo "anello", per così dire, di questa catena è rappresentato dalle Botteghe del Mondo, le quali provvedono alla vendita dei suddetti prodotti ai consumatori.

Orbene, il capitolo 4 della Carta, al suo punto 1, descrive i produttori quali *"...organizzazioni di produzione e commercializzazione di artigianato ed alimentari che condividono gli obiettivi del commercio equo e solidale e rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta..."* i quali devono *"...Perseguire logiche di autosviluppo e di*

autonomia delle popolazioni locali.....Evitare una dipendenza economica verso l'esportazione, a scapito della produzione per il mercato locale.....Evitare di esportare prodotti alimentari e materie prime scarseggianti o di manufatti con queste ottenuti.....Favorire l'uso di materie prime locali.....Garantire la qualità del prodotto...” disponendo che “Qualora i produttori non siano in grado di esportare direttamente possono servirsi di organizzazioni di esportazione”.

Data la difficoltà, per questi soggetti, di intrattenere rapporti commerciali con le aree più ricche del mondo, ben si comprende la finalità che giustifica l'adesione degli stessi alla filiera del Cees¹⁵. I vantaggi, infatti, scaturenti per i produttori aderenti alla filiera del Cees si sostanziano non solo nell'individuazione di nuovi sbocchi commerciali per i propri beni, quanto anche nel reperimento di una migliore assistenza tecnica nella produzione degli stessi beni, ciò che consente un ulteriore effetto a beneficio degli stessi, vale a dire, il conseguimento di prezzi più alti rispetto a quelli ottenibili sul mercato locale.

Al gradino successivo si collocano i *trader*, vale a dire l'anello operativo della catena costituito dai cc.dd. esportatori o importatori, ai quali spetta il compito di favorire od effettuare il trasferimento dei suddetti beni prodotti nei Paesi in via di sviluppo.

Con riguardo a tali soggetti, la Carta, al punto 2 del citato capitolo 4, dispone “....*Gli Esportatori sono organizzazioni che acquistano principalmente dai produttori come specificati all'art.4.1, e vendono prevalentemente a organizzazioni di commercio equo e solidale; essi condividono gli obiettivi del commercio equo e solidale e rispettano i criteri elencati nel Capitolo 3 di questa Carta. Gli esportatori devono: Assicurarsi che i principi del commercio equo e solidale siano conosciuti dai produttori e lavorare con questi per applicarli; Fornire*

¹⁵ Si noti, infatti, come nella maggior parte dei casi si tratti di contadini di piccoli lotti di terra che spesso coltivano insieme a livello familiare o come villaggio, e artigiani le cui abilità artistiche sono affinate da anni di lavoro tramandato. In generale vivono in comunità o villaggi e tutti, sia donne che uomini ed anche i bambini, partecipano all'attività lavorativa che è per loro l'unico mezzo di sostentamento. Questi gruppi di produttori, con cui le organizzazioni del CE entrano in contatto, sono diffusi in diverse regioni dei Paesi in via di sviluppo e quindi sono molto diversi tra di loro. Ciò che li accomuna è il fatto di essere “produttori svantaggiati”, ovvero di vivere in un contesto economico, sociale e geografico che non riconosce ma piuttosto sfrutta le loro ricchezze materiali e lavorative. Questi produttori possono incontrare delle difficoltà di tipo economico, ma anche geografico e razziale, derivanti dalla mancanza di un mercato locale, in quanto spesso i produttori vivono in villaggi isolati e caratterizzati da un forte spopolamento verso la città. Ciò li costringe a vendere i prodotti a degli acquirenti di “passaggio”, gli intermediari, che sfruttano la posizione svantaggiata dei produttori e quindi la loro debole posizione contrattuale. I produttori si vedono costretti a vendere i loro prodotti a prezzi stracciati e ad un unico acquirente, il quale li pone anche in una situazione di instabilità, perché da lui dipendono i ricavi di tutta la produzione. In altre situazioni i piccoli produttori si trovano a dover competere con aziende e produttori più grandi di loro, spesso stabilimenti di multinazionali, che in questo modo decidono il prezzo dei prodotti per il mercato locale, ma soprattutto per l'esportazione. In questo contesto economico che rende i produttori “svantaggiati ed emarginati” rispetto al mercato tradizionale, il Cees cerca di intervenire per ristabilire una certa equità ed autonomia. Spesso il rapporto che si instaura con i produttori avviene grazie all'intermediazione con alcune Ong che operano in quei Paesi o grazie all'intervento diretto dei missionari, con cui cerca di instaurare un rapporto di collaborazione e di fiducia reciproca.

supporto alle organizzazioni di produzione: formazione, consulenza, ricerche di mercato, sviluppo dei prodotti, feedback sui prodotti e sul mercato; Dare ai produttori, se da questi richiesto, il pre-finanziamento della merce o altre forme di credito equo o microcredito; Fornire informazioni sui prodotti e sui produttori e sui prezzi pagati ai produttori; Garantire rapporti di continuità con i produttori”.

Nel caso, dunque, in cui il produttore del bene non disponga delle competenze o delle risorse necessarie a realizzare l'attività di esportazione, come spesso avviene, tale ruolo viene svolto da alcune organizzazioni di esportatori specializzate, le quali trattano con gli importatori localizzati nei paesi occidentali di destinazione dei prodotti. Questi ultimi possono essere, in alcuni casi, centrali di importazione che lavorano solo con prodotti equo solidali - tipo le ATOs - in altri casi soggetti del commercio tradizionale disponibili a commercializzare anche prodotti equo solidali, in altri ancora aziende di trasformazione che vogliono utilizzare materie prime equo solidali¹⁶.

Gli importatori dei beni si impegnano a garantire ai produttori (o agli esportatori qualora intervengano nella filiera) contratti di lungo termine, in modo da metterli nelle condizioni di poter investire nello sviluppo di prodotti sostenibili e con caratteristiche adatte ai mercati occidentali. Si impegnano inoltre, se richiesto, ad anticipare una parte del costo della produzione, in modo da evitare che il produttore debba indebitarsi o, come spesso accade, abbia difficoltà a impiantare la produzione per ostacoli nell'accesso al credito. Garantiscono anche ai produttori almeno il prezzo minimo concordato e stabilito dalle organizzazioni di certificazione, necessario a coprire i costi di produzione e ad assicurare ai lavoratori un salario dignitoso. Infine, assicurano anche il pagamento di un premio da investire nello sviluppo sociale della comunità di appartenenza del produttore e/o nel miglioramento delle condizioni di lavoro proprie dell'unità produttiva.

In Italia, le funzioni di importazione, nonché di acquisto e vendita dei suddetti prodotti, vengono svolte dalle Organizzazioni italiane di commercio equo e solidale, secondo quanto si ricava dalla lettura dell'intero capitolo 5¹⁷.

Infatti, dopo averne indicato il ruolo e le funzioni disponendosi che *“Le Organizzazioni italiane di commercio equo e solidale commercializzano prevalentemente prodotti del commercio equo e solidale di organizzazioni di produzione e/o di esportazione e/o di altre*

¹⁶ Per un più ampio approfondimento sul punto si veda Barbeta G. P., *Il commercio equo e solidale. Analisi e valutazione di un nuovo modello di sviluppo*, op. cit., p. 4 e ss.

¹⁷ Nello specifico si tratta di organizzazioni no profit costituite in associazioni, cooperative o consorzi, quali appunto il consorzio Ctm Altromercato, la cooperativa Commercio Alternativo, la cooperativa ROBA dell'altro mondo, la cooperativa sociale Libero Mondo, così come le cooperative Equoland, Equomercato, Ravinala e l'associazione RAM.

organizzazioni di commercio equo e solidale...” e che le stesse devono “ Promuovere iniziative di economia solidale al meglio delle proprie possibilità; Sostenere le campagne di sensibilizzazione e pressione, condotte a livello nazionale ed internazionale, volte a realizzare gli obiettivi del commercio equo e solidale; Essere senza fini di lucro; Inserire, appena possibile, personale stipendiato all’interno della struttura, garantendo un’adeguata formazione; Valorizzare e formare i volontari e garantire loro la partecipazione ai processi decisionali; Rendere disponibile alle organizzazioni di commercio equo e solidale, impegnandosi alla trasparenza, l’accesso alle informazioni riguardanti le proprie attività (commerciali e culturali); Avviare e mantenere contatti diretti con esperienze marginali di autosviluppo, sia in loco che nei Paesi economicamente svantaggiati al fine di stabilire una sorta di gemellaggio equosolidale, con ogni mezzo idoneo a permettere la conoscenza di luoghi, persone, modalità di vita e di produzione che possano associarsi ai concetti con cui si definisce il commercio equo e solidale”, nei successivi punti del capitolo 5 della Carta, si discorre delle competenze spettanti alle suddette organizzazioni a seconda che svolgano attività di acquisto ed importazione, o attività di vendita o di vendita all’ingrosso.

Nello specifico si prevede che nel primo caso le organizzazioni sono tenute ad “ Offrire ai produttori, se da essi richiesto, il pre-finanziamento della merce, e favorire altre forme di credito equo o microcredito, qualora non esistano in loco possibilità di accesso a crediti; Promuovere, anche attraverso la collaborazione reciproca, rapporti di continuità, per mantenere un clima di autentico scambio, per favorire una maggiore stabilità per gli sbocchi di mercato dei produttori, e per permettere un effettivo miglioramento delle condizioni di vita sul breve/medio/lungo periodo; Fornire supporto alle organizzazioni di produzione ed esportazione: formazione, consulenze, ricerche di mercato, sviluppo di prodotti, feedback sui prodotti e sul mercato; Assicurarsi che i principi del commercio equo e solidale siano conosciuti e condivisi dai produttori e lavorare con questi per applicarli; Favorire, laddove sussistano le condizioni, la lavorazione dei prodotti presso le organizzazioni di produttori e/o privilegiare l’acquisto o l’importazione di prodotti la cui lavorazione avviene anche parzialmente nei paesi di origine dei produttori; Dare possibilità alle altre organizzazioni di commercio equo e solidale di fare viaggi di conoscenza presso i produttori (e viceversa), rispettando i criteri del Turismo responsabile espressi nel documento "Turismo responsabile: Carta d'identità per viaggi sostenibili"; Privilegiare i fornitori esterni al circuito del commercio equo e solidale fra quelli organizzati in strutture no-profit, con finalità sociali e con gestione trasparente e democratica e che abbiano prodotti eco-compatibili e culturali. Non

intraprendere relazioni commerciali con aziende che, con certezza, violino i diritti umani e dei lavoratori”.

A seguire si legge che nel caso di organizzazioni che svolgano semplicemente attività di vendita, le stesse sono tenute a “Fornire ai consumatori tutto il materiale informativo disponibile, comprese le schede del prezzo trasparente; Mantenersi costantemente informate sui prodotti che vengono venduti, verificando che vengano rispettati i criteri del commercio equo e solidale; Garantire ai consumatori sia in caso di distribuzione diretta che di distribuzione attraverso soggetti esterni, informazioni relative al commercio equo e solidale, ai gruppi produttori che hanno realizzato il prodotto o fornito le materie prime, alla rete delle organizzazioni di commercio equo e solidale ed uno schema di prezzo trasparente, che fornisca almeno le seguenti informazioni: prezzo FOB pagato al fornitore, costo di gestione, importazione e trasporto, margine per la vendita. Tali informazioni possono essere indicate in percentuale od in valore assoluto, per singolo prodotto o per categoria di prodotti, o per paese di provenienza, o per gruppo di produttori”.

Mentre nel caso di vendita all’ingrosso si prevede che le suddette organizzazioni vendano “prevalentemente alle organizzazioni di commercio equo e solidale, ai canali di economia solidale, e/o di solidarietà sociale, gruppi di auto consumo e/o gruppi informali di solidarietà..” e forniscano “alle organizzazioni di commercio equo e solidale informazioni sui prodotti e sui produttori attraverso schede informative che contengano il prezzo trasparente dei prodotti ed essere disponibili a fornire la documentazione di supporto”.

Dalla lettura dei requisiti singolarmente richiesti in relazione alle diverse attività emerge, in particolare, la differenza principale che intercorre tra la versione aggiornata della Carta e quella precedente. Se, infatti, nella prima versione del documento si discorreva in maniera precisa di soggetti importatori e di botteghe del mondo - intese queste ultime con riferimento alle funzioni di vendita al dettaglio - nell’ultimo aggiornamento si discorre, invece, in maniera generica di organizzazioni italiane del Cees, distinguendo poi tali soggetti in relazione alle attività svolte lungo la filiera.

2.2 c) (Segue) in particolare l'Agices

L'ente depositario della Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale¹⁸ è *Agices* - Associazione Assemblea Generale Italiana del commercio equo e solidale - un'associazione, appunto, di categoria che rappresenta le organizzazioni che promuovono i prodotti e la cultura del Cees in Italia¹⁹. Dell'*Agices*, infatti, fanno parte più di un centinaio di organizzazioni, tra cui tutti i cosiddetti importatori storici del commercio equo italiano, ma anche moltissime associazioni e cooperative che gestiscono localmente le Botteghe del Mondo. La stessa si propone dunque quale luogo di forte crescita politica e di utilissimo confronto delle varie e diverse esperienze nel settore, all'interno del quale vengono messi a punto gli strumenti di gestione del commercio equo italiano, vengono discusse le priorità politiche, vengono confrontati i dati e le opinioni.

Come si evince dalla lettura del suo Statuto, tra i compiti dell'associazione rientrano, oltre ovviamente alla promozione delle attività di commercio equo, la tutela e la difesa delle organizzazioni italiane di commercio equo e solidale che si riconoscono nella Carta Italiana dei Criteri - dunque il sostegno alle loro azioni in tema di promozione dell'autosviluppo dei paesi poveri, di protezione dei diritti umani e di rispetto dell'ambiente - nonché la gestione del Registro Italiano delle Organizzazioni di commercio equo e solidale.

Oltre alla Carta, infatti, l'associazione è anche depositaria del *Rioces*, c.d. Registro Italiano delle organizzazioni di commercio equo e solidale, approvato il 6 giugno 2004 e di cui si discorre al titolo V, art. 16 bis del suddetto Statuto.

Lo scopo del Registro, così come si evince dalla lettura del citato articolo, è quello di gestire l'elenco delle organizzazioni italiane di commercio equo e solidale, monitorando le loro filiere e la conformità della loro azione rispetto ai principi stabiliti nella Carta Italiana dei

¹⁸ La messa a punto e la successiva approvazione della Carta Italiana dei Criteri è avvenuta in una serie di affollate assemblee a partire dal 1998, in cui tra l'altro è stato utilizzato per la prima volta in un ambito di questo tipo il metodo del consenso, una metodologia decisionale che si ispira ad una logica nonviolenta e che tenta di superare la netta divisione maggioranza/minoranza, con l'obiettivo di dare spazio alle ragioni di quest'ultima ma anche di evitare il blocco decisionale creato talvolta dal diritto di veto. Il metodo del consenso è tuttora utilizzato nelle assemblee AGICES ed è alla base del lavoro di questi anni, compreso quello che ha portato alla "traduzione" dei principi della Carta dei Criteri italiana nel Registro Italiano delle Organizzazioni di commercio equo e solidale (*RIOCES*), ovvero in criteri monitorabili che possano certificare se e in che misura una organizzazione può definirsi propriamente di "commercio equo e solidale".

¹⁹ Attualmente sono circa 115 i soci. Tra questi anche le centrali di importazione italiane, per un totale di almeno 300 botteghe del mondo. Dal punto di vista del fatturato *Agices* rappresenta perciò l'80% del Cees e copre geograficamente l'intero paese.

Criteri oltre che nel Regolamento di Gestione del Registro *Agices* e negli altri Regolamenti Interni dell'associazione²⁰.

L'iscrizione all'interno di tale Registro consente, dunque, alle organizzazioni ammesse di qualificarsi come organizzazione di commercio equo e solidale, e di garantire la loro filiera come equa e solidale.

Il logo, "iscritto al Registro *Agices*", rappresenta infatti un marchio sulla filiera produttiva dal quale è dato desumere l'equità e solidarietà dell'intera catena produttiva e distributiva. Tale marchio, dunque, pur riguardando essenzialmente la filiera e non il prodotto consente comunque di ricavare indirettamente la corrispondenza dei prodotti, realizzati nell'ambito delle suddette filiere, agli standards equo solidali e dunque di qualificare gli stessi come equo solidali.

Orbene, ai fini dell'iscrizione nel suddetto Registro si richiede, ai soggetti interessati, la previa ammissione all'interno dell'Assemblea, di qui che solo i soci *Agices* possono iscriversi al *Rioces*; in particolare le organizzazioni interessate sono tenute a soddisfare, a tali scopi, due diversi ordini di criteri, cc.dd. fondamentali nonché importanti.

Se i criteri fondamentali, infatti, sono necessari ai fini dell'ammissione all'Assemblea in qualità di soci, quelli importanti sono richiesti, in aggiunta ai primi, per l'iscrizione all'interno del Registro.

Con particolare riguardo ai criteri "fondamentali", gli stessi sono contemplati nel capitolo 1 del Regolamento interno, il quale stabilisce la procedura di ammissione all'Associazione. Si legge, infatti, che ai fini dell'ammissione il soggetto interessato è tenuto a presentare *"domanda, firmata dal legale rappresentante, al Consiglio Direttivo allegando: a) La delibera dell'organismo direttivo o dell'assemblea dei soci (come previsto dallo Statuto dell'organizzazione richiedente) in cui viene richiesta l'iscrizione all'Associazione e viene sottoscritta in toto la Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale b) Il modulo di*

²⁰ In particolare gli artt. 17 e 17 bis prevedono l'istituzione di un comitato di gestione del Registro *Agices* e le relative funzioni. Si legge, infatti, *"Il Comitato di Gestione del Registro è costituito da un numero compreso tra 5 e 9 membri, eletti dall'Assemblea al di fuori dei componenti degli altri organi dell'Associazione, fra i candidati proposti da uno o più Soci, secondo le modalità previste dal Regolamento Interno. L'Assemblea dei Soci, prima dell'elezione dei membri, stabilisce il numero dei componenti del Comitato. I membri del Comitato di Gestione del Registro durano in carica 3 anni e non ci sono limiti alla rieleggibilità. Il Comitato di Gestione del Registro può essere revocato dall'Assemblea dei Soci con la maggioranza semplice"*. Mentre con riguardo alle funzioni si prevede che *"Il Comitato di Gestione del Registro gestisce il Registro AGICES, secondo l'apposito Regolamento approvato dall'Assemblea dei Soci e sue eventuali modifiche approvate dal Consiglio Direttivo su parere del Comitato stesso e ratificate dall'Assemblea dei Soci. Il Comitato di Gestione del Registro, inoltre, predispone ed approva i Moduli di Autovalutazione e loro successive modifiche e stabilisce eventuali documenti da richiedere ai Soci a supporto delle dichiarazioni rese, che permettano di verificare il rispetto dei criteri per l'iscrizione al Registro AGICES e per la denominazione di Organizzazione di commercio equo e solidale. Il Comitato di Gestione del Registro, infine, nello svolgimento della sua funzione propria e peculiare di verificare il rispetto dei criteri per l'iscrizione al Registro AGICES e per la denominazione di Organizzazione di commercio equo e solidale svolge un ruolo di interprete delle norme, secondo la procedura stabilita nel Regolamento"*.

Autovalutazione dei Criteri/Indicatori Fondamentali predisposto dal Comitato di Gestione del Registro Agices con i documenti richiesti, che permettano di verificare il rispetto dei criteri fondamentali previsti dal Regolamento di Gestione del Registro Agices che riguardano: 1) natura e finalità “non lucrativa” dell’organizzazione; 2) evidenza del commercio equo e solidale quale attività sociale prevalente, 3) struttura democratica e trasparente; 4) attività prevalente ed effettiva; 5) criteri di selezione dei soggetti convenzionali; 6) relazione commerciale “equa e solidale” con i produttori; 7) prevalenza nell’attività di vendita; 8) canali distributivi esterni; 9) informazione e prezzo ai consumatori: trasparenza e tutela delle organizzazioni di commercio equo e solidale, 10) prodotti trasformati” nonché “ c) Copia della Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale firmata, datata e timbrata dal legale rappresentante dell’ente richiedente l’ammissione d) Il pagamento della quota associativa annuale e al pagamento di altri eventuali contributi straordinari stabiliti dall’Assemblea dei Soci nell’anno precedente secondo quanto previsto dallo Statuto. L’ente richiedente l’ammissione all’Associazione deve essere costituito in una delle forme giuridiche ammissibili da almeno 1 anno e poter quindi allegare copia di almeno un Bilancio approvato...”.

Una volta accertata l’esistenza dei suddetti criteri, i quali, come detto, garantiscono la natura equa e solidale delle organizzazioni accreditate, la procedura prevede che il Consiglio Direttivo trasmetta la domanda di ammissione al Comitato di Gestione del Registro *Agices* affinché effettui le relative verifiche ed esprima una valutazione, rinviando la domanda nuovamente al Consiglio Direttivo per la decisione.

Al di là della procedura, ciò che maggiormente rileva in questa sede è senza dubbio lo sforzo, compiuto dall’Associazione nel settore. La necessità di individuare dei requisiti concreti risponde, infatti, all’esigenza di distinguere gli attori del commercio equo e solidale e di identificarli rispetto a tutti coloro che tuttavia operano in questo contesto pur senza dividerne del tutto i presupposti; ciò che rileva una precisa volontà anche in termini di maggiore tutela offerta ai consumatori.

2.3 La certificazione sulle organizzazioni e sui prodotti

Se il percorso intrapreso attraverso la formulazione delle Carte dei Criteri risulta proteso, come evidenziato, a ricercare una definizione del fenomeno e dunque dei criteri atti ad individuarne i soggetti, la strada della certificazione, concerne, invece, la creazione di veri e propri marchi sia sui prodotti che sui soggetti.

Tale approccio consiste, più precisamente, nella stesura di norme volontarie armonizzate relative a sistemi di certificazione, in base ai quali i prodotti o le organizzazioni del commercio equo vengono etichettate da organismi certificatori privati specializzati, i quali garantiscono la conformità dei prodotti e delle organizzazioni a determinati standard ed il rispetto dei principi caratterizzanti il settore; in particolare ci si riferisce al sistema di certificazione proposto da FLO (*Fair Trade Labelling Organizations International*) che attribuisce al prodotto l'etichetta "Fairtrade", o al sistema di certificazione sulle organizzazioni svolto da IFAT (*International Fair Trade Association*), ma anche, alla creazione del c.d. marchio di filiera introdotto in Italia con la creazione del *Rioces*.

L'iscrizione all'interno del *Rioces* consente, infatti, come si diceva, alle organizzazioni accreditate di ottenere una certificazione circa la natura equa e solidale della propria filiera produttiva e distributiva e corrisponde, dunque ad una sorta di marchio sulla filiera.

Una volta soddisfatti i criteri fondamentali, dunque, qualificati come imprescindibili ai fini dell'ammissione all'Associazione, è possibile per le organizzazioni interessate avviare la procedura di iscrizione nel Registro *Agices*; in tal senso, a rilevare sono i valori cc.dd. importanti.

Si tratta, in particolare di criteri quantitativi poiché ad ogni indicatore sono associati un peso ed un punteggio che consentono una valutazione equilibrata e trasparente del rispetto di ciascuno dei criteri. Nella parte 2 b) del Regolamento di gestione del Registro *Agices* tali valori sono previsti nel dettaglio stabilendosi che "...Il "peso" di ogni Valore/Criterio è rappresentato dal numero di domande relative....." per cui il punteggio totale corrisponde alla somma di tutti i punteggi e che "...Il criterio di iscrizione al Registro *Agices* è il superamento di un certo punteggio, così stabilito: Soglia minima per l'iscrizione al Registro *Agices*: $> = 60\%$ del punteggio massimo; Soglia di esclusione dal Registro *Agices*: $< 40\%$ del punteggio massimo; Soglia di "sospensione" dal Registro *Agices*: $40\% < = N < 60\%$ del punteggio massimo...".

Sempre al punto 2 b) si legge in una nota che "...il Consiglio Direttivo dell'*Agices* elaborerà una procedura di "accompagnamento" per le organizzazioni non immediatamente

iscrivibili al Registro Agices, affinché possano essere aiutate a superare la soglia di sospensione ed ottenere il punteggio minimo previsto per l'iscrizione. In particolare, saranno individuati i punti critici che non consentono l'immediata iscrizione al Registro Agices in collaborazione con il Comitato di Gestione del Registro e comunicati all'ente interessato, al fine di concordare tempi e modi per superare il problema”.

In entrambi i casi le organizzazioni interessate sono tenute, per attestare il possesso dei requisiti richiesti, a compilare dei moduli di autovalutazione, procedendo in tal modo ad una sorta di autocertificazione, il cui valore viene tuttavia verificato dal citato Comitato di Gestione del Rioces.

2.3 a) il ruolo di IFAT

L'IFAT²¹, meglio nota come Organizzazione Internazionale del commercio equo e solidale, ha sede nei Paesi Bassi e riunisce, ad oggi, quasi 350 organizzazioni di 70 Paesi del mondo²².

Nata nel 1989²³, con l'obiettivo di migliorare le condizioni di vita e il benessere dei produttori svantaggiati tramite il commercio, collegando e promuovendo le organizzazioni di Fair Trade e affermando la necessità di una maggiore giustizia nel commercio mondiale, l'organizzazione costituisce oggi un'istituzione globale col compito di garantire un accesso più efficace al mercato, attraverso il controllo dei prezzi e il mantenimento di equilibri commerciali²⁴.

²¹Nata nel 1989 in Olanda, IFAT è cresciuta e si è sviluppata in una rete globale, costituendo l'unica organizzazione che rappresenta sia gli importatori del Nord del mondo sia le associazioni di produttori del Sud del mondo.

Il marchio IFAT è stato lanciato nel 2004 durante il World Social Forum a Mumbai, assieme ai criteri per far parte della federazione.

²² Circa il 65% dei membri IFAT sono stanziati nel Sud del mondo (Asia, Africa, Medio Oriente, America Latina), mentre il rimanente 35% si trova nel Nord America, in Europa e lungo la costa del Pacifico. I membri di IFAT rappresentano tutta la catena del commercio equo, dalla produzione alla vendita: cooperative, associazioni, centrali d'importazione, compagnie d'esportazione, gruppi di produttori, Botteghe del Mondo, istituzioni finanziarie e reti associative nazionali ed internazionali che seguono i criteri IFAT.

²³ In particolare si precisa che dal punto di vista della struttura IFAT si presenta democratica dal momento che i membri del Consiglio di Amministrazione sono eletti dagli altri componenti e sono responsabili dello sviluppo e dello svolgimento dei piani prefissati.

²⁴ Le attività di IFAT si muovono lungo due direzioni, essendo orientate da una parte verso la promozione dei valori del Cees a livello globale, dall'altra verso la facilitazione delle iniziative dei suoi membri. Tali finalità sono perseguibili grazie soprattutto al lavoro di coordinamento svolto a monte dalla sua struttura, basata su due organi principali, il Comitato Esecutivo e il Segretariato. Il Comitato Esecutivo è costituito da persone elette dagli associati, tra gli associati stessi, e comprende diverse sottocomitati, come quello di monitoraggio, di appello e di registro. E' responsabile per lo sviluppo e l'attuazione dei progetti ritenuti più urgenti dai membri di IFAT riuniti durante l'Assemblea Generale (momento decisivo perché punto d'incontro e confronto degli associati che

A differenza dei marchi di garanzia che certificano esclusivamente il prodotto, IFAT monitora e certifica, come s'accennava, l'intero operato delle FTO (*Fair Trade Organizations*) che aderiscono ai suoi criteri. Il suo ruolo, infatti, è fondamentale non solo per la funzione di collegamento tra le organizzazioni di commercio equo e i produttori, ma anche per la definizione e la tutela degli standards che un'organizzazione è tenuta a seguire per fare commercio equo e solidale in modo trasparente e responsabile.

Orbene, posto che la certificazione di IFAT concerne le organizzazioni e non direttamente i prodotti, occorre a questo punto comprendere la ragione di una tale impostazione, nonché le modalità specifiche attraverso le quali la stessa avviene.

In primo luogo vale la pena di notare come la scelta di adottare una certificazione sulle organizzazioni si sostanzia nel fatto che la maggior parte di queste organizzazioni del Sud del Mondo, socie di IFAT, producono prevalentemente prodotti artigianali, i quali per loro stessa natura hanno un ciclo di vita molto breve; tale circostanza determina, come è facile intuire, una notevole difficoltà nell'individuazione di standards specifici²⁵. A ciò si aggiunga il fatto che i prodotti artigianali sono suscettibili di essere suddivisi in numerosi sottosettori, estremamente diversi tra loro e per i quali risulterebbe davvero impossibile elaborare standards univoci.

In presenza di tali condizioni si è dunque preferito elaborare un sistema di certificazione che riguardasse le organizzazioni, richiedendo per le stesse l'adeguamento ai principi fondamentali sanciti nel "*Code of practice*".

Tale documento rappresenta in sostanza una sorta di Codice etico²⁶ all'interno del quale sono contenuti una serie di direttrici basilari concernenti la trasparenza e la responsabilità cui le

appartengono a 6 aree: Africa, Asia, America Latina, Europa, Nord America e Area del Pacifico). Inoltre per ognuna di queste aree viene eletto un rappresentante nel Consiglio Esecutivo, in modo da favorire la condivisione delle attività. Altro ruolo fondamentale del Consiglio è l'essere custode della Costituzione e degli Standard per le FTO. Il Segretariato Internazionale, con sede in Gran Bretagna, è costituito da un Direttore Esecutivo e da due staff uno per l'Assistenza alle Comunicazioni e l'altro per lo sviluppo degli iscritti. Il Segretariato ha la funzione di facilitare i legami tra tutti i membri e coordinare le varie attività, ma anche di agire laddove bisogna sviluppare maggiormente il Cees.

²⁵ Per un più ampio approfondimento sul punto si veda Sciarrone Alibrandi A. (gruppo di lavoro coordinato da), *Quali norme per il commercio equo e solidale?*, Working paper n.4, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 2006, p. 56 ess.

²⁶ Nello specifico i principi fondamentali stabiliti dal suddetto Codice riguardano: "1) *Obiettivi delle Organizzazioni di Fair Trade: il movimento del commercio equo e solidale è un processo di sviluppo mediante il quale i produttori passano da una posizione di esclusione sociale ed economica ad una di autonomia ed efficienza, dalla vulnerabilità alla sicurezza e dalla povertà materiale alla capacità di generare reddito e capitale. Mission istituzionale delle organizzazioni di commercio equo deve essere la riduzione della povertà attraverso il commercio. L'organizzazione deve promuovere e favorire lo sviluppo dei produttori poveri, svantaggiati, marginalizzati e le associazioni e le cooperative di queste realtà produttive.* 2) *Trasparenza e responsabilità: le organizzazioni di commercio equo sono trasparenti in tutte le fasi dei processi organizzativi e produttivi, e responsabili del proprio operato verso tutti i portatori di interesse, compreso IFAT. La trasparenza e la responsabilità inoltre sono le direttrici principali dei rapporti commerciali con le altre organizzazioni appartenenti ad IFAT. L'organizzazione elabora appropriate modalità partecipative per coinvolgere i lavoratori e i gruppi di produttori nel proprio processo decisionale.* 3) *Pagamento di un giusto prezzo: i prezzi dovrebbero*

predette organizzazioni sono tenute nell'espletamento dei processi produttivi ma anche organizzativi; si fa inoltre riferimento, tra i principi, al pagamento di un giusto prezzo volto a massimizzare il benessere dei produttori e delle loro famiglie, nonché alla necessità di assicurare la protezione dei minori ed il miglioramento delle condizioni lavorative delle donne nella partecipazione al processo produttivo, garantendo in generale a tutti i soggetti coinvolti condizioni lavorative sicure e salutari, anche il linea con la tutela dell'ambiente.

In particolare, negli ultimi punti del Codice si fa espressamente riferimento alla necessità di incoraggiare e sostenere relazioni di lungo termine con i produttori, prevedendo per le organizzazioni uno specifico impegno in termini di assistenza e sostegno in tal senso; nonché alla importanza dell'attività svolta dalle organizzazioni membre di IFAT nel percorso di sensibilizzazione e diffusione del fenomeno del "Fair Trade".

essere definiti per massimizzare il benessere dei produttori e delle loro famiglie e non il margine economico positivo, tenendo conto dei vincoli imposti dalle situazioni di mercato. I produttori del Sud legati al commercio equo dovrebbero ricevere un reddito che è socialmente accettabile, tenendo conto di: a) i costi necessari per soddisfare i bisogni di base (alimentazione, vestiario, alloggio, accesso all'istruzione e all'assistenza sanitaria); b) i prezzi pagati ai produttori dovrebbero essere uguali o maggiori a quelli pagati per prodotti equivalenti nei mercati tradizionali; c) necessità di fornire un reddito che è uguale o maggiore al salario minimo (o ai salari locali per mansioni equivalenti); d) corrispondere uguali salari a donne e uomini qualora questi svolgano mansioni equivalenti. Le centrali di importazione del commercio equo pagano i partners del Sud immediatamente.

4) Protezione dei minori: le organizzazioni di commercio equo che lavorano direttamente con strutture produttive del Sud poco strutturate forniscono analisi sul coinvolgimento dei minori nel processo produttivo e organizzano meetings per discutere le questioni legate al loro benessere fisico e mentale e incontri per analizzare i bisogni educativi e ricreativi. L'eventuale partecipazione di minori al processo produttivo non deve influire negativamente sulla loro salute e crescita. L'eventuale partecipazione deve essere in linea con il rispetto della Convenzione ONU sui diritti del bambino e con le leggi e le norme sociali del contesto locale.

5) Migliorare la situazione delle donne: le organizzazioni di commercio equo forniscono opportunità formative a donne e uomini per migliorare le loro abilità e competenze, e supportano attivamente le donne nella ricerca di lavoro. Alle lavoratrici vengono forniti percorsi di crescita professionale; le donne sono incoraggiate ad assumere ruoli da leadership. Le organizzazioni che lavorano direttamente con i produttori devono assicurare che il lavoro delle donne venga valutato e remunerato adeguatamente. Le donne sono sempre remunerate per il loro contributo al processo produttivo.

6) Condizioni lavorative: le organizzazioni di commercio equo elaborano progetti e strumenti per i produttori partners affinché questi possano lavorare in ambienti sicuri e salutari, tenendo conto inoltre dei particolari bisogni ed esigenze delle lavoratrici in stato di gravidanza. Ogni organizzazione che collabora direttamente con i produttori lavora affinché questi ultimi siano forniti sui luoghi di lavoro di acqua potabile, idonee condizioni igienico-sanitarie e strumenti di primo soccorso. Le ore lavorative giornaliere sono in linea con il massimo stabilito dalla normativa nazionale e dalla convenzione ILO (International Labour Organization).

7) Difesa ambientale: qualora disponibili, le organizzazioni dei produttori utilizzano materie prime e imballaggi con il minor impatto ambientale possibile. Parallelamente, le centrali di importazione del commercio equo promuovono l'acquisto di prodotti fatti con materie prime e imballaggi a basso impatto ambientale, e incoraggiano i loro partners all'uso di tali materiali. Le organizzazioni promuovono il rispetto dell'ambiente e l'uso di tecnologie eco compatibili.

8) Relazioni di lungo termine e accesso al mercato: le organizzazioni promuovono lo sviluppo delle competenze dei produttori. Esse sviluppano specifiche attività di assistenza tecnica ai produttori e si impegnano a instaurare rapporti commerciali durature con i loro partners del Sud e del Nord. Le organizzazioni si impegnano ad assistere i produttori per migliorare il loro accesso al mercato, estero, locale, del commercio equo e di quello tradizionale.

9) Attività di lobbying e di sensibilizzazione: le organizzazioni membre di IFAT promuovono la conoscenza del Fair Trade e la necessità di una maggiore giustizia nel commercio mondiale in particolare nei confronti dei produttori, dei lavoratori e dei consumatori. Le organizzazioni partecipano nell'attività di lobbying a livello locale, nazionale e internazionale".

Tuttavia, nonostante i buoni propositi, non si può fare a meno di notare - nell'ambito di una riflessione generale sulla validità di un simile approccio ai fini di una regolamentazione del settore - l'esistenza di evidenti lacune connesse al suddetto sistema.

I predetti principi, in ragione dei quali si procede alla certificazione delle organizzazioni, risultano infatti estremamente generici e poco esaustivi, sostanziandosi in un elenco di criteri piuttosto approssimativo. Tale circostanza appare, ad esempio, chiaramente desumibile dalla lettura del punto 3 del citato Codice all'interno del quale si discorre di prezzo giusto, senza però fornire alcuna indicazione specifica in relazione allo stesso; così come pure dalla lettura dei punti riguardanti i principi indicati in tema di sostegno ai produttori, di tutela dei minori o di garanzie circa le condizioni in ambito lavorativo, laddove al di là di un mero intento non è possibile cogliere alcun dato concreto.

A ciò si aggiunga il fatto che i principi finora esaminati non sono elaborati in accordo con gli standards riconosciuti a livello internazionale, ciò che costituisce un forte limite per il movimento, considerata la sua estensione e le tante incertezze che lo caratterizzano. La non conformità dei suddetti criteri agli standards elaborati su scala nazionale potrebbe, in effetti, contribuire ad accrescere l'atteggiamento di diffidenza e timore dei consumatori nell'acquisto di prodotti realizzati nell'ambito della suddetta filiera.

2. 3 b) l'attività di FLO

Se il sistema di certificazione introdotto da IFAT concerne il rispetto di una serie di requisiti atti ad identificare l'osservanza dei criteri equo solidali da parte delle organizzazioni operanti nel settore, l'attività svolta da FLO²⁷ riguarda invece l'introduzione di un marchio direttamente sul prodotto.

²⁷ FLO è un'organizzazione senza scopo di lucro, con sede in Germania, fondata nel 1997 allo scopo di introdurre un unico marchio internazionale per i prodotti del Fair Trade. I suoi membri sono i marchi nazionali, come Transfair in Italia, Germania, Austria, Canada, Giappone, Stati Uniti; Max Havelaar in Svizzera, Olanda, Belgio, Danimarca, Francia, Norvegia; Fair Trade Mark in Irlanda; Fair Trade Foundation in Inghilterra. A questi marchi corrispondono organizzazioni impegnate nella promozione del commercio equo e solidale. Com'è noto, FLO collabora con altre reti internazionali che operano per promuovere ed attuare tale tipo di commercio, quali News (Network World's Shops, il coordinamento internazionale delle botteghe del mondo), Efta (European Fair Trade Association), Ifat (International Federation of Alternative Trade, coordinamento internazionale tra centrali di importazione e produttori). Questi organismi si riconoscono nell'acronimo Fine (Flo, Ifat, News ed Efta) e si riuniscono periodicamente per elaborare strategie comuni ed azioni di advocacy a livello internazionale.

Tale ente si qualifica, infatti, come organismo internazionale dei marchi di certificazione dei prodotti del commercio equo e solidale²⁸ e si divide, al suo interno, in due organizzazioni distinte, vale a dire, FLO International e FLO-Cert Ltd.

FLO International è la vera e propria associazione no profit che si incarica di stabilire i criteri che contraddistinguono le attività di commercio equo. Sulla base di tali criteri le organizzazioni di certificazione, che ne fanno parte, assegnano il marchio ai prodotti che, nei vari paesi, risultano essere rispondenti alle suddette caratteristiche; ciò che rende facilmente identificabile e riconoscibile il prodotto quale equo e solidale²⁹.

FLO-Cert Ltd ha, invece, la forma giuridica di una società a responsabilità limitata col compito di verificare, tramite azioni di ispezione, che produttori ed importatori rispettino gli standards del Cees e che impieghino gli utili ricavati per il proprio sviluppo³⁰.

Nel suo insieme, dunque, tale ente, svolge un'importante funzione in termini garanzia per il consumatore, certificando la conformità dei prodotti marchiati agli standards prefissati.

Per quanto concerne, nello specifico, il sistema di certificazione occorre precisare che lo “*Standards and Policy Committee*” – Comitato per gli standards e le politiche, cui partecipano i rappresentanti delle organizzazioni dei produttori e dei commercianti, nonché esperti esterni, proprio per garantire che gli standard siano rispettati e condivisi da tutti gli attori - ha individuato due insiemi di regole riguardanti per un verso i produttori e per un altro verso gli altri soggetti della filiera³¹.

Per quanto concerne i produttori occorre in primo luogo chiarire l'esistenza di due tipi di standards, cc.dd. generici, a seconda che si tratti di piccole organizzazioni di contadini e lavoratori, organizzati in cooperative o altre organizzazioni democratiche, o di imprese con personale dipendente, che garantiscano condizioni di lavoro rispettose dell'uomo. In particolare i criteri generici distinguono al loro interno tra requisiti cc.dd. minimi, a cui le organizzazioni devono conformarsi per poter essere certificate, e requisiti cc.dd. di progresso, rispetto ai quali le organizzazioni devono mostrare un miglioramento continuo. In aggiunta a queste regole si

²⁸ I suoi membri operano in 15 paesi europei oltre che in Australia, Nuova Zelanda, Canada, Giappone, Messico (membro associato) e Stati Uniti, ispezionando e certificando circa 508 organizzazioni di produttori in più di 50 paesi in Africa, Asia ed America Latina.

²⁹ FLO ha finora posto gli standard per caffè, tè, cacao, zucchero, miele, banane, frutta fresca (mele, manghi, ananas) e frutta secca, succhi di frutta, riso, vino, tisane, nocciole, semi e oli; inoltre si sta commercializzando il primo prodotto non alimentare, il pallone da calcio. Attualmente FLO sta studiando altri standards in vista dell'introduzione di altri prodotti quali, verdura fresca, quinta, diverse tipologie di frutta e cereali, ma anche prodotti tessili, in particolare cotone, piante ornamentali, spezie varie e vini.

³⁰ Si noti come a differenza di quanto osservato poc'anzi, a proposito degli standards e dei principi del *Code of practice*, FLO-Cert Ltd risponde, invece, agli standards internazionali di ISO per gli enti di certificazione (norma UNI-CEI EN 45011 sui criteri generali per gli organismi di certificazione dei prodotti, ISO 65).

³¹ Tali standards ricalcano i criteri condivisi da altre organizzazioni ma sono sviluppati da FLO secondo alcune direttive generali.

prevedono degli standards cc.dd. specifici di prodotto che integrano requisiti particolari che gli stessi produttori sono chiamati a rispettare in ambito sociale ed ambientale (parti A e B dello schema FLO relativo agli standards specifici di ciascun prodotto).

Il sistema di certificazione, scelto da FLO, stabilisce altresì una serie di regole anche per i licenziatari del marchio i quali sono tenuti a soddisfare i requisiti contenuti nella parte C (criteri commerciali) dello schema FLO relativo agli standards specifici di prodotto, e che riguardano in particolare un prezzo di acquisto minimo e costante, superiore a quello del mercato tradizionale che copra i costi e possa garantire una vita dignitosa ai produttori, un contatto diretto con questi ultimi (affinché non ci si avvalga di intermediazioni speculative), un prefinanziamento fino al 60%, nonché l'intrattenimento di rapporti continuativi per almeno un anno³².

Orbene, se con riferimento ai produttori ed al rispetto degli standards loro richiesti, è possibile discorrere di una certificazione che riguarda essenzialmente le organizzazioni di produttori, con riferimento agli altri soggetti della filiera è possibile discorrere di una certificazione che concerne le modalità di acquisto, vendita e trasformazione dei prodotti.

Nell'ambito delle osservazioni concernenti il sistema di certificazione, particolarmente interessanti risultano anche i profili relativi al sistema di finanziamento della certificazione.

Ogni attore coinvolto nel circuito, infatti, e dunque dal consumatore al produttore, partecipa alla copertura dei costi del sistema messo in atto da FLO. In particolare anche se una parte delle attività è finanziata esternamente, la parte più consistente dei costi è coperta dalle OM nazionali che fanno pagare ai licenziatari e commercianti una somma per l'uso del marchio.

Per quanto concerne nello specifico FLO-Cert, occorre precisare come la sua attività sia in parte direttamente finanziata dalle organizzazioni dei produttori e dei commercianti registrati, posto che i produttori pagano per la certificazione una somma e pagano annualmente in base al volume del venduto alle condizioni garantite dal Cees, mentre i commercianti, oltre che per la certificazione, contribuiscono in base al loro fatturato totale annuale³³.

³² Vengono poi stabiliti degli standard per le diverse categorie di prodotti, soprattutto alimentari, e riguardano la qualità, il prezzo e il processo di produzione. In particolare è il caso di notare come dal novembre 2002 Flo si sta occupando anche dei prodotti composti, nei quali almeno il 50% degli ingredienti siano coperti con marchio Fairtrade, oppure, se ha un solo ingrediente Fairtrade significativo, quest'ultimo deve rappresentare almeno il 20% del peso del prodotto secco. Su tutti i prodotti composti con il marchio Fairtrade è obbligatorio riportare sulla confezione la percentuale del peso secco degli ingredienti Fairtrade sul totale.

³³ Naturalmente i commercianti scaricheranno i costi sui consumatori, i quali acquistando il bene del Cees, che non vuol dire abbia un prezzo maggiore rispetto ad altri beni, contribuiscono così ad uno sviluppo dei produttori sostenibile anche sul mercato occidentale.

Oltre ad un ente per la certificazione, FLO comprende anche un sistema di “*Trade Audit*”, ovvero di monitoraggio della catena del commercio per assicurare il rispetto delle condizioni del Cees da parte di intermediari e rivenditori. Questo sistema di controllo verifica che i prodotti a marchio Fairtrade siano effettivamente stati prodotti da un’organizzazione certificata e che sia stato pagato il prezzo stabilito, ovvero controlla i rapporti degli acquisti e delle vendite fornite dai produttori e dai commercianti certificati, assicurandosi che i produttori ricevano gli extra profitti ottenuti dal volume di vendite effettuate alle condizioni del Cees. In particolare il rapporto con le organizzazioni di produttori, in termini di assistenza nella produzione e nei progetti di sviluppo, viene curato attraverso due strutture, il “*Product Manager*”, che lavora per avvicinare la produzione alle richieste del mercato in termini di qualità, quantità e logistica, ed il “*Producer Support Facilitator*”, che sostiene assieme agli Ufficiali di collegamento di FLO ed agli esperti sul campo le organizzazioni di produttori o i lavoratori nel processo di autogestione del proprio sviluppo.

Alla luce dei rilievi fin qui effettuati appare interessante iniziare a tracciare alcuni profili di differenza rispetto all’attività svolta dall’IFAT.

Tali differenze rilevano in primo luogo nell’ambito delle attività di monitoraggio relative alle organizzazioni nonché ai prodotti, in quanto se l’IFAT opera in tal senso sulla base di controlli a campione, utilizzando essenzialmente il metodo dell’autovalutazione, il sistema di monitoraggio e controllo posto in essere da FLO risulta al contrario molto più specifico e puntuale constando, come si è visto, di un apparato appositamente istituito che opera il controllo sulla catena del Cees.

Più in generale, con riferimento all’attività esercitata nel settore del Cees, vale la pena di evidenziare i diversi orientamenti intrapresi in relazione alle operazioni di certificazione. Se, infatti, la certificazione di IFAT, la quale avviene attraverso il marchio FTO (*Fair Trade Organization*), identifica le organizzazioni di produttori e gli attori commerciali, la certificazione di FLO, attraverso il marchio “*Fairtrade*”, identifica le organizzazioni dei produttori nei Paesi in via di sviluppo ed i prodotti commercializzati nei paesi occidentali, i quali sono essenzialmente prodotti agricoli³⁴.

Particolare rilievo, nell’analisi dei profili di differenza relativi all’attività dei due enti, assume la maggiore precisione di FLO con riferimento alla fissazione dei criteri, e nello

³⁴ Inoltre Dal 2002 FLO sta lavorando insieme ad altri certificatori socioambientali, appartenenti a ISEAL (International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance), per definire gli standard di eccellenza del c.d. sistema di certificazione “mission driven”, ovvero guidato da una vera e propria missione e non solo per lucrare sull’ appeal che i prodotti etici o ecologici hanno sui consumatori, ovvero “money-driven”. Inoltre si punta al riconoscimento pubblico degli standard di qualità e del ruolo dei certificatori “mission driven”, allo scopo di aprire la strada affinché le forniture pubbliche seguano anche i criteri del come il prodotto è stato realizzato, quale guadagno ha generato per chi lo ha prodotto e come viene commercializzato.

specifico del prezzo sui prodotti. Infatti, laddove IFAT si limita a discorrere semplicemente di prezzo equo, fissando dei principi generali, FLO invece definisce uno specifico prezzo di acquisto, precisando che lo stesso non possa essere inferiore agli importi fissati dallo “*Standards and Policy Committee*” per ogni prodotto; tale prezzo, c.d. “minimo”, si configura, in particolare, come la risultante di una serie di valutazioni compiute in relazione al costo della vita, della produzione nonché in relazione ai costi derivanti dal rispetto di vincoli sociali ed ambientali.

La ragione di una simile impostazione, risulta d’altro canto facilmente comprensibile alla luce della differente tipologia di prodotti presi in considerazione nell’ambito delle attività di certificazione. Infatti mentre la tipologia dei prodotti presi in considerazione da FLO concerne essenzialmente beni agricoli, quali banane, caffè e the, ad esempio, le organizzazioni socie di IFAT producono invece, come si diceva, essenzialmente manufatti artigianali, i quali oltre ad essere suddivisibili in numerosi sottosettori, quali ad esempio legno, cuoio, tessile, sono altresì suscettibili di essere impiegati nella fabbricazione di una vasta gamma di prodotti, assai diversi tra loro.

La vastità e varietà dei prodotti ha dunque determinato una scelta quasi obbligata per IFAT in relazione al prezzo, in ragione della quale la stessa ha preferito assestarsi su un piano generico tralasciando di stabilire con precisione i prezzi di ogni singolo prodotto.

2.4 Dall'autodisciplina all'eteroregolamentazione: interrogativi e riflessioni per una regolamentazione ufficiale del fenomeno

I rilievi fin'ora svolti consentono di riflettere, in maniera senz'altro più puntuale sull'opportunità e sull'efficacia delle scelte regolamentative di tipo autonomo poste in essere nel settore, nonché di comprendere le ragioni che hanno portato, oramai da qualche tempo, all'elaborazione di scelte legislative dai contorni, per così dire più istituzionali, e dunque più ufficiali.

La strada dell'autodisciplina, attuata mediante una serie di norme di carattere volontario, ha in effetti mostrato, al di là dei suoi meritevoli intenti, una serie di limiti e di problematiche di non facile soluzione, in gran parte, forse, anche connesse alla novità oltre che alla complessità del fenomeno ed in ordine alle quali è necessario spendere più di una considerazione.

In primo luogo vale senz'altro la pena soffermarsi sul carattere estremamente "privato" del fenomeno, il quale rileva sotto molteplici punti di vista. In particolare se da un lato l'elaborazione di norme volontarie, nella molteplicità delle sue espressioni, è indice della diffidenza e del timore nutriti dagli operatori del Cees nei confronti di entità esterne al movimento, dall'altro tale atteggiamento non può che evidenziare comunque la volontà di pervenire ad un riordino del settore, dimostrando la percorribilità di strade alternative rispetto al tradizionale modello di commercio internazionale. Tale volontà, rintracciabile nel tentativo di armonizzare criteri e finalità proprie del movimento, ha tuttavia finito per sconfinare, come si è visto, in un ambito poco consono alle dimensioni nonché al carattere del fenomeno stesso, quale appunto quello della eccessiva autoreferenzialità.

Non si può, in effetti, tacere con riguardo a tali iniziative il carattere eccessivamente privato degli strumenti adoperati e delle strategie poste in essere, le quali hanno per così dire quasi "imbrigliato" il fenomeno nel tentativo di proteggerlo dalle contaminazioni del mercato tradizionale.

La difficoltà di distinguere i soggetti destinatari delle attività di controllo dai soggetti in capo ai quali il controllo stesso compete, ha dunque finito per tradursi, in assenza di chiare prescrizioni in materia, in una sovrapposizione di ruoli, la quale ha a sua volta contribuito ad incrementare le molte indecisioni e incertezze nutrite dai consumatori rispetto all'acquisto di questi tipi di prodotti.

Una siffatta circostanza è d'altro canto facilmente verificabile dall'esame della procedura prevista per le organizzazioni ai fini dell'iscrizione nel *Rioces*, procedura che, come si ricorda,

prevede la compilazione di moduli di autovalutazione da parte delle organizzazioni richiedenti un accreditamento, sostanziandosi dunque in una sorta di vera e propria autocertificazione.

Nonostante per le stesse sia espressamente prevista, in calce ai suddetti moduli, una dichiarazione di responsabilità in ordine alle affermazioni ed alle informazioni fornite, nonché l'impegno, a corredare tali dichiarazioni mediante relativa documentazione, le perplessità circa la effettiva valenza del descritto sistema restano ancora tante e non sembrano neppure colmate dalla presenza del c.d. Comitato di Gestione del *Rioces* in capo al quale incombe la verifica del rispetto dei criteri di cui sopra; ciò in quanto, se per un verso è vero che tale Comitato svolge funzioni di monitoraggio e controllo in merito, per un altro verso è pure vero che la scelta di effettuare tali verifiche è rimessa alla sua stessa discrezionalità. A tal proposito si legge, all'interno del Regolamento di gestione del *Rioces*, al capitolo 3 "Procedure di iscrizione e di verifica del rispetto dei criteri (standard) definiti per ciascuna tipologia di soggetto" e nello specifico al punto 3.2 concernente la procedura di monitoraggio e verifica che "*Il Comitato di Gestione del Registro Agices decide, attraverso un verbale approvato da una maggioranza qualificata costituita dai 2/3 dei membri del Comitato stesso, se procedere al monitoraggio e alla verifica del rispetto dei Valori/Criteri Fondamentali ed Importanti da parte dell'organizzazione italiana di commercio equo e solidale: su segnalazione di ripetuti comportamenti scorretti, o ritenuti tali, del Consiglio Direttivo dell'Associazione; su segnalazione di ripetuti comportamenti scorretti, o ritenuti tali, di almeno 2 soci dell'Associazione (anche se non iscritti al Registro Agices) su propria iniziativa*" precisando di seguito che "*Le eventuali missioni di monitoraggio e verifica possono essere eseguite da valutatori indipendenti accreditati dal Comitato di Gestione del Registro Agices stesso*" e che "*La procedura di monitoraggio e verifica può portare, nel caso in cui il comportamento scorretto da parte dell'ente interessato non cessi nei tempi e nei modi stabiliti, all'attivazione della procedura sanzionatoria prevista dal Regolamento Interno dell'Associazione (per quanto riguarda i Valori/Criteri Fondamentali) e dal presente Regolamento (per quanto riguarda i Valori/Criteri Importanti)...*".

Di qui che resta esclusivamente in capo a quest'organo la facoltà di decidere se effettuare o meno i suddetti controlli e dunque di applicare le relative sanzioni.

Tale discrezionalità sembra ancor più accentuata se si riflette su una ulteriore circostanza concernente la struttura interna, e dunque i soggetti componenti proprio il Comitato di Gestione del *Rioces*, i cui interessi non possono non coincidere con quelli di coloro che operano all'interno del settore del Cees; ciò in virtù di una semplice osservazione, vale a dire il fatto che il suddetto Comitato è istituito in seno all'*Agices* che, in quanto Assemblea Generale Italiana

del commercio equo e solidale, si configura quale associazione di categoria rappresentando le organizzazioni che promuovono i prodotti e la cultura del Cees in Italia.

Dell' *Agices* fanno dunque parte, come si è detto, più di un centinaio di organizzazioni, tra cui tutti i cosiddetti importatori storici del commercio equo italiano, ma anche moltissime associazioni e cooperative che gestiscono localmente le Botteghe del Mondo. Tali osservazioni consentono di evidenziare maggiormente quella sovrapposizione di ruoli cui si accennava nelle precedenti righe e di riflettere con miglior cura sull'opportunità di introdurre un sistema di controllo esterno, anche e soprattutto ai fini di una maggiore trasparenza delle stesse attività agli occhi del consumatore.

Ma il problema dell'autoreferenzialità sembra non essere l'unico neo dei percorsi intrapresi nell'ottica dell'autoregolamentazione. Alle riflessioni fin qui articolate si aggiunga infatti anche la circostanza che i vari tentativi posti in essere allo scopo di inquadrare precisamente i prodotti nonché i soggetti del Cees non hanno consentito di pervenire all'elaborazione di criteri univoci e concordi, sostanzandosi al contrario in una serie di classificazioni e di standards dai caratteri piuttosto articolati oltre che divergenti.

Alla luce di tali premesse, le quali evidenziano i limiti e le lacune delle descritte impostazioni, appare più che doveroso interrogarsi sull'opportunità di intraprendere differenti percorsi normativi in tema, valutando la possibilità di pervenire ad una regolamentazione del settore dai connotati più ufficiali e, forse per questo, anche più vincolanti.

Tali riflessioni, oltre che apparire necessarie alla luce dei recenti interventi legislativi posti in essere nel settore, sembrano tra l'altro supportate da un notevole accostamento di intenti rilevabile tra gli operatori del Cees e le istituzioni. Negli ultimi anni, infatti, gli organismi di settore, così come pure le stesse associazioni dei consumatori si sono orientate, assieme alle forze istituzionali, nell'ottica di un percorso di regolamentazione ufficiale del fenomeno, dunque dai connotati non più autonomi, bensì eteronomi.

La ragione di un tale "cambio di rotta" sembra probabilmente imputabile all'enorme evoluzione che il fenomeno del Cees ha conosciuto negli corso degli ultimi tempi ed alle numerose istanze di protezione giuridica che in conseguenza di ciò sono state evidenziate.

La progressiva espansione del movimento ha infatti determinato, quale effetto indiretto, il progressivo aumento del rischio di confusione sui prodotti oltre che sui soggetti operanti a pieno titolo nel settore, i quali si sono trovati, in assenza di un quadro giuridico ufficiale di riferimento, per così dire privi di quelle garanzie necessarie a distinguere il loro operato dall'operato di quelle imprese entrate abusivamente nel settore e sprovviste dei requisiti richiesti. Tale "fastidiosa commistione" ha contribuito, dal canto suo, ad incrementare

notevolmente il clima di incertezze già presente in materia traducendosi in una ulteriore diminuzione di garanzia e di trasparenza a danno dei consumatori.

In ragione di tali problematiche, ben si comprende la volontà di dare vita ad un sistema giuridico maggiormente incisivo e rispettoso delle reali richieste del settore, che possa dunque garantire appieno le esigenze dei consumatori ed allo stesso tempo assicurarli il rispetto di quei connotati necessari da parte dei cc.dd. produttori.

Se la via dell'autoregolamentazione ha interpretato dunque delle istanze, suggerendo dei percorsi e ponendo degli interrogativi, la via dell'eteroregolamentazione sembra porsi quale strumento più adeguato per soddisfare tali esigenze.

I paragrafi che seguono mostrano in effetti proprio come questa volontà si sia tradotta in una serie di interventi legislativi elaborati in tema a vari livelli e come dunque l'esigenza di una eteroregolamentazione nel settore sia stata intesa quale passaggio necessario in vista delle predette esigenze. La creazione di un preciso schema legislativo in materia, corredato dall'istituzione di un rigoroso sistema sanzionatorio, consentirebbe, infatti, al di là di un riconoscimento ufficiale del fenomeno, anche una specifica individuazione dei prodotti del Cees e dei soggetti coinvolti, eliminando dunque il rischio che gli stessi si trovino in un certo senso a miscelarsi inconsapevolmente con soggetti estranei ai principi del movimento; ciò che si tradurrebbe implicitamente in una enorme garanzia per il consumatore.

PARTE II

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE: RICOGNIZIONE E VALUTAZIONE CRITICA DEI PROGETTI DI NORMAZIONE PRESENTI IN MATERIA A VARI LIVELLI

CAPITOLO PRIMO

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE NELLA SUA DIMENSIONE SOVRANAZIONALE

1.1 Introduzione e piano di lavoro

Negli ultimi anni l'azione politica delle istituzioni europee a favore del Cees sembra aver intrapreso percorsi interessanti, almeno a livello di intenti in tema di politiche di sostegno ai progetti del “*Fair Trade*”; ciò in ragione di una serie di circostanze in ordine alle quali appare opportuno spendere qualche considerazione. In primo luogo è il caso di notare come tutte le misure volte a disciplinare gli scambi internazionali di merci, e quindi anche quelli con i Paesi in via di sviluppo, rientrino nella competenza dell'Unione Europea in materia di politica commerciale, e come, per un altro verso, la stessa Unione Europea sia condizionata, nella sua politica commerciale, dagli obblighi vigenti tra i membri dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC); a ciò si aggiungano tutte quelle convenzioni internazionali esistenti in materia ambientale così come pure in tema di protezione dei diritti umani, nonché dei diritti dei lavoratori, le quali rilevano in maniera senz'altro significativa nell'ambito della disciplina delle relazioni commerciali internazionali.

Tali considerazioni, nella loro pur breve menzione, consentono di comprendere come già di per sé i contorni del fenomeno equo e solidale si estendano oltre i singoli confini nazionali e come in vista di ciò sia opportuno guardare con grande attenzione al quadro normativo sovranazionale, all'interno del quale il Cees acquista un valore ed una importanza strategica.

Orbene, ai fini dell'indagine che qui si sta conducendo, riguardo ad una auspicabile normazione del settore, occorre in primo luogo constatare, alla luce delle su esposte premesse, l'impossibilità di prescindere da un intervento di tipo sovranazionale che offra delle linee guida in materia.

In ragione di ciò risulterà senz'altro interessante, in questa sede, operare una sorta di ricognizione dei diversi interventi legislativi intrapresi nel settore a tale livello, procedendo per tipologie, al fine di valutare, in un panorama tanto variegato, la portata nonché il valore di codesti intenti. Nello specifico l'analisi si soffermerà su tre diverse categorie di interventi, concernenti da un lato le risoluzioni emanate dal Parlamento Europeo e volte a prendere coscienza del fenomeno, nonché le varie comunicazioni della Commissione ed in particolare il

recente contributo *“Aid for Trade”*, e dall’altro le due Direttive 17 e 18 del 2004, le quali seppur non direttamente dedicate al commercio equo e solidale, presentano indubbiamente profili rilevanti in tale settore, individuando, come si avrà modo di notare, un approccio al tema dai connotati senz’altro più concreti.

1.2 L'inserimento del commercio equo e solidale nel quadro delle strategie europee: primi percorsi e successivi intenti

Come s'accennava la prima tipologia di interventi ad essere presa in esame concerne le numerose risoluzioni emanate dal Parlamento in tema, le quali rivestono un'importanza davvero significativa e strategica se non altro in termini di effettivo riconoscimento del fenomeno e delle esigenze ad esso connesse.

Il Parlamento europeo, infatti - il quale è stato fra l'altro il primo fra le istituzioni comunitarie a dedicare spazio al commercio equo all'interno dei propri atti ufficiali - ha iniziato già a partire dagli anni novanta, ad adottare svariate risoluzioni sul tema, precisamente orientate a promuovere tale movimento. In particolare, il primo intervento volto ad esprimere sostegno in favore del Cees risale all'ottobre del 1991 quando, in conseguenza di un terribile ribasso dei prezzi verificatosi sui mercati mondiali, venne emanata la prima Risoluzione del Parlamento europeo volta ad esprimere sostegno attivo ai piccoli coltivatori di caffè del Terzo mondo, mediante una politica mirata di approvvigionamento e di introduzione di tali prodotti nelle istituzioni comunitarie³⁵.

Tuttavia, il primo documento comunitario rivolto a dare una rilevanza piena alla nozione di "commercio equo" fu la Risoluzione del Parlamento Europeo sulla "*promozione del commercio equo e solidale tra Nord e Sud*", adottata il 19 gennaio 1994.

L'importanza che tale documento riveste è senza dubbio notevole dato che attraverso lo stesso la Comunità Europea e gli Stati membri vennero invitati per la prima volta ad "*inserire organicamente il Cees nella politica comunitaria di cooperazione allo sviluppo*", a sostenerlo finanziariamente e riconoscerne giuridicamente l'attività nonché le relative organizzazioni.

Tale risoluzione fu, in un certo senso, il punto di inizio di tutta una serie di interventi³⁶ da parte di altri organi ed istituzioni comunitarie. Circa due anni dopo, infatti, e precisamente il 24 aprile del 1996, il Comitato economico e sociale adottò un parere concernente le iniziative di marchi, con particolare riferimento all'attività di certificazione ed alla sua indipendenza in

³⁵ Risoluzione del Parlamento europeo dell'8 ottobre 1991 (A3-228/91), in *GUCE* C 280, del 28 ottobre 1991, p. 33 e ss. Il Parlamento, iniziò dunque, già all'epoca, a rifornire la propria sede di Bruxelles di caffè Max Havelaar esortando, come si legge nel pt.4 "*..le organizzazioni d'importazione operanti nel settore del commercio equo e solidale, esistenti in quasi tutti gli Stati membri, a introdurre, in collaborazione con i torrefattori locali e i rappresentanti del commercio al dettaglio, un simbolo di qualità secondo il modello di successo Max Havelaar...*"

³⁶ Si pensi pure alla *Nota sul Commercio Alternativo* predisposta sempre nel 1994 dalla Commissione volta a favorire il Cees, nonché ad istituire un gruppo di lavoro sull'argomento, dalla lettura della quale è senz'altro possibile ricavare una particolare attenzione rivolta dalle istituzioni al problema delle iniquità esistenti in campo sociale.

quanto requisito di tutela dei consumatori³⁷. Ma è senza dubbio con la successiva Risoluzione, la A-4 0198/98³⁸, approvata tra l'altro all'unanimità, che il Parlamento Europeo realizzò un significativo intervento in materia.

Tale risoluzione, infatti, nell'ottica di una vera e propria ricognizione del fenomeno volta ad esaltarne finalità e meriti, sottolineava nei suoi vari *consideranda* “...che il commercio equo e solidale (c.e.s.) si è rivelato uno dei modi più efficaci per promuovere lo sviluppo...” e considerava altresì “...l'importanza dell'esperienza del c.e.s. come strumento per favorire lo sviluppo dell'uomo e promuovere regole internazionali in materia economica e commerciale ispirate a maggiore giustizia ed equità tra Nord e Sud...” indicando come principali obiettivi del Cees, a breve termine, quello di sostenere i piccoli produttori ed i lavoratori dei Paesi in via di sviluppo, fornendo loro maggiori opportunità ed apportando così un contributo alla promozione di uno sviluppo sociale ed economico durevole per le loro popolazioni, ed a lungo termine, quello di orientare il sistema commerciale internazionale in un senso più equo, istituendo un esempio ed esercitando pressioni su governi, organizzazioni internazionali e imprese per una realizzazione concreta delle finalità indicate. Una risoluzione importante, dunque, che oltre ad enunciare le potenzialità del fenomeno ha avuto il merito di porre allo stesso tempo in luce le tante problematiche ad esso sottese, così come si evince, in modo particolare, dalla lettura del suo art.10, riguardante i criteri che il Cees dovrebbe rispettare onde evitare il rischio di abusi³⁹.

³⁷ Nello stesso documento, al punto 2.3. si legge infatti “...per garantire ai consumatori che questi prodotti siano effettivamente prodotti e commercializzati in modo che garantisca buone condizioni di lavoro nel terzo mondo e maggiori vantaggi per i produttori, è necessaria una certificazione indipendente...”. Sul punto, e nello stesso senso, anche il Parlamento nella Risoluzione sul commercio equo e solidale (A4-0198/98), in *GUCE C 226*, del 20 luglio 1998, p. 74 e ss.

³⁸ Sempre nella Risoluzione A4 – 198/98, il Parlamento europeo ha sottolineato, con specifico riferimento alla politica di sostegno adottata in favore dei progetti del Cees, come alcune Organizzazioni non governative (ONG) si siano spesso avvalse di sostegni stanziati dall'UE per finanziare attività in favore dei Paesi in via di sviluppo. In proposito si pensi al Regolamento n. 1658/98 del Consiglio del 17 luglio 1998, relativo al “*cofinanziamento con le organizzazioni non governative di sviluppo (ONG) europee di azioni nei settori che interessano i paesi in via di sviluppo (PVS)*”.

³⁹ In particolare, l'art. 10 della Risoluzione A4 – 198/98 recita che “... il c.e.s., per non dare adito ad abusi, dovrebbe perlomeno rispettare i seguenti criteri: - acquisti diretti: società europee che importano direttamente da organizzazioni di produttori locali senza intermediari, diverse dalle organizzazioni di esportazioni costituitasi a vantaggio di tali prodotti, fatta eccezione per le organizzazioni che, in ragione della loro situazione particolare, non possono esportare senza intermediari, - un prezzo equo formato dal prezzo corrente di mercato, laddove esista, più un premio c.e.s., fermo restando che tale prezzo non può scendere al di sotto di una certa soglia, - pagamento parziale anticipato, se richiesto dal produttore, mancanza di monopoli di importazione o vendita, per garantire libero accesso ai prodotti c.e.s. a organismi commerciali e punti vendita, trasparenza dei prezzi, informando il consumatore sul prezzo effettivo ottenuto dal produttore, - relazioni stabili e di lunga durata con i produttori, condizioni di produzione che rispettino le convenzioni OIL in caso di impiego di salariati, - nessuna discriminazione tra uomini e donne e nessun ricorso al lavoro infantile, - rispetto dell'ambiente, protezione dei diritti dell'uomo e, in particolare, dei diritti delle donne e dei bambini nonché rispetto dei metodi di produzione tradizionali che favoriscono lo sviluppo economico e sociale, - rispetto dello sviluppo endogeno e sostegno all'autonomia delle popolazioni locali”.

Sempre durante lo stesso periodo, e tra l'altro in linea con quanto disposto dalla citata risoluzione, vennero elaborate tutta una serie di interrogazioni parlamentari rivolte alla Commissione e dirette a stimolarne l'azione⁴⁰. La stessa Commissione, dunque, sul finire degli anni novanta, presentò al Consiglio una Comunicazione⁴¹ contenente appunto principi e caratteristiche del Cees.

Nel quadro degli intenti posti in essere in tema occorre altresì menzionare l'accordo di partenariato ACP- CE, firmato a Cotonou il 23 giugno 2000 ed entrato in vigore il 1 aprile 2003.

In particolare tale accordo nel suo articolo 23, lettera g) prevede espressamente il sostegno alla promozione del commercio equo; inoltre il compendio sulle strategie di cooperazione all'accordo di Cotonou prevede che la cooperazione sostenga sia i gruppi di produttori nei Paesi in via di sviluppo, che le ONG nell'ambito dell'Unione europea attraverso dotazioni di bilancio e risorse del FES, e che tale sostegno venga utilizzato per finanziare il lancio di nuove linee di prodotti, campagne di sensibilizzazione dei consumatori, attività educative e costruzione di capacità.

L'inserimento di un riferimento esplicito al commercio equo nell'accordo ACP ebbe, lo si ricorda, a suo tempo anche il sostegno del Parlamento Europeo.

Tali documenti risultano, tra l'altro, perfettamente in linea con quanto disposto negli artt. 131 e 177 del Trattato CE⁴², laddove si legge che l'obiettivo della politica commerciale comune è di *“contribuire, secondo l'interesse comune, allo sviluppo armonico del commercio mondiale, alla graduale soppressione delle restrizioni agli scambi internazionali ed alla riduzione delle barriere doganali”*; e che la politica UE nel settore della cooperazione favorisce *“lo sviluppo economico e sociale sostenibile dei Paesi in via di sviluppo, in particolare di quelli più svantaggiati, l'inserimento armonioso e progressivo dei Paesi in via di sviluppo nell'economia mondiale, la lotta contro la povertà nei Paesi in via di sviluppo”*.

Orbene, gli atti comunitari sin qui esaminati consentono, già in questa sede, di elaborare qualche riflessione di ordine generale. Ciò che occorre rilevare, in primo luogo, è l'assenza di proposte legislative elaborate dalla Comunità sull'argomento. Questa, infatti, lungi dall'essersi

⁴⁰ In particolare si pensi alle interrogazioni, entrambe dell'on. L. Vecchi, E-3862/97 del 5 dicembre 1997 ed E-3611/98 del 3 dicembre 1998, rispettivamente in *GUCE C 223* del 17 luglio 1998 e in *GUCE C 182* del 28 giugno 1999; ma si pensi pure alla interrogazione dell'on. R. Fassa, E-794/99 del 6 aprile 1999 in *GUCE C 370* del 21 dicembre 1999.

⁴¹ Comunicazione della Commissione al Consiglio sul “commercio equo e solidale”, COM (1999) 619, del 29 novembre 1999.

⁴² Ma si pensi pure, in una prospettiva più generale, al disposto dell'art. 2 del Trattato CE il quale prevede che l'Unione promuova *“uno sviluppo armonioso, equilibrato e sostenibile delle attività economiche, un elevato livello di occupazione e di protezione sociale, nonché il miglioramento della qualità dell'ambiente, il miglioramento del tenore e delle qualità della vita”*;

mai spinta oltre il mero riconoscimento dell'importanza del Cees, non ha provveduto a rendere concreti i propri intenti attraverso l'elaborazione di specifici interventi, quali direttive o regolamenti sul tema, nè ha mai fornito una precisa nozione del fenomeno di portata generale o, quantomeno di portata strumentale all'attuazione di eventuali misure; ciò che certamente configura, allo stato, una lacuna considerevole.

A rinvigorire tali osservazioni critiche ha contribuito peraltro l'atteggiamento di silenzio assunto dalle istituzioni comunitarie durante il periodo successivo all'emanazione della Risoluzione del Parlamento europeo e alla Comunicazione della Commissione (1998-1999). A partire da tale data e durante alcuni anni, infatti, i riferimenti al commercio equo appaiono sporadici e raramente accompagnati da iniziative concrete, quasi come se tale fenomeno avesse perso, per un certo periodo, la rilevanza che le istituzioni comunitarie gli avevano riservato; quasi a voler significare un sopraggiunto disinteresse comunitario sul tema. Dunque alla luce di una ricognizione generale è possibile affermare come gli unici documenti emanati in quel periodo, siano generiche dichiarazioni di principio. E' alle organizzazioni del Cees che si deve, allora, in quegli anni, il merito di aver tenuto alto l'interesse e l'attenzione per le problematiche concernenti tale fenomeno. Tali organizzazioni hanno infatti accentuato il loro impegno nel settore avanzando numerose richieste⁴³.

Dopo una sorta di rallentamento, l'azione politica delle istituzioni europee a favore del commercio equo riprende e negli anni a seguire sono rintracciabili nuovamente una serie di intenti orientati in un'ottica di promozione oltre che di riconoscimento dell'attività del Cees⁴⁴; si pensi in particolare alla Comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento Europeo del dicembre 2003, sull'attuazione degli impegni assunti dopo il vertice mondiale sullo sviluppo sostenibile. Nel corso del vertice infatti l'UE si impegnò, con gli altri Paesi partecipanti, a *"promuovere i modelli di produzione e di consumo sostenibile, con i paesi sviluppati che assumono un ruolo guida..."*.

E' interessante notare come tale documento oltre a concepire il Cees in termini di contributo alla tutela ambientale e sociale, diffonda l'idea di una politica commerciale più inclusiva ed equa attraverso la quale perseguire uno sviluppo sostenibile. L'idea di base, sostenuta dalla Commissione, è dunque quella di operare nell'ottica di uno sviluppo socialmente ed ecologicamente sostenibile, promuovendo scambi di prodotti eco-compatibili,

⁴³ Sulla scorta di tali iniziative il Parlamento Europeo approvò, nel settembre 2003, il cd. Rapporto Morgantini su commercio e sviluppo, all'interno del quale oltre a riconoscere l'importanza del Cees come modello alternativo di mercato, volto a sostenere i PVS, viene sottolineato un obiettivo specifico, vale a dire fare in modo che la Commissione sostenga finanziariamente le imprese e le associazioni che praticano e promuovono il Cees. Tutto ciò nell'ottica di una maggiore democratizzazione del mercato internazionale.

⁴⁴ Il commercio equo è anche citato dal Rapporto UNCTAD per l'anno 2002, *Least Developed Countries – Escaping from the Poverty Trap*, su www.unctad.org.

favorendo in particolare la diffusione di quelli provenienti dai Paesi in via di sviluppo, ed indicando soprattutto come “attori” principali di un siffatto disegno gli operatori già presenti nel settore con particolare riguardo ai soggetti del Cees.

All'interno di tale percorso si inserisce altresì la Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo e al Comitato Economico e Sociale Europeo del 12 aprile 2005, avente come obiettivo principale il raggiungimento di una maggiore coerenza in termini di politiche per lo sviluppo⁴⁵. Anche tale comunicazione assume un rilievo assai significativo, quantomeno a livello di intenti, dato che la Commissione, attraverso tale documento, oltre a constatare che gli stanziamenti predisposti per i Paesi in via di sviluppo non erano di per sé da soli sufficienti a realizzare gli obiettivi di cui al citato Vertice Mondiale sullo Sviluppo Sostenibile, sottolineava in maniera esplicita la necessità di una maggiore coerenza in termini di politiche poste in essere da parte dei Paesi già industrializzati.

⁴⁵“Coerenza delle politiche per lo sviluppo. Accelerare i progressi verso la realizzazione degli obiettivi di sviluppo del millennio (OSM)” COM (2005) 134, 12/04/2005.

1.3 La Risoluzione del Parlamento Europeo del 13 marzo del 2007 sulla responsabilità sociale delle imprese: l'importanza del commercio equo e solidale

Ma il quadro degli intenti posti in essere a livello comunitario non sarebbe completo se non si menzionassero altresì i temi dell'etichettatura sociale così come della responsabilità sociale delle imprese con i quali nel corso di questi anni il Cees si è trovato inevitabilmente a mescolarsi. La Commissione, infatti, attraverso una nota Comunicazione del luglio del 2001⁴⁶, ha in primo luogo espresso il proprio supporto per le iniziative di “*social labelling*”, considerando le opportunità di accesso al mercato che esse offrono ai produttori dei Paesi in via di sviluppo, e nello stesso periodo ha poi lanciato una strategia finalizzata a promuovere a livello europeo il consolidarsi di una responsabilità sociale delle imprese. Il tema del “*corporate social responsibility*”, che naturalmente coinvolge molto da vicino le imprese europee, intese in senso omnicomprensivo, vale a dire dalle grosse multinazionali alle piccole e medie imprese, è stato affrontato dalla Commissione con particolare rilievo alla luce del ruolo che le stesse imprese esercitano all'interno della società; infatti la ricerca di modelli di sviluppo sostenibile non è esclusivamente un dovere riservato per così dire ai pubblici poteri, bensì è un dovere che spetta anche ad altri soggetti e cioè ad organizzazioni rappresentative di interessi, così come ai cittadini e più in generale ai consumatori ed alle imprese le quali devono, di propria iniziativa, assumere comportamenti responsabili da un punto di vista ecologico e sociale⁴⁷, mirando a raggiungere, in tal senso, standard più elevati rispetto a quelli prescritti dalle norme vigenti⁴⁸.

Proprio su tale tema il Parlamento è tornato di recente nuovamente ad esprimersi con una Risoluzione, la 2006/2133(INI) del 13 marzo del 2007. Attraverso tale risoluzione, nel richiamare all'interno delle sue premesse il commercio equo, in particolare con riferimento

⁴⁶Più ampiamente, COM (2001) 416 “Promozione delle norme fondamentali del lavoro e miglioramento della governance sociale nel quadro della globalizzazione” del 18 luglio 2001.

⁴⁷ Con specifico riferimento alle imprese, vale la pena di sottolineare come anche a livello internazionale sia stata lanciata una strategia analoga a quella europea. Infatti il JIP (Joint Implementation Plan) adottato a Johannesburg, afferma che al fine di perseguire una responsabilità sociale delle imprese, è necessario “...*encourage industry to improve social and environmental performance through voluntary initiatives, including environmental management system, codes of conduct and public reporting on environmental social issues...*” “...*encourage dialogue between enterprises and the communities in which they operate and other stakeholders*”.

⁴⁸ In pratica, a parere della Commissione, la partecipazione da parte delle imprese a schemi di etichettatura sociale rappresenterebbe uno strumento attraverso cui manifestare responsabilità sociale. Se da un lato ciò è certamente vero, occorre tuttavia considerare che la responsabilità sociale assume un diverso impatto a seconda che l'impresa operi nel territorio comunitario o in un paese terzo. Infatti, mentre nel primo caso l'impresa dovrà fornire prova di comportamenti che vanno oltre quelli normalmente richiesti dalla legislazione rilevante, nel secondo caso invece l'impresa dovrà più che altro mirare ad assicurare una tutela minima; ciò in considerazione del fatto che molto spesso nei Paesi in via di sviluppo ci si trova davanti ad una normativa quasi del tutto assente, per cui è ovvio che in tali circostanze sarà più opportuno per l'impresa operare semplicemente nel rispetto delle Convenzioni OIL e delle linee guida OCSE.

all'ultima Risoluzione del 6 luglio 2006, lo stesso Parlamento sottolinea espressamente il nesso esistente tra responsabilità sociale delle imprese e sviluppo sostenibile affermando che “...il potenziamento delle responsabilità sociale e ambientale delle imprese, collegato al principio della responsabilità imprenditoriale, rappresenta un elemento essenziale del modello sociale europeo, della strategia europea per lo sviluppo sostenibile e al fine di rispondere alle sfide sociali della globalizzazione economica...”. Numerosi, all'interno della risoluzione, sono i richiami al perseguimento di obiettivi di eguaglianza e giustizia sociale; nel testo espressamente si legge “(Il Parlamento)... apprezza l'obiettivo della comunicazione sulla RSI di legare la RSI agli obiettivi economici, sociali e ambientali dell'agenda di Lisbona, segnatamente perché ritiene che un approccio serio alle RSI da parte delle imprese possa contribuire ad aumentare l'occupazione, a migliorare le condizioni di lavoro, a garantire il rispetto dei diritti dei lavoratori e a promuovere la ricerca e lo sviluppo di innovazioni tecnologiche; sostiene il principio della "competitività responsabile" quale parte integrante del programma della Commissione a favore dell'innovazione e della competitività (PIC); esorta le imprese europee a precisare nelle loro relazioni in che modo stanno contribuendo agli obiettivi di Lisbona; riconosce che regole efficaci in materia di concorrenza, all'interno e al di fuori dell'Europa, costituiscono un elemento essenziale per garantire pratiche imprenditoriali responsabili, in particolare assicurando un trattamento equo e l'accesso per le PMI stabilite in loco; ribadisce che l'attuazione, nell'ambito della RSI, di procedure di assunzione responsabili e non discriminatorie che promuovano l'occupazione delle donne e delle persone svantaggiate contribuisce alla realizzazione degli obiettivi di Lisbona...”.

In particolare, nella parte della Risoluzione dedicata ai legami esistenti tra responsabilità sociale delle imprese e competitività, nel rilevare la contraddizione sussistente tra le strategie competitive poste in essere dalle imprese e gli impegni di carattere sociale e solidale che le stesse assumono volontariamente, si riconosce l'importanza di comportamenti socialmente responsabili. In tale direzione, assume particolare rilievo anche il richiamo rivolto alla Commissione di presentare una proposta volta a modificare la quarta direttiva 78/660/CEE del Consiglio, del 25 luglio 1978, basata sull'articolo 54, paragrafo 3, lettera g), del trattato e relativa ai conti annuali di taluni tipi di società, in modo che i requisiti in materia di informazioni sociali e ambientali siano inclusi accanto agli obblighi di informazione finanziaria.

La responsabilità sociale delle imprese, viene dunque indicata come “un motore importante” attraverso il quale le imprese possano orientare le proprie scelte strategiche integrandole attraverso politiche sociali, che tengano conto dei diritti dei lavoratori, che

riconoscano una politica salariale equa, che tengano conto anche di questioni ambientali, per promuovere insomma uno sviluppo sostenibile; tali riferimenti, concernenti gli obiettivi perseguibili attraverso un comportamento socialmente responsabile, sono, come è facile intuire, fortemente connessi al tema del Cees, che viene addirittura richiamato direttamente nella parte della Risoluzione concernente l'integrazione della RSI nelle politiche e nei programmi dell'Unione europea. Espressamente, si legge *“(il Parlamento) prende atto del contributo fornito dal movimento internazionale del commercio equo e solidale nell'aprire la strada a pratiche commerciali responsabili per sessant'anni e nel dimostrare che tali pratiche sono economicamente valide e sostenibili lungo tutta la catena di approvvigionamento; chiede alla Commissione di tener conto dell'esperienza del movimento del commercio equo e solidale e di studiare sistematicamente come tale esperienza possa essere impiegata nel contesto della RSI”*.

In realtà, l'intera Risoluzione è ricca di riferimenti ai Paesi poveri e alla necessità di garantire uno sviluppo economico bilanciato rispetto anche alle esigenze di questi Paesi. Anzi, è possibile affermare, da un'attenta lettura del documento, come la responsabilità sociale delle imprese venga intesa nell'ottica di tali finalità sociali e come tale strumento costituisca il miglior modo di conseguire un equilibrio armonioso globale che persegua la crescita economica assicurando al contempo il rispetto di elevati standards sociali ed ambientali. In tal senso, particolarmente significativo è l'invito rivolto alla Direzione generale Sviluppo della Commissione di esercitare un ruolo attivo nel dibattito sulla RSI, per esaminare le condizioni di lavoro e di sfruttamento delle risorse naturali nei Paesi in via di sviluppo, combattere la povertà e creare una crescita equa. Tali obiettivi dovrebbero in concreto essere perseguiti, inserendo, così come suggerisce il Parlamento alla Commissione, nei futuri accordi di cooperazione con i Paesi in via di sviluppo, capitoli sulla ricerca, sul monitoraggio e sull'assistenza finalizzata alla soluzione dei problemi sociali, umani e ambientali nell'ambito delle attività e delle catene di approvvigionamento delle imprese dell'Unione Europea nei Paesi terzi.

Anche attraverso tale Risoluzione, dunque, che rientra nell'ambito della prima tipologia di interventi posti in essere a livello comunitario in tema di Cees, è possibile cogliere l'accresciuta importanza del movimento equo e solidale, ritenuto, pure con riferimento al tema della responsabilità sociale d'impresa, promotore di corrette pratiche commerciali oltre che valido e concreto strumento di lotta alla povertà.

1.4 L'ultima Risoluzione del Parlamento Europeo: qualche passo in avanti nell'ottica di un ulteriore riconoscimento del fenomeno

La sintesi degli interventi fin ora descritti e posti, appunto, in essere da parte delle istituzioni comunitarie in tema di Cees, mostra, al di là dell'evidente interesse suscitato dall'argomento, l'esistenza di un quadro piuttosto teorico oltre che complesso e variegato in termini di stili e di approcci rivolti al fenomeno in esame. Più precisamente, a parte la Risoluzione del Parlamento europeo del 1998 e la successiva Comunicazione della Commissione del 1999, entrambe espressamente dedicate al Cees, l'attenzione e la considerazione riservate al tema nel corso degli ultimi anni, sono state notevoli ma non esclusive dato che tale argomento è stato in molti casi inserito all'interno di documenti a contenuto più ampio⁴⁹.

L'ultima Risoluzione del Parlamento europeo "*sul commercio equo e solidale e lo sviluppo*" (2005/2245INI), si muove invece in questo senso nell'ottica di un ulteriore riconoscimento del fenomeno equo e solidale riprendendo, seppur in parte, la stessa logica per così dire "diretta" della Risoluzione del Parlamento europeo del 1998 ed introducendo al tempo stesso nuovi e interessanti spunti di riflessione.

Allo stesso modo della precedente Risoluzione, si ribadisce in primo luogo il ruolo del commercio equo inteso quale efficace mezzo di promozione dello sviluppo sostenibile, in grado di contribuire a rafforzare le norme sociali ed ambientali e di immettere sul mercato, nonché commercializzare e promuovere prodotti rispondenti a determinati criteri sociali, ambientali e di sviluppo; in particolare il Cees viene definito un "*importante strumento per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo del millennio (OSM)*", quali la creazione di un partenariato mondiale per lo sviluppo e soprattutto l'eliminazione della povertà. In tal senso viene dunque ulteriormente ribadita l'importanza del commercio equo rispetto al problema

⁴⁹ Si pensi, ad esempio, alla risoluzione dell'8 ottobre 1991 sul sostegno attivo ai piccoli coltivatori di caffè del Terzo mondo mediante una politica mirata di approvvigionamento e di introduzione di tale prodotto nelle istituzioni comunitarie, così come al parere del Comitato economico e sociale in merito al movimento "European Fair Trade marking", ed in quadro più ampio si pensi alla stessa proposta di regolamento (CE) del Consiglio che applica speciali disposizioni di incentivo in materia di diritti del lavoro e tutela ambientale previsti agli articoli 7 e 8 dei regolamenti (CE) del Consiglio nn. 3281/94 e 1256/96 i quali applicano il regime di preferenze tariffarie generalizzate per quanto riguarda alcuni prodotti agricoli e industriali provenienti dai Paesi in via di sviluppo; ancora si veda ad esempio la risoluzione del 15 maggio 1997 sull'etichettatura sociale, così come il sondaggio Eurobarometro 1997 "Atteggiamenti dei consumatori UE nei confronti delle banane Fair Trade"; ma si pensi pure alla risoluzione del 2 ottobre 1997 sul Libro Verde della Commissione circa le relazioni tra l'Unione europea e i paesi ACP all'alba del XXI secolo - Sfide e opzioni per un nuovo partenariato, ed alla risoluzione del 1° aprile 1998 sulla comunicazione della Commissione concernente gli orientamenti per il negoziato di nuovi accordi di cooperazione con i paesi dell'Africa, dei Caraibi e del Pacifico (ACP). Infine, si consideri anche la comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo, del 12 febbraio 2004, dal titolo "Catene di prodotti agricoli di base, dipendenza e povertà".

della povertà, posto che nei vari *consideranda* si legge che “*considerando che i prezzi di molti dei principali prodotti agricoli esportati dai paesi in via di sviluppo, quali zucchero, cotone, cacao e caffè, sono caduti tra il 30 e il 60 per cento tra il 1970 e il 2000, obbligando i piccoli agricoltori a vendere i propri raccolti al di sotto del costo di produzione e riducendo le entrate di molti tra i paesi più poveri del mondo, ...il commercio equo e solidale può fornire soluzioni a questo problema...*”

In particolare, all'interno di tale documento, viene posto in luce un dato significativo inerente l'aumento delle vendite del Cees in Europa. “...Tali vendite...”, si legge nei vari *consideranda*, “...sono aumentate in media del 20% l'anno, a partire dal 2000, a beneficio di oltre un milione di produttori e delle loro famiglie...”; ciò che dimostra al di là di un crescente interesse dei consumatori europei nei confronti degli acquisti responsabili, una effettiva presa di coscienza da parte della stessa Comunità delle enormi potenzialità connesse a tale fenomeno.

Nell'ottica, dunque, di una progressiva estensione del movimento equo e solidale, sia in termini di interesse rivolto al tema sia in termini di volontà di regolamentare la materia, la risoluzione esorta gli Stati membri, attualmente impegnati nell'elaborazione di normative nel settore o che possono influire sulle organizzazioni del commercio equo e solidale o su altre iniziative commerciali soggette a controlli indipendenti, a basare i criteri relativi sulle conoscenze e l'esperienza dei soggetti interessati, incluso il movimento internazionale del Cees, e a valutare attentamente, quale primo passo, il rischio di un eccesso di regolamentazione, nonché il possibile impatto di tale regolamentazione sui produttori su piccola scala e marginalizzati.

Sempre allo scopo di evitare il rischio di abusi nel settore del Cees, si fa riferimento ad una serie di criteri che tale movimento deve soddisfare, alcuni dei quali peraltro già indicati nella precedente risoluzione. Si richiede, quindi, il pagamento di

“...a) un prezzo equo al produttore, che garantisca un salario equo, copra i costi di una produzione sostenibile e il costo della vita; tale prezzo deve essere almeno pari al prezzo minimo e ai premi del commercio equo e solidale, ove questi siano stati definiti dalle associazioni internazionali del commercio equo e solidale,

b) se il produttore lo richiede, parte del pagamento deve essere versata in anticipo,

c) relazioni stabili e a lungo termine con i produttori e partecipazione dei produttori alla definizione delle norme del commercio equo e solidale,

d) trasparenza e tracciabilità lungo l'intera catena di fornitura, al fine di garantire informazione adeguata al consumatore,

e) condizioni di produzione che rispettino l'ottava convenzione di base dell'Organizzazione internazionale del lavoro,

f) rispetto per l'ambiente, protezione dei diritti dell'uomo e, in particolare, dei diritti della donna e del bambino, nonché rispetto dei metodi di produzione tradizionali che promuovono lo sviluppo economico e sociale,

g) sviluppo di capacità e responsabilizzazione dei produttori, in particolare dei produttori e dei lavoratori su piccola scala e marginalizzati dei paesi in via di sviluppo, delle loro organizzazioni e delle rispettive comunità, onde garantire la sostenibilità del commercio equo e solidale,

h) sostegno alla produzione e accesso al mercato per le organizzazioni dei produttori,

i) attività di sensibilizzazione sulla produzione del commercio equo e solidale e le relazioni commerciali, la missione e gli obiettivi del commercio equo e solidale e l'ingiustizia prevalente delle norme commerciali internazionali,

j) la sorveglianza e la verifica del rispetto di questi criteri, laddove le organizzazioni del Sud del mondo devono svolgere un ruolo di maggior peso al riguardo, che porti a una riduzione dei costi e a una maggiore partecipazione locale al processo di certificazione,

k) regolari valutazioni dell'impatto delle attività di commercio equo e solidale..."

A seguire, all'interno di tale documento vengono nuovamente ribaditi il ruolo e l'importanza del Cees, considerando in particolare che l'istituzione di un sistema commerciale multilaterale libero ed equo costituisce lo strumento migliore per realizzare un'efficace gestione della globalizzazione a beneficio di tutti, ricordando che, laddove gli accordi commerciali internazionali non rispondano alle esigenze dei Paesi poveri, il sistema del Cees può rivelarsi efficace consentendo ai Paesi in via di sviluppo di partecipare pienamente al sistema multilaterale degli scambi commerciali. Ancora sempre nell'ottica di una maggiore espansione e legittimazione del movimento, il Parlamento attraverso tale risoluzione invita la Commissione a lanciare specifici "inviti a presentare proposte" con obiettivi finalizzati al commercio equo, al fine di sensibilizzare maggiormente i consumatori; in particolare lo stesso Parlamento invita la Commissione e gli Stati membri a scegliere misure appropriate per assicurare che i consumatori abbiano accesso a tutte le informazioni di cui hanno bisogno, al fine di attuare scelte consapevoli.

Particolarmente interessante è l'invito rivolto dal Parlamento alla Commissione al punto 19 della risoluzione in discorso; tale punto concerne espressamente l'invito a fornire assistenza al commercio equo. Nello specifico l'assistenza di cui qui si discorre può estrinsecarsi a vari

livelli o meglio può essere prestata da parte della Commissione in due diversi contesti, quello proprio dei Paesi in via di sviluppo e quello invece dell'Unione Europea.

La Commissione può dunque elaborare misure volte a sviluppare nuovi prodotti del commercio equo, fornendo anche assistenza tecnica, può intervenire incoraggiando programmi di costruzione della capacità e di responsabilizzazione, sostenendo finanziamenti anticipati per i produttori, nonché ad esempio prestando assistenza durante le fasi di distribuzione dei prodotti sui mercati locali; così come a livello di Unione Europea, elaborando misure per sostenere programmi di sensibilizzazione al commercio equo, campagne di informazione e attività promozionali, ricerche sull'impatto valutazioni della tracciabilità e della responsabilità, invogliando alla commercializzazione dei prodotti del commercio equo offrendo un sostegno concreto per i negozi, c.d. "Worldshop".

Tale politica di sostegno nei confronti del Cees viene tra l'altro perseguita dallo stesso Parlamento anche rivolgendosi ai vari livelli, cioè ai vari organi, di governo del territorio, esortando le autorità pubbliche in Europa, ma anche gli enti pubblici, ad integrare criteri di commercio equo nei loro bandi di gara e nelle loro politiche d'acquisto "*...ricorda che soprattutto gli enti pubblici regionali effettuano elevati investimenti nel mercato dei prodotti.... li invita pertanto a prestare, nei loro bandi di gara, particolare attenzione ai prodotti del commercio equo e solidale...*".

Infine, tra gli elementi di maggiore spicco e novità, occorre menzionare il riconoscimento dell'esistenza di strumenti compatibili con l'OMC, mediante i quali è possibile sostenere il commercio equo, sempre che ciò non determini discriminazioni nei confronti degli Stati membri dell'OMC; nonché viene accolta favorevolmente l'introduzione di speciali clausole sociali ed ambientali nel sistema delle preferenze generalizzate.

1.5 La Comunicazione della Commissione Europea del 4 aprile 2007: “Aid for Trade strategy”

Il 4 Aprile 2007 la Commissione Europea ha pubblicato il Comunicato “Verso una strategia europea di “Aid for Trade” – il contributo della Commissione”⁵⁰. Tale documento, il quale si sostanzia in una proposta di intervento volta all’accrescimento del commercio quale efficace strumento per lo sviluppo sostenibile dei Paesi del Sud del mondo, contempla al suo interno una serie di iniziative orientate in special modo a stimolare le attività di esportazione dei paesi poveri per favorirne l’ingresso nel mercato globale.

Si legge, infatti, nelle prime righe della Comunicazione in discorso che “*Gli scambi commerciali sono un importante fattore capace di accelerare la crescita e la riduzione della povertà nei Paesi in via di sviluppo...*” e che “*...Per garantire l’integrazione di tali paesi nel commercio mondiale non basta migliorare l’accesso al mercato e rafforzare le norme commerciali internazionali..*” bensì occorre che i Paesi in via di sviluppo eliminino gli ostacoli presenti sul fronte dell’offerta al fine di ovviare alle carenze strutturali. “*...Essi devono pertanto procedere a riforme interne delle politiche legate al commercio, agevolare gli scambi commerciali, potenziare le capacità nel settore doganale, ammodernare le infrastrutture, migliorare le capacità produttive e creare mercati nazionali e regionali. Occorrono iniziative complementari in materia di stabilità macroeconomica, riforme fiscali, promozione degli investimenti, politica del lavoro, normative e istituzioni nel settore del mercato di capitali e prodotti, nonché sviluppo del capitale umano*”.

In particolare, al punto 2 della Comunicazione, nella parte inerente gli obiettivi, si discorre, tra gli altri, di un preciso impegno assunto dall’Unione Europea in tale ambito, il quale si sostanzierebbe in una cospicua elargizione finalizzata ad incrementare il volume degli aiuti al commercio “*portando l’assistenza in campo commerciale a 2 miliardi di euro l’anno entro il 2010...*”.

⁵⁰ COM (2207) 163. Tale tipologia di aiuti al commercio non rappresenta in realtà una sostanziale novità se si considera che a partire dall’Uruguay Round, il quale ha sancito la nascita della WTO, i paesi più ricchi hanno accresciuto il loro consenso attorno alla necessità di garantire assistenza tecnica di tipo commerciale per aiutare i Paesi in via di sviluppo nell’implementazione degli accordi nonché per fronteggiare i relativi costi associati. In particolare tra gli accordi dell’Uruguay Round fu inserita una specifica riguardante i Paesi importatori netti di cibo (NFIDCs), così come pure numerose risultano essere le misure di assistenza tecnica stabilite con l’obiettivo di aiutare a sostenere lo sviluppo delle capacità commerciali dei Paesi poveri e di quelli meno sviluppati. Il piano più organico risulta essere l’Integrated Framework for Trade-Related Technical Assistance to LDCs (IF) realizzato nel 1997 ed i cui obiettivi principali risultano essere quelli di integrare il commercio all’interno delle strategie di sviluppo della Banca Mondiale, come i Poverty Reduction Strategy Papers (PRSPs), e di coordinare i relativi aiuti al commercio. Ma si pensi pure al Joint Integrated Technical Assistance Programme (JITAP) nato con l’obiettivo di aiutare i Paesi africani a partecipare ai negoziati WTO; o al Trade Integration Mechanism (TIM) del Fondo monetario internazionale, il quale dovrebbe facilitare l’accesso dei Paesi ai fondi dell’organizzazione per fronteggiare i problemi conseguenti alle liberalizzazioni. Tali programmi non hanno tuttavia raggiunto gli obiettivi prefissati; ciò a causa non solo della mancanza delle risorse e del personale ma anche in seguito alla lentezza dei processi previsti per accedere ai suddetti fondi.

Una siffatta previsione, oltre a stimolare le attività di esportazione dei paesi poveri, determinerebbe, nelle intenzioni della Commissione, un duplice risultato, vale a dire da una parte faciliterebbe l'accesso di tali paesi al mercato mondiale e dall'altra consentirebbe in contemporanea la loro fuoriuscita dallo stato di povertà⁵¹.

Come si legge, infatti, nel punto 2 della suddetta Comunicazione, concernente gli obiettivi “*Gli aiuti al commercio perseguono diversi obiettivi: consentire ai paesi in via di sviluppo, e in particolare ai meno sviluppati di essi (PMS), di utilizzare gli scambi commerciali in maniera più efficace per promuovere la crescita, l'occupazione, lo sviluppo e la riduzione della povertà, nonché per conseguire i propri obiettivi di sviluppo; aiutarli a sviluppare ed ammodernare la loro capacità sul fronte dell'offerta e le infrastrutture connesse al commercio per agevolare il loro accesso ai mercati e consentire loro di incrementare le esportazioni; aiutarli a realizzare le riforme commerciali e a liberalizzare gli scambi, nonché ad adattarsi alla nuova situazione, anche attraverso adeguamenti sociali e del mercato del lavoro; sostenere l'integrazione regionale; contribuire ad un'agevole integrazione nel sistema commerciale mondiale e all'attuazione degli accordi commerciali, nell'ambito dello sviluppo sostenibile, della conservazione delle risorse naturali e dell'ambiente e della promozione di condizioni di lavoro dignitose...*”.

In vista dei citati obiettivi si prevede che il pacchetto di aiuti predisposto dalla Commissione operi attraverso quattro principali tipi di politiche: 1) “*Trade policy and regulation*”, le quali mirano a fornire le capacità tecniche di formulare efficienti politiche commerciali nazionali, partecipare ai negoziati internazionali e implementare gli accordi che ivi si raggiungono; 2) “*Economic Infrastructure*”, ovvero investimenti nelle infrastrutture (strade, porti, telecomunicazioni, reti energetiche, etc) necessarie per far accedere i prodotti locali ai mercati internazionali e regionali; 3) “*Productive capacity building*”, un rafforzamento dei sistemi economici nazionali dei Paesi in via di sviluppo, a sostegno della competitività delle imprese locali, e offrendo supporto tecnico volto a raggiungere gli standard sanitari o di sicurezza necessari per accedere ai mercati occidentali (soprattutto l'UE); 4) “*Adjustment assistance*”, volta a controbilanciare i costi di transizione dovuti alla liberalizzazione (perdita di introiti fiscali, costi della riallocazione di risorse e lavoro in nuove produzioni)⁵².

⁵¹ Questo programma, infatti, partito in collaborazione con l'OCSE e sotto lo sguardo interessato dell'UNCTAD e dell'UNDP, si pone il duplice obiettivo di far superare ai Paesi in via di sviluppo le cc.dd. “supply-side constraint”, che impediscono l'accesso sui mercati internazionali delle loro merci, e di offrire uno strumento per contrastare gli inevitabili effetti negativi di aggiustamento dovuti all'apertura dei loro mercati interni.

⁵² Durante l'ultima Conferenza Ministeriale della WTO di Hong Kong del Dicembre 2005 i Paesi membri della WTO diedero mandato al Direttore Generale, Pascal Lamy, per costituire una Task Force con l'obiettivo di elaborare le raccomandazioni per rendere operativo l'Aid for Trade. Il lavoro della Task Force si è concluso nel Luglio del 2006, individuando sei categorie che gli aiuti al commercio dovrebbero coprire. Si tratta delle Trade

Orbene, pur premettendo che l'impostazione generale di questo programma di interventi è stata effettivamente condivisa tanto dai paesi industrializzati, quanto dalle istituzioni economiche e finanziarie internazionali e dai paesi poveri, occorre comunque rilevare l'atteggiamento di diffidenza nutrito dalle ONG che operano nel settore, le quali non solo non hanno mancato di sottolineare l'importanza di alcune questioni fondamentali da cui dipende l'efficacia della stessa iniziativa, quanto soprattutto hanno avanzato notevoli critiche in riferimento al timore che tale progetto possa far crescere in modo dannoso la dipendenza di questi paesi dalle esportazioni, deviando i fondi da quelli che sono in realtà gli essenziali bisogni allo sviluppo.

Tali osservazioni trovano invero più di una conferma se si considera che il programma della Commissione, nonostante i meritevoli intenti, non intacca le inique normative che governano il mercato internazionale, sostanziosamente in un mero intervento di tipo assistenzialistico, il quale mira semplicemente ad incrementare le attività di esportazione, fornendo un aiuto economico.

L'incremento di tale attività, dal canto suo, seppur apprezzabile dal punto di vista delle finalità, rischia di comportare, in presenza di un sistema di regole commerciali alquanto ingiuste, una costante perdita di risorse per questi paesi oltre ad una sempre più totale dipendenza dai compratori stranieri.

Anziché porre lo sviluppo al centro del commercio, il principio di fondo di "*Aid for Trade*" pare dunque voler incanalare il commercio all'interno delle strategie nazionali dei Paesi in via di sviluppo, quasi a voler adattare le politiche di sviluppo dei paesi poveri alle regole del commercio internazionale. Tale operazione, oltre a risultare piuttosto ardua, rischia in realtà di configurare un serio pericolo per tali paesi, in quanto l'imposizione di regole uguali a soggetti che uguali non sono rischia di provocare situazioni fortemente sperequate⁵³. Mentre l'apertura dei mercati ha rappresentato un volano per la crescita economica di molti paesi asiatici, altrettanto non è stato per la grandissima parte dei paesi africani, caraibici, e sudamericani, dove anzi, sono state denunciati numerosi episodi di decadimento del reddito di alcune comunità locali, spesso in concomitanza con la distruzione delle loro strutture sociali. A fronte di quanto appena espresso, si consideri altresì che un mero adeguamento da parte dei Paesi in via di sviluppo alle regole del mercato mondiale, lungi dal produrre effetti positivi per tali paesi

Policy Regulations, Trade Development, Trade-Related Infrastructure, Building Productive Capacity, Trade-Related Adjustment e Other Trade-Related Needs.

⁵³ Di ciò si devono essere accorti, almeno in parte, i guru dell'economia globale ed i principali rappresentanti politici, nel momento in cui la ricetta liberista del "Washington Consensus" non si è dimostrata efficace per lo sviluppo della gran parte dei paesi cui era stata prescritta. L'integrazione economica internazionale ha distribuito i suoi benefici in modo asimmetrico: i paesi ricchi sono diventati più ricchi, mentre quelli poveri, se non più poveri, non hanno beneficiato quanto quelli ricchi dei frutti della globalizzazione.

rischierebbe di aggravare la loro situazione. Esiste, infatti, il rischio che il programma dell' "Aid for Trade" venga utilizzato come strumento per fare in modo che i paesi poveri firmino accordi commerciali come l' "Economic Partnership Agreements"⁵⁴, i quali possono rivelarsi ulteriormente dannosi per lo sviluppo economico, sociale ed ambientale, di questi paesi sostanziosi in accordi di libero scambio tra due partner diseguali. In cambio della continuazione di un regime preferenziale per i paesi ACP (Africa, Carabi e Pacifico) all'interno del mercato europeo, l'Unione Europea chiede impegni reciproci in termini di accesso ai mercati ACP per le sue imprese, ciò che se da un lato risulterebbe apprezzabile sotto il profilo della reciprocità, dall'altro lato rappresenterebbe un effettivo pregiudizio considerato che le imprese europee schiaccerebbero inesorabilmente quelle africane nei mercati di beni⁵⁵.

Al di là dei rischi appena esposti, è il caso di sottolineare altresì una serie di lacune particolarmente evidenti nella lettura del suddetto programma, prima fra tutte l'assenza di un effettivo riconoscimento al ruolo dei piccoli produttori, i quali tendono a perdere sempre più terreno nel commercio internazionale non riuscendo a competere con operazioni altamente capitalizzate e di larga scala ed essendo sempre più vittime dei prezzi instabili del mercato internazionale. Nella Comunicazione il riferimento ai produttori è in effetti limitato alla conformità con gli standards di sanità (pubblica e privata), sicurezza, ambiente e lavoro, non considerando tuttavia che molti di questi standards sono stati costituiti senza la partecipazione di alcun produttore del Sud del mondo.

Ma le lacune dell'iniziativa dell'Unione Europea secondo il "Fair Trade" non si sostanziano soltanto nelle osservazioni appena esposte, riguardando invece anche la mancanza di proposte atte a migliorare l'assistenza legata al commercio, l'incapacità di garantire prezzi equi ai produttori e di assegnare alla società civile ruoli di monitoraggio dell'attività commerciale e di informazione, così come pure l'assenza di riferimenti concreti a questioni basilari come l'educazione ed il miglioramento degli organismi sanitari.

All'interno del programma della Commissione mancano infatti suggerimenti concreti su come raggiungere prezzi remunerativi per i produttori, posto che i prezzi equi e giusti

⁵⁴ Gli Epas, accordi di partenariato economico, sono nuovi accordi di libero commercio che l'Unione Europea sta negoziando con 76 Paesi ACP (Africa, Carabi e Pacifico), nella maggioranza ex colonie dei suoi Stati Membri.

⁵⁵ Inoltre trattandosi di accordi di libero scambio, essi comporteranno dei costi per i Paesi ACP a cui gli stessi si troveranno a far fronte, i quali necessitano di risorse fruibili capaci di garantire lo sviluppo delle proprie capacità produttive, la creazione di quelle infrastrutture necessarie a migliorare il commercio regionale ed internazionale, il passaggio ad un sistema di tassazione più articolato e meno dipendente dai dazi. Oltre a tali costi ne esistono altri di natura economica, sociale ed ambientale associati ai processi conseguenti all'entrata in vigore degli Epas, i quali tuttavia non vengono riconosciuti, quali ad esempio le migrazioni dalle campagne alle città a causa dell'afflusso sui mercati locali di prodotti agricoli europei che toglieranno mercato alle produzioni di milioni di piccoli contadini, la perdita di terreni derivante dalla concentrazione terriera in mano a pochi grandi agro-esportatori, il sovra sfruttamento delle risorse naturali a causa di accordi in materia di liberalizzazione degli investimenti.

rappresentano una sorta di pre-requisito per far sì che i tali soggetti mantengano stili di vita sostenibili; la stessa Commissione pur denunciando una grave debolezza nell'attuale assistenza legata al commercio e pur riconoscendo che i collegamenti alla povertà non sono sempre ben articolati nelle strategie di sviluppo del commercio, non ha colto l'opportunità di sviluppare proposte convincenti in merito.

A ciò si aggiunga il fatto che appare davvero difficile quantificare i fondi che sarebbero necessari per raggiungere effettivamente gli obiettivi proposti, restando forti le differenze tra le richieste di una parte e le offerte proposte dall'altra, ed anche laddove sembra possibile giungere ad un compromesso sulle cifre da stanziare da parte dei paesi ricchi, permane comunque il dubbio sull'effettiva intenzione di questi di rispettare gli impegni presi, non avendo tra l'altro sottoscritto alcun accordo vincolante in tal senso.

Un'ultima considerazione concerne infine la natura di tali stanziamenti, in merito ai quali sussistono pure numerose preoccupazioni. Appare infatti assai rilevante assicurare che i fondi stanziati siano aggiuntivi rispetto a quelli che già vengono erogati nei vari progetti di aiuto umanitario e sostegno allo sviluppo, e non tendano invece a sottrarre risorse da questi altri ambiti⁵⁶.

Orbene, le riflessioni appena esposte consentono di ritenere più che legittimo il timore che l'“*Aid for Trade*” fallisca nella realizzazione dei su dichiarati intenti e si risolva in un'altra mancata opportunità in termini di aiuto allo sviluppo delle realtà più povere del mondo.

Lo sviluppo di infrastrutture e l'aumento delle capacità produttive, infatti, per quanto necessario, non serve se a monte non si comprende che tali passaggi devono essere prima di tutto funzionali alla crescita di un mercato interno e regionale, il quale deve porsi quale obiettivo primo dei piccoli produttori africani. Le economie di cui si discorre, ed in particolare quelle africane, sono in effetti, economie agricole, organizzate su piccola scala ed orientate ai mercati regionali e locali e non certamente a quelli internazionali. Di fronte a tali circostanze occorre allora inquadrare nuovamente il problema e comprendere che lo stesso non si sostanzia

⁵⁶ I diplomatici africani si dicono molto scettici a riguardo, ritenendo molto forte il rischio che i fondi promessi non siano in realtà aggiuntivi rispetto agli aiuti necessari a finanziare investimenti vitali in salute ed in educazione e che al contrario tali somme siano un semplice rigurgito di fondi già esistenti dal FES (Fondo europeo di sviluppo). Secondo Katrin Jansen, assistente di programma per l'organizzazione di Bruxelles Women in Development Europe, i funzionari europei avrebbero ammesso di prevedere un aumento degli aiuti al commercio senza però aumentare l'importo totale degli aiuti allo sviluppo provenienti dall'Unione; ciò significa che gli aiuti al commercio andranno certamente a scapito di altre forme di aiuti allo sviluppo. In tal senso la stessa non ha taciuto le sue preoccupazioni a riguardo dichiarando apertamente “...siamo molto preoccupati, e chiediamo che gli aiuti al commercio non vengano dirottati da settori come l'educazione e la salute, poiché questi ambiti rimangono di primaria importanza per l'empowerment delle donne povere, così come per il sostentamento dei paesi in via di sviluppo...”. Per di più si teme che il denaro disponibile possa rivelarsi insufficiente una volta distribuito tra i 79 Stati ACP. In un rapporto del 2006, il Segretario del Commonwealth ha stimato che solo l'Africa meridionale avrà bisogno di oltre 1 miliardo di euro in aiuti per adeguarsi ad un accordo di partenariato.

tanto nella possibilità di fornire più aiuti al commercio e dunque di tarare meglio lo strumento del libero commercio, ma prima di tutto nella necessità di riflettere sull'ingiustizia dell'attuale sistema commerciale internazionale e sull'insostenibilità sociale ed ambientale di un modello di produzione agricola orientata all'esportazione, il quale non può che risultare inadeguato a risolvere i problemi dell'agricoltura familiare africana.

1.6 (Segue) l'impegno della Commissione in favore dei paesi poveri: recenti azioni e strategie

Orbene, se i dubbi inerenti l'effettivo valore del su esposto programma sono tanti, ciò non può certamente valere a privare di significato l'impegno profuso dalla Commissione in tale settore, posto che, com'è noto, l'“*Aid for Trade strategy*” si inserisce in un quadro di interventi particolarmente intenso e proliferato. In risposta ai numerosi inviti rivolti dal Parlamento, la Commissione ha infatti avviato, negli ultimi anni, una serie di azioni in materia di cooperazione allo sviluppo, alcune delle quali si sono poi tradotte in documenti dal valore più o meno incisivo in tema di commercio equo e solidale⁵⁷. In particolare il 28 febbraio dello scorso anno, tale organo ha adottato una Comunicazione⁵⁸ riguardante un “*Codice di condotta dell'UE in materia di divisione dei compiti nell'ambito della politica di sviluppo*” ritenendo che un accordo sulla divisione dei compiti sarebbe risultato utile al fine di conferire maggior efficienza agli aiuti, di potenziare il ruolo della cooperazione allo sviluppo nell'ambito delle relazioni esterne dell'Unione e di contribuire alla costruzione dell'identità europea sulla base dei valori sanciti nel consenso europeo in materia di sviluppo. Qualche tempo dopo e precisamente il 21 giugno la stessa Commissione ha adottato la relazione annuale 2007 sulla politica di sviluppo della Comunità europea e sull'esecuzione dell'assistenza esterna nel 2006⁵⁹.

A seguire il 20 settembre tale organo ha adottato la prima “*Relazione dell'UE sulla coerenza delle politiche per lo sviluppo*”⁶⁰, attraverso la quale l'Unione si è impegnata a garantire la coerenza delle politiche per lo sviluppo in dodici settori (commercio estero, ambiente, cambiamenti climatici, sicurezza, agricoltura, pesca, dimensione sociale, occupazione e lavoro dignitoso, migrazione, ricerca, società dell'informazione, trasporti ed energia) per conseguire più rapidamente gli obiettivi di sviluppo del millennio. Il 25 ottobre la stessa Commissione ha poi adottato una ulteriore Comunicazione intitolata “*Verso una risposta dell'Unione alle situazioni di fragilità: l'intervento in circostanze difficili per lo*

⁵⁷Successivamente alla conferenza di Monterrey sul finanziamento dello sviluppo svoltasi nel 2002, l'Unione europea ha assunto una serie di impegni relativamente al volume, alle fonti e all'efficacia dell'aiuto allo sviluppo. In particolare il Consiglio ha incaricato la Commissione di garantire il controllo dell'attuazione di tali impegni; in seguito a tale incarico il 4 aprile sono state adottate tre comunicazioni a tal fine COM(2007) 158, 163 e 164 (GU C 181 del 3.8.2007), la prima, intitolata «*Da Monterrey al consenso europeo in materia di sviluppo: il rispetto degli impegni assunti*», volta ad inquadrare l'intero processo mediante una sintesi politica dei messaggi utili ai fini della comunicazione esterna.; la seconda intitolata «*Onorare le promesse dell'Europa per quanto riguarda il finanziamento dello sviluppo*», concernente la quinta relazione annuale sui progressi compiuti in seguito alla conferenza di Monterrey e relativa agli impegni assunti dal Consiglio nel maggio 2005 nell'ambito del riesame degli obiettivi di sviluppo del millennio; e l'ultima, dal titolo «*Verso una strategia dell'UE in materia di aiuti al commercio — Il contributo della Commissione*», oggetto di indagine più accurata nel presente paragrafo.

⁵⁸COM(2007) 72 (GU C 181 del 3.8.2007)

⁵⁹COM(2007) 349 (GU C 191 del 17.8.2007)

⁶⁰COM(2007) 545 (GU C 4 del 9.1.2008)

sviluppo sostenibile, la stabilità e la pace”⁶¹, trasmessa anche alle altre istituzioni dell’Unione per avviare una discussione volta a dare costrutto ad una strategia comunitaria globale per far fronte alle situazioni di fragilità.

Oltre a ciò, vale la pena di sottolineare ulteriormente l’impegno profuso da tale organo nel settore della cooperazione allo sviluppo, e dunque in favore dei paesi poveri, in aiuto ai quali la Commissione ha potenziato il proprio ruolo contribuendo in larga misura all’avanzamento dei programmi in materia di istruzione e sanità. Per un anno, essa ha assicurato la copresidenza dell’iniziativa *“Istruzione per tutti - Iniziativa rapida per l’istruzione”* (luglio 2006 - giugno 2007), trovandosi così al centro del dibattito internazionale su una maggiore armonizzazione tra i donatori e sulla valutazione dell’efficacia dell’aiuto nel settore dell’istruzione. Unitamente al governo del Regno Unito e alla Banca mondiale, la Commissione ha organizzato altresì una riunione ad alto livello in materia di istruzione, che ha ribadito la necessità di incrementare il finanziamento dell’istruzione nei Paesi in via di sviluppo, migliorarne la qualità e renderlo più rapido e prevedibile a lungo termine.

Ancora, in data 10 maggio, la stessa, ha adottato una strategia tematica per lo sviluppo umano e sociale *“Investire nelle persone” 2007-2013*, diretta a conseguire gli obiettivi di sviluppo del millennio sostenendo le iniziative realizzate in quattro settori fondamentali: salute per tutti; istruzione, conoscenza e competenze; parità tra i sessi e altri aspetti dello sviluppo sociale e umano (compresi la coesione sociale, l’occupazione, il lavoro dignitoso, l’infanzia e la gioventù, la cultura).

Lo stesso Parlamento europeo, in seguito alla Comunicazione della Commissione del 24 maggio 2006 e alle conclusioni del Consiglio del 1° dicembre 2006 in materia, ha adottato una relazione dettagliata sulla promozione di un lavoro dignitoso nel mondo sottolineando che la promozione di un lavoro dignitoso deve divenire parte integrante della politica di sviluppo e della cooperazione esterna dell’Unione. Altrettanto significativa è la Comunicazione che la stessa Commissione ha adottato su un’agenda europea per la *“cultura in un mondo in via di globalizzazione”*⁶², la quale si prefigge, tra gli altri obiettivi, di promuovere la cultura quale componente essenziale delle relazioni esterne dell’Unione per costruire ponti con le altre regioni del mondo ed in particolare con i Paesi in via di sviluppo.

Notevole anche l’impegno profuso dalla Commissione nel settore dello sviluppo sostenibile, il quale trova pure forte connessione con il tema del Ceas. Così il 20 giugno del 2007 la Commissione ha adottato un documento intitolato *“Strategia tematica per l’ambiente e*

⁶¹ COM(2007) 643

⁶² COM(2007) 242 (GU C 181 del 3.8.2007)

la gestione sostenibile delle risorse naturali compresa l'energia (ENRTP)". La strategia, la cui dotazione finanziaria ammonta indicativamente a 804 milioni di euro per l'ENTRP per il periodo 2007-2010, intende integrare le esigenze in materia di tutela ambientale nella politica di sviluppo e nelle altre politiche esterne della Comunità, contribuendo inoltre a promuovere all'estero le politiche comunitarie in campo ambientale ed energetico, nell'interesse reciproco della Comunità e dei paesi e delle regioni partner. Il 18 settembre, sempre dello scorso anno, la Commissione ha anche adottato una Comunicazione intitolata "*Dar vita ad un'alleanza mondiale contro il cambiamento climatico tra l'Unione europea e i paesi poveri in via di sviluppo maggiormente esposti*"⁶³.

Altrettanto ricca di intenti risulta essere, infine, la prima *Relazione sulla strategia di sviluppo*⁶⁴ adottata il 22 ottobre dalla Commissione, e all'interno della quale viene ribadito che l'eliminazione della povertà nel mondo è uno dei principali problemi da risolvere. La relazione, che presenta i risultati dell'attuazione della strategia di sviluppo sostenibile, afferma che il conseguimento degli obiettivi di sviluppo stabiliti nel corso del vertice del millennio registra progressi incoraggianti. La povertà globale è diminuita del 4 % e il tasso di scolarizzazione primaria è passato dal 78 % del 2000 all'83 % del 2005. La relazione segnala inoltre che l'efficacia e la qualità degli aiuti sono migliorate. Permane, tuttavia, una pressione elevata sulla sostenibilità ambientale, specie per quanto riguarda l'accesso alle risorse essenziali, e un miliardo di persone continua a vivere in condizioni di povertà estrema⁶⁵. Per potenziare in particolare il contributo all'obiettivo del millennio di ridurre la fame, il 4 maggio la Commissione ha adottato il documento di *strategia tematica 2007-2013 per la sicurezza alimentare*, nel quadro dello strumento di cooperazione allo sviluppo.

⁶³ COM(2007) 540

⁶⁴ COM(2007) 642

⁶⁵ Nel corso della conferenza di Bali del mese di dicembre, i partecipanti hanno altresì adottato decisioni su questioni quali la deforestazione, la creazione di un fondo volto ad aiutare i paesi in via di sviluppo ad adeguarsi alle conseguenze del cambiamento climatico e l'aumento del finanziamento a favore del trasferimento di tecnologie verso i paesi in via di sviluppo.

1.7 Risoluzioni e Comunicazioni in tema di Cees: efficacia e loro valore intrinseco

Appare interessante a questo punto, prima di procedere all'esame degli ulteriori interventi posti in essere nel settore, dedicare qualche breve riflessione al valore delle risoluzioni e delle comunicazioni intese quali strumenti comunitari, posto che gli interventi fin ora posti in essere in tale contesto ed aventi appunto ad oggetto il commercio equo hanno rivestito quasi sempre queste forme. Orbene, oltre agli atti giuridici previsti dai trattati⁶⁶, le istituzioni comunitarie

⁶⁶ Esistono vari strumenti che consentono agli organi comunitari di intervenire in misura diversa negli ordinamenti giuridici nazionali. In particolare, gli atti con i quali le istituzioni comunitarie possono intervenire maggiormente sono i regolamenti. I regolamenti sono, dunque, la più intensa manifestazione del potere normativo della Comunità europea e dispongono di tre caratteristiche principali: la portata generale, la diretta applicabilità e l'obbligatorietà in tutti gli elementi. In sostanza, i regolamenti devono essere rispettati pienamente in relazione al loro contenuto dal momento della pubblicazione e sono, a differenza delle direttive, indirizzati ad una pluralità di soggetti non individuabile precisamente e determinata in modo astratto, analogamente a quanto avviene per la legge a livello nazionale. I regolamenti, infatti, risultano essere direttamente applicabili dopo la loro pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale e non necessitano di ulteriori atti di esecuzione da parte delle competenti autorità nazionali. Le Direttive sono, invece, atti normativi a portata individuale in quanto indirizzate agli Stati membri ed obbligano solo in merito al fine in essi delineato, lasciando libertà quanto alle modalità attraverso cui conseguire gli obiettivi proposti; in sostanza gli Stati membri sono tenuti ad adeguare entro un determinato periodo la propria legislazione, in relazione al risultato che le direttive medesime si propongono di raggiungere, ma attraverso strumenti legislativi o amministrativi stabiliti autonomamente. La previsione di un simile atto, da collocare affianco ai regolamenti, decisamente più intensi quanto a portata normativa, è da ricercarsi nella consapevolezza che una totale e precisa uniformazione delle legislazioni degli Stati membri è di fatto impossibile, nonché inutile, stando le differenze esistenti tra i vari ordinamenti giuridici nazionali.

Oltre ai regolamenti ed alle direttive esistono anche le decisioni, vale a dire atti vincolanti a portata individuale, che, a differenza dei regolamenti, vincolano solo i destinatari espressamente designati o in esse precisamente identificabili. Le decisioni sono obbligatorie in tutti i loro elementi e costituiscono l'atto tipico attraverso cui le istituzioni comunitarie disciplinano casi specifici, potendo essere indirizzate sia ad uno o a più Stati membri, che a persone fisiche e imprese operanti all'interno dello spazio giuridico dell'Unione europea. Le decisioni sono normalmente emanate dalla Commissione, che in tale ipotesi esercita una sorta di attività amministrativa, mentre il Consiglio, di regola, emana solo decisioni indirizzate agli Stati membri. Inoltre, esistono anche le raccomandazioni e i pareri. Quest'ultima categoria di atti giuridici, prevista espressamente nei trattati, consente alle istituzioni della comunità di esprimersi in maniera non vincolante, vale a dire senza imporre obblighi giuridici ai destinatari, siano essi Stati membri, e, in alcuni casi, anche cittadini dell'Unione.

Mentre, mediante il parere, l'istituzione europea manifesta il proprio atteggiamento verso una questione di rilevanza comunitaria, le raccomandazioni sono invece atti della Comunità con i quali si invita uno o più Stati membri a tenere un certo comportamento. La Commissione, in particolare, formula raccomandazioni, quando lo ritenga necessario, in tutti i settori in cui si manifesta l'attività della Comunità europea. Le raccomandazioni possono essere adottate anche al fine di sollecitare uno Stato membro a tenere un determinato comportamento, in particolare nei casi di presunta violazione del diritto comunitario.

Oltre agli atti giuridici previsti dai trattati, le istituzioni comunitarie possiedono altri strumenti di azione per modellare l'ordinamento giuridico comunitario, per cui nella prassi comunitaria gli strumenti più importanti sono le risoluzioni, le dichiarazioni e i programmi d'azione. Le dichiarazioni possono essere di due tipi. Qualora esse si riferiscano allo sviluppo della Comunità, ad esempio, le dichiarazioni relative alla Comunità europea, alla democrazia o ai diritti fondamentali, esse sono sostanzialmente simili alle risoluzioni. Tali dichiarazioni sono utilizzate soprattutto per indirizzarsi ad un largo pubblico o a un gruppo specifico di destinatari. Altre dichiarazioni sono rilasciate nel quadro del processo di decisione del Consiglio. Tramite tali dichiarazioni, i membri del Consiglio esprimono pareri congiunti o individuali sull'interpretazione delle decisioni adottate in seno allo stesso Consiglio. Tali dichiarazioni interpretative sono di uso corrente in seno al Consiglio e rappresentano uno strumento indispensabile nella ricerca di un compromesso. La portata giuridica di tali dichiarazioni va valutata alla luce dei principi fondamentali di interpretazioni, secondo i quali l'interpretazione di una disposizione dipende sostanzialmente anche dall'intenzione del suo autore.

I programmi d'azione sono stabiliti dal Consiglio e dalla Commissione su loro iniziativa o su richiesta del Consiglio europeo. Essi sono finalizzati alla realizzazione dei programmi legislativi e degli obiettivi generali

dispongono di una varietà di altri strumenti di azione per modellare l'ordinamento giuridico comunitario. Nella prassi comunitaria in particolare, gli strumenti più importanti oltre alle dichiarazioni ed ai programmi d'azione sono proprio le risoluzioni e le comunicazioni.

Le risoluzioni sono atti privi di efficacia vincolante, non previsti espressamente dal Trattato e che rappresentano un'espressione del potere di iniziativa politica del Parlamento europeo. Tramite le risoluzioni, il Parlamento formula proposte, soprattutto al Consiglio dei Ministri, in merito ad una determinata materia ovvero rende noto il proprio atteggiamento relativamente ad aspetti delle politiche comunitarie. Le risoluzioni sono in genere adottate dal Consiglio europeo, dal Consiglio dell'UE e dal Parlamento europeo e presentano le intenzioni e i pareri congiunti sul processo generale d'integrazione e sui compiti specifici a livello comunitario ed extracomunitario. Le risoluzioni relative agli affari interni della Comunità interessano, ad esempio, questioni fondamentali dell'unione politica, la politica regionale, la politica dell'energia e l'unione economica e monetaria, in particolare l'attuazione del sistema monetario europeo. L'importanza politica di tali risoluzioni consiste soprattutto nel contribuire a dare un orientamento ai lavori futuri del Consiglio.

In quanto manifestazioni della volontà politica comune, esse consentono di trovare più facilmente un'intesa in seno al Consiglio garantendo un livello minimo di coordinamento tra le autorità nazionali e comunitarie. Si tratta, dunque, di uno strumento assai flessibile che tuttavia non rientrando nello schema degli atti previsti a livello comunitario risulta privo di efficacia vincolante.

Di pari importanza, rispetto alle risoluzioni, sia per la loro frequenza che per la loro funzione, sono le comunicazioni adottate dalla Commissione, le quali pur non corrispondendo ad una figura riconducibile ad un modello ben determinato e contrassegnato da specifici elementi, si presentano comunque sotto forma di una varia gamma di tipologie⁶⁷. Dal punto di vista morfologico, ad esempio, accanto ad atti composti da poche disposizioni, ne sussistono

previsti dai trattati. Qualora tali programmi siano espressamente previsti dai trattati, le istituzioni comunitarie sono tenute a rispettare tali disposizioni all'atto della pianificazione dei programmi. Di contro, altri programmi sono considerati, nella prassi, come semplici orientamenti, privi di ogni effetto giuridico vincolante. Essi esprimono, tuttavia, la volontà delle istituzioni di conformarsi alle loro disposizioni.

⁶⁷ Per l'inquadramento dell'istituto delle Comunicazioni, mediante un accostamento a figure ritenute affini, come i testi unici e il restatement, sebbene in presenza di alcuni caratteri distintivi, si possono richiamare, Mengozzi, *Il diritto della Comunità Europea*, in *Tratt. dir. comm. e pubbl. econ.*, vol. XV, Padova, 1990, pp. 121 e ss. Laddove si sottolinea come, secondo la Commissione, le comunicazioni rappresentino "una guida per stabilire la situazione giuridica" in una determinata materia. Altra dottrina ritiene, poi, che le comunicazioni assolvano alla funzione di "interpretazione autentica di precedenti provvedimenti" (così R. Caranta, *Giustizia amministrativa e diritto comunitario*, Napoli, 1992, p.72, oppure G. De Vergottini, *Note sugli atti normativi ed amministrativi dell'ordinamento comunitario europeo*, in *Riv. Trim. dir. Pubblico.*, 1964, p. 925). G. Greco, *Sentenze della Corte e comunicazioni della Commissione: un'ulteriore fonte di obblighi e di poteri amministrativi per gli Stati membri*, in *Riv. It. dir. pubbl. com.* 1992, p. 1319, equipara, invece, talune comunicazioni della Commissione ad "un vero e proprio ordine di esecuzione".

altri articolati e complessi, in cui si assiste ad una vera e propria germogliazione di regole di natura eterogenea. I criteri utilizzati dalla dottrina per divenire ad una classificazione di tale tipo di atti, sono diversi. Spesso il criterio utilizzato è quello funzionale secondo il quale, la dottrina prevede una tripartizione tra comunicazioni informative, decisorie, ed interpretative.

Orbene, si dicono comunicazioni informative, quelle con cui la Commissione si rivolge per lo più alle altre istituzioni, esponendo il risultato di indagini da essa compiute in settori di particolare interesse, sul piano economico o sociale per il fenomeno dell'integrazione europea, evidenziando i problemi e proponendo soluzioni. Tali atti, definiti dalla stessa Commissione come "documenti orientativi", mirano essenzialmente a promuovere il dialogo e il dibattito tra le diverse istituzioni, che condurrà all'elaborazione di atti normativi veri e propri. Si può dire perciò che l'utilizzo di questi atti sia riconducibile al potere di iniziativa legislativa proprio della Commissione.

Con le comunicazioni decisorie o dichiarative, invece la Commissione agisce in campi in cui dispone di un proprio potere decisionale, esponendo le linee di condotta che è determinata a seguire nei settori presi in esame. Le comunicazioni interpretative, infine, sono emanate allo scopo di guidare l'interpretazione del diritto comunitario quando la stratificazione e il sovrapporsi di norme di diritto derivato e giurisprudenza rischia di creare confusione ed incertezza; esse contengono la descrizione sistematica di norme e principi, ne ripercorrono l'evoluzione anche giurisprudenziale e forniscono indicazioni precise circa diritti ed obblighi che da tali norme derivano per i soggetti privati, nonché circa i mezzi per farli valere. Tale categoria comprende anche comunicazioni relative a materie nelle quali la Commissione non dispone di uno specifico ed autonomo potere, ma nelle quali interviene in esecuzione della sua funzione di garante della corretta applicazione dei Trattati. Rientrano in questa categoria ad esempio le comunicazioni in materia di prevenzione e repressione degli ostacoli agli scambi.

Altra dottrina invece propone una tripartizione diversa e concorrente⁶⁸, che distingue tra comunicazioni (meramente) ricognitive o dichiarative, autolimitative e additive (alle quali a volte viene aggiunta una quarta categoria delle additive parziali), laddove le prime sarebbero volte a descrivere *tout court* il quadro normativo all'interno dell'Unione, o, nei casi in cui il carattere è più sfumato, a fungere da premessa per una futura innovazione del diritto dell'Unione, mentre le seconde sarebbero tutte quelle intese a circoscrivere l'azione della Commissione predeterminandone i criteri, soprattutto in ambiti nei quali le maglie del diritto dell'Unione le accordano momenti di larga discrezionalità.

⁶⁸ Ci si riferisce specialmente ad Antonioli, *Le Comunicazioni della Commissione europea e atti amministrativi nazionali*, Milano, 2000, p. 104 e ss.

Le comunicazioni additive sono invece dirette ad introdurre obblighi nuovi, non rinvenibili almeno direttamente nell'ordinamento dell'Unione.

Ebbene, sia che si scelga di ricomprendere le comunicazioni concernenti la materia del Cees nella categoria delle comunicazioni informative, sia che si scelga di inserirle invece in quella delle comunicazioni meramente dichiarative o ricognitive, ciò che maggiormente rileva, in questa sede, attiene al valore di tali atti, i quali, non essendo previsti espressamente dai Trattati, rientrano nella prassi comunitaria.

Sul piano della legittimità delle comunicazioni, e di riflesso in materia del loro valore giuridico, la dottrina ha tentato di percorrere la via di un confronto di questo tipo di atti con gli atti tipici previsti dall'articolo 249 del trattato CE. Secondo quanto previsto da questo articolo si è sottolineato come, a differenza dei regolamenti, delle direttive e delle decisioni, le raccomandazioni ed i pareri sono caratterizzati dall'assenza di carattere vincolante: quindi di quel preciso elemento che, secondo la Corte di giustizia, sarebbe ostativo, sul piano della legittimità, all'utilizzo di atti ritenuti privi di base legale. Da tutto ciò potrebbe desumersi, ipoteticamente, la legittimità delle comunicazioni, il contenuto delle quali corrisponda a quello dei pareri e delle raccomandazioni. Sul piano dell'efficacia nondimeno, l'assenza di precettività dei pareri e delle raccomandazioni, rende necessaria la mediazione di una normazione interna, di rango legislativo o secondario, ovvero di una attività procedurale, da parte delle autorità nazionali. Si tratta a questo punto di verificare se le comunicazioni siano o meno in grado di essere equiparate agli atti tipici di natura non vincolante, mutuandone il regime. Sul punto occorre chiarire come una significativa convergenza tra pareri e raccomandazioni da una parte e comunicazioni dall'altra, si può sempre riscontrare per quanto attiene alle comunicazioni meramente ricognitive (di cui sopra) nelle quali vengono descritti i principi che governano una particolare materia., così come convergenze ancora più marcate sussistono tra raccomandazioni e comunicazioni conformative, le quali risultano caratterizzate dalla produzione di un limitato e parziale effetto additivo sull'ordinamento. Questo fenomeno di equiparabilità implicherebbe secondo la dottrina, l'ammissibilità nonché la rilevanza delle comunicazioni che presentano tali caratteristiche, in virtù del principio di prevalenza della sostanza sulla forma, secondo il quale gli atti vanno qualificati per ciò che effettivamente sono e non per le loro determinazioni formali. La stessa Corte di giustizia ha affermato che per determinare in concreto la natura di ciascun atto, non ci si deve arrestare alla forma e alle modalità della sua adozione, bensì

attribuire rilevanza in primo luogo, alla sua natura, al suo contenuto e agli effetti giuridici che esso produce⁶⁹.

Tali osservazioni consentono di apprezzare in maniera ancor più significativa il valore di certi atti sia del Parlamento che della Commissione, i quali, in virtù del su richiamato principio della prevalenza della sostanza sulla forma, appaiono nei loro contenuti fortemente orientati a promuovere e riconoscere il fenomeno del commercio equo, proponendo come nel caso dell'ultima comunicazione della commissione (*Aid for Trade Strategy*), una vera e propria strategia d'azione;

se ciò è vero, non si può tuttavia tacere che la scelta operata in tal senso a livello comunitario, vale a dire di agire attraverso una risoluzione o una comunicazione, esprime in maniera evidente l'assenza, allo stato, di atti e documenti intesi quali manifestazioni di potere normativo da parte della Comunità Europea e dunque l'intenzione di riconoscere, in un atto legislativo ancora una volta non vincolante, la scelta più adeguata non implicando il rischio di un eccesso di regolamentazione.

L'obiettivo, quindi, sembra essere, almeno per il momento, quello di prendere coscienza del fenomeno limitandosi a tracciare un quadro di base, all'interno del quale il proliferare di risoluzioni, comunicazioni, inviti e proposte rappresenta un dato quanto mai significativo oltre che indicativo di una fase di preparazione e di grande fervore all'esito dalla quale si attendono interventi maggiormente incisivi.

⁶⁹ Così G. Strozzi, *Il sistema normativo*, in AA. VV., *Trattato di diritto amministrativo europeo*, parte generale, Milano, 1983, p. 23.

1.8 La Direttiva 2004/18 CE e l'inserimento del commercio equo nel settore degli acquisti pubblici

Nell'ambito di una differente tipologia di interventi sono da annoverarsi, invece, le direttive 17/2004 CE e 18/2004 CE, le quali seppur non direttamente inserite nell'ottica di un quadro di intenti orientati a favorire e promuovere il movimento equo e solidale, presentano indubbiamente profili di notevole rilievo, individuando, come si avrà modo di notare, un approccio al tema dal carattere senz'altro più concreto.

Tali direttive, cui va il merito di aver operato un riordino della disciplina esistente in materia di appalti pubblici di opere, servizi e forniture, hanno inciso infatti in maniera assai interessante nel settore del commercio equo.

Per quanto attiene in primo luogo ai caratteri propri di ciascuna direttiva, occorre segnalare che mentre la direttiva 17/04 ha sostanzialmente confermato un regime speciale per gli appalti relativi ai cosiddetti «settori speciali» o «ex esclusi», la direttiva 18/04, ha invece avuto più compiutamente il merito di uniformare la disciplina degli appalti di opere, servizi e forniture, in passato regolati da fonti normative distinte, orientandola nell'ottica di una notevole semplificazione nonché riduzione delle procedure, a vantaggio di una maggiore competitività ed efficienza del sistema economico europeo rispetto agli altri grandi modelli economici mondiali⁷⁰.

Orbene, per comprendere a questo punto come e in che misura tali direttive abbiano avuto ripercussioni nel settore del Cees, vale innanzitutto la pena di precisare come le autorità pubbliche vengano considerate, a parere della Commissione Europea, i maggiori

⁷⁰ In particolare, tra le novità introdotte dal testo della direttiva 18/2004, vale la pena di segnalare come accanto alle procedure tradizionali di gara, nell'ambito delle quali è affermata la regola della procedura ristretta o negoziata, la direttiva apra la strada a strumenti che consentono alle stazioni appaltanti una maggiore flessibilità nella scelta del contraente, tipo l'accordo quadro, già utilizzato per i settori speciali, e il dialogo competitivo, introdotto invece ex novo per l'affidamento di appalti c.d. "particolarmente complessi"; viene inoltre valorizzato il dialogo tecnico come metodo per meglio definire le caratteristiche della prestazione.

L'obiettivo della maggior efficienza prodotta dalla concorrenza ispira anche le disposizioni sulle specifiche tecniche e sulle condizioni di esecuzione dell'appalto.

Nel corso della direttiva numerosi sono i richiami alla trasparenza, intesa come strumento di garanzia per il corretto svolgimento della procedura e, al contempo, di riduzione del contenzioso.

Più analitica anche la disciplina dei criteri di aggiudicazione, che conferma in via esclusiva quelli dell'offerta più vantaggiosa e del prezzo più basso, nonché del procedimento di verifica di anomalia delle offerte.

Alle richiamate finalità di semplificazione si ispira invece l'introduzione dei nuovi sistemi tecnologici per la gestione dei bandi ed in particolare il meccanismo delle aste elettroniche.

Importanti modifiche sono state introdotte anche in ordine ai requisiti di qualificazione posto che tutti i concorrenti possono ora dimostrare la propria capacità economico-finanziaria e tecnico-organizzativa avvalendosi dei requisiti di altri soggetti, a prescindere dalla natura giuridica dei rapporti che intercorrono tra loro. Più rigido invece il regime delle cause di esclusione, che sono arricchite con l'inserimento di nuovi reati, in relazione ai quali l'esclusione opera in via automatica e vincolata.

“consumatori”⁷¹ e come ciò sia significativo in termini di incentivi oltre che di promozione degli acquisti pubblici che incoraggiano e diffondono beni e servizi sostenibili.

Le amministrazioni pubbliche, infatti, più di ogni altro, possono diventare promotori dello sviluppo sostenibile⁷², attraverso le proprie politiche di acquisto ed in particolar modo attraverso l'introduzione dei prodotti del commercio equo nei propri capitolati d'appalto.

Includere il commercio equo nelle politiche pubbliche, così come nelle procedure di pubblico acquisto consentirebbe, dunque, non solo di tradurre le politiche di sviluppo in procedure amministrative concrete, ma soprattutto costituirebbe un importante esempio per i cittadini, aumentando l'attenzione e la conoscenza di scelte alternative in favore dello sviluppo sostenibile; la comunità internazionale e i cittadini, dal canto loro, si mostrano sempre più sensibili alle dinamiche che coinvolgono il Nord e il Sud del mondo, incoraggiando provvedimenti pubblici basati sul rispetto dell'ambiente e sull'introduzione di aspetti sociali e solidali.

Una volta illustrate le ragioni che consentono l'inserimento del Cees nell'ambito degli acquisti pubblici, è opportuno precisare i presupposti nonché le modalità in base alle quali tale operazione debba avvenire.

Ebbene, per ciò che attiene ai presupposti, occorre sin da subito osservare come per incidere in maniera strutturale sulla politica degli acquisti pubblici, la collocazione più idonea per i prodotti del Cees sia senz'altro nei capitolati di fornitura e di servizi; in tal senso vale la pena di soffermarsi sul testo della citata direttiva 18/2004 CE e precisamente sulla parte in cui consente alle amministrazioni pubbliche di inserire criteri etici e sociali nei propri capitolati d'appalto.

“.....Le amministrazioni aggiudicatrici, quando scelgono di aggiudicare l'appalto all'offerta economicamente più vantaggiosa, valutano le offerte per determinare quella che presenta il miglior rapporto qualità/prezzo. A tal fine stabiliscono i criteri economici e qualitativi che, nel loro insieme, devono consentire di determinare l'offerta economicamente più vantaggiosa per l'amministrazione aggiudicatrice. La determinazione di tali criteri dipende

⁷¹ La Commissione Europea ha stimato nel 2002 l'ammontare degli acquisti pubblici a circa 1500 miliardi di euro, corrispondenti al 16,3 % del PIL, operando anche una previsione circa la stabilità di tale percentuale negli anni a seguire.

⁷² All'interno di tale contesto, particolarmente significativo è l'impegno profuso da Ctm Altomercato-Ristorazione Solidale. La sua attività si svolge, in modo specifico sia a livello di istituzioni locali che a livello di enti e imprese. Nel primo caso l'obiettivo è fornire una valenza etica alla ristorazione pubblica, soprattutto in ambiente scolastico, dove il messaggio educativo è prioritario ed incide in modo concreto sulla formazione di una coscienza solidale nelle nuove generazioni e nelle rispettive famiglie. Nel caso di enti e imprese, invece, offrendo un segno concreto di attenzione all'ambiente e alla qualità della vita del Nord come nel Sud del mondo, una garanzia di alta qualità dei prodotti offerti per il consumo sul posto di lavoro e un concreto veicolo di comunicazione ecologica e solidale verso l'esterno.

dall'oggetto dell'appalto in quanto essi devono consentire di valutare il livello di prestazione che ciascuna offerta presenta rispetto all'oggetto dell'appalto, quale definito nelle specifiche tecniche, nonché di misurare il rapporto qualità/prezzo di ciascuna offerta. Al fine di garantire la parità di trattamento, i criteri di aggiudicazione dovrebbero consentire di raffrontare le offerte e di valutarle in maniera oggettiva. Se tali condizioni sono soddisfatte, criteri di aggiudicazione economici e qualitativi, come quelli relativi al rispetto di requisiti ambientali, possono consentire all'amministrazione aggiudicatrice di rispondere ai bisogni della collettività pubblica interessata, quali espressi nelle specifiche dell'appalto.....Alle stesse condizioni un'amministrazione aggiudicatrice può utilizzare criteri volti a soddisfare esigenze sociali, soddisfacenti, in particolare bisogni - definiti nelle specifiche dell'appalto - propri di categorie di popolazione particolarmente svantaggiate a cui appartengono i beneficiari/utilizzatori dei lavori, forniture e servizi oggetto dell'appalto.....”.

Quanto appena riportato, mostra, dunque, in maniera evidente la volontà, espressa attraverso la direttiva, di richiamare criteri etici e sociali quali criteri di valutazione per l'aggiudicazione di un appalto; ciò che configura, in maniera evidente l'importanza oramai assunta da tali questioni nell'ambito comunitario.

Si noti, in particolare, che tale richiamo alle attività eque e solidali, seppur non esplicito e dunque ancora in germe, è contenuto per la prima volta all'interno di un atto comunitario quale appunto la direttiva, che, com'è noto, ha un valore ben diverso rispetto alle risoluzioni ed alle comunicazioni con cui fin ora si sono espresse il Parlamento e la Commissione in tema di Cees.

La direttiva, infatti, rientra, a differenza delle risoluzioni e delle comunicazioni, nella categoria di quegli atti giuridici previsti dai Trattati e vincolanti sotto il profilo delle finalità indicate, ciò che consente senza dubbio di attribuire un profilo maggiormente concreto a tali tipologie di interventi.

Orbene, chiarita, dunque, la portata del richiamo contenuto all'interno della direttiva e concernente il settore del Cees, è opportuno, in un quadro d'insieme, spendere qualche considerazione di carattere generale sulle modalità attraverso le quali tale richiamo debba avvenire.

A tal riguardo occorre precisare che la direttiva, pur premettendo la necessità di una specifica legge di recepimento, lascia comunque aperta, alle amministrazioni pubbliche, la possibilità di inserire criteri etici e sociali nei propri capitolati d'appalto, senza però vincolarle nella scelta attinente i modi di inserimento⁷³.

⁷³ Per quanto concerne i principi ed i criteri direttivi indicati al Governo per l'attuazione di tali direttive, occorre sottolineare come il legislatore nazionale abbia previsto la compilazione di un unico testo normativo, nella veste

Per ciò che riguarda l'Italia, ad esempio, si è scelto di inserire tali criteri etici e sociali all'atto della formulazione dei capitolati di gara stabilendo i parametri contrattuali che il prodotto o servizio deve rispettare, dunque agendo sulle specifiche tecniche previste nei contratti e così descritte nell'allegato VI della Direttiva “...le specifiche contenute in un documento, che definiscono le caratteristiche richieste di un prodotto o di un servizio, quali i livelli di qualità, i livelli della prestazione ambientale, la concezione che tenga conto di tutte le esigenze (ivi compresa l'accessibilità per i disabili) la valutazione della conformità, la proprietà d'uso, l'uso del prodotto, la sua sicurezza o le sue dimensioni, ivi compresi le prescrizioni applicabili al prodotto per quanto riguarda la denominazione di vendita, la terminologia, i simboli, le prove e i metodi di prova, l'imballaggio, la marcatura e l'etichettatura, le istruzioni per l'uso, i processi e i metodi di produzione, nonché le procedure di valutazione della conformità...”.

Esempi significativi⁷⁴ a tal riguardo, possono cogliersi dall'analisi dei capitolati d'appalto di diverse pubbliche amministrazioni italiane. All'interno del capitolato d'appalto per la ristorazione scolastica del Comune di Roma (Settembre 2004-Giugno 2007), agli artt. 4 e 40 si legge “Art. 4 “Criterio di aggiudicazione” Punto H) Prodotti offerti provenienti da Aziende appartenenti al circuito del commercio equo e solidale; Art. 40 “Caratteristiche tecniche riferite alle derrate alimentari” Punto C) Una volta alla settimana come frutta o pranzo deve essere somministrata la banana proveniente dal circuito del commercio equo e solidale”.

Così come pure all'interno del capitolato d'appalto per la ristorazione scolastica del Comune di Genova (Settembre 2005-Agosto 2008), agli artt. 21 e 42 si legge “Art. 21

formale del decreto legislativo delegato; lo stesso però non specifica se ciò debba avvenire con il modello del codice o del testo unico, recante le disposizioni legislative in materia di appalto disciplinate dalle due direttive, coordinandole con le altre disposizioni in vigore nel rispetto dei principi del Trattato istitutivo dell'Unione europea. Tale precisazione è particolarmente importante specialmente se si considera che gli appalti, per il loro valore, non sono direttamente considerati dalle direttive, ma sono comunque soggetti ai principi di concorrenza, trasparenza e non discriminazione enunciati appunto dal Trattato. La stessa legge delega, in linea con la più generale tendenza dell'ordinamento, ribadita nel recentissimo decreto legge 14 marzo 2005 n. 35, richiama per altro verso l'esigenza di semplificazione delle procedure di affidamento che non costituiscono diretta applicazione delle normative comunitarie, al fine di favorire il contenimento dei tempi e la massima flessibilità degli strumenti giuridici. Il diritto nazionale degli appalti si dovrà quindi modellare su quello comunitario, curando di attuarne, oltre alle direttive più specifiche, le linee guida più generali, cercando allo stesso tempo di snellire quei vincoli procedurali imposti in via autonoma dalla normativa nazionale e che non trovano riscontro nel diritto europeo.

⁷⁴ Più in generale e per uno sguardo d'insieme, si considerino tra gli esempi di c.d. “buone pratiche”, quelli posti in essere dai Comuni di Bergamo, Stezzano (BG), Magenta, Brescia, Cremona, Cologno Monzese, Caspusterlengo, Dal mine, S. Donato, S. Giuliano, Lodi, Gavazzano, Varese, Monza, Gorgonzola, Treviglio, Trezzo, Bellusco, Corsico, Colmano, Trezzano, Melzo, Bolzano, Bressanone, Pergine, Rovereto, Trento, Vittorio Veneto, Chioggia, Mestre, Rovigo, Pordenone, Udine, S. Giovanni Lupatoto, Argelato, Forlì, Forlimpopoli, Cesena, Ferrara, Modena, Piacenza, Castelvetro Piac., Ancona, Marciano, Pescara, Bari, Roma Fiumicino, Olbia, Firenze, Scandicci, Prato, Barberino, Livorno, Collesalveti, Suvereto, Piombino, Pisa, Pisa Univ. Statale, Pisa Normale, Cascina, Genova, Serra Riccò, Sestri Levante, Lavagna, Savona, Cairo, Laigueglia, La Spezia, Alessandria, Ovada, Valenza, Cuneo, Fossano, Verbania, Rivoli, Torino, Moncalieri, Settimo Torinese, Trofarello, sulla base dei dati forniti dall'Ufficio Ristorazione Solidale di Ctm Altromercato.

“Modalità relative all’aggiudicazione” Punto B2 – elementi migliorativi: Ulteriore impiego di prodotti alimentari di produzione controllata: di filiera tracciata, biologica, lotta integrata, a marchio IGP -DOP - STG, commercio equo e solidale, altro, con indicazione della periodicità di somministrazione e dimensione dell’utenza e numero prodotti; Art. 42 - Utilizzo di prodotti biologici, a lotta integrata, tipici e tradizionali, del commercio equo e solidale, carni bovine a filiera tracciata e/o filiera certificata”⁷⁵.

Significativo al riguardo è anche il capitolato speciale d’appalto relativo alla gestione del servizio di distribuzione automatica di generi di ristoro presso il Comune di Ferrara, [...] - 3 –

L’Amministrazione Comunale aggiudica il servizio, in esito ad asta pubblica, alla Ditta che presenterà l’offerta economicamente più vantaggiosa, valutata in base ai seguenti criteri e relativi coefficienti espressi in centesimi: a) offerta economica max p. 50 b) qualità del servizio offerto max p. 45 c) certificazioni di qualità max p. 5 . I suddetti elementi saranno valutati come segue [...] b3) caratteristiche merceologiche dei prodotti offerti; particolare considerazione sarà rivolta alla proposta di prodotti: a) di provenienza equo solidale; b) biologici; c) esenti o.g.m. max 10 punti (...) si precisa che tutte le macchine di distribuzione automatica di bevande calde dovranno obbligatoriamente erogare caffè prodotto con miscele provenienti dal commercio equo e solidale, così come tutte le altre bevande contenenti caffè (...) altri parametri punteggio 5/100[...].

Altrettanto numerosi sono gli esempi di c.d. “buone pratiche” posti in essere nell’ambito della ristorazione solidale a livello europeo; si veda, ad esempio l’estratto del testo della gara del Consiglio Comunale di Rotterdam (Olanda), “[...] F-E-2 il fornitore deve essere in grado di offrire caffè, tè e cioccolato che risponda ai criteri del commercio equo e solidale[...].”;

riferimenti espressi a i prodotti del Ceas sono pure presenti nell’estratto del testo della gara pubblica per i distributori automatici dell’Università di Barcellona (Spagna) “[...] 8.7.1 Bevande calde e caffè nei distributori automatici devono provenire necessariamente dal commercio equo. [...] La ditta dovrà certificare che tutti i prodotti denominati solidali, portino effettivamente un marchio equo e solidale[...].”, e nella gara concernente alcuni contratti di fornitura indetta dall’Amministrazione Provinciale di Anversa (Belgio), anche qui si legge [...]

⁷⁵ In particolare tra i prodotti maggiormente diffusi nell’ambito della ristorazione solidale si pensi alle banane, a lotta integrata o biologiche; queste sono il prodotto principale per il settore scolastico, provengono da due organizzazioni di piccoli produttori in Ecuador e Costa Rica e sono già state inserite dal comune di Genova in circa 18.000 pasti delle mense scolastiche e dall’Università Bocconi di Milano. Ma si pensi anche al quinoa, il c.d. “grano delle Ande” un alimento proteico sudamericano adatto per il consumo in crocchette, minestra e insalate. O ancora al riso di varietà Hom Mali della Thailandia aromatico o integrale o di varietà Indica dall’Ecuador, ai tanti snacks al cioccolato, prodotti in Italia utilizzando cacao e zucchero equo-solidali, al miele bio, proveniente dal Messico che non subisce trattamenti di raffinazione e pastorizzazione e conserva intatte tutte le sue proprietà benefiche. Infine a caffè, tè, orzo, camomilla, cacao, miele, zucchero di canna, cereali ecc..

a) quantità di caffè che deve essere fornita ogni anno, 1000kg b) tipo di caffè: in grani, pacchetti singoli da 250g, sottovuoto

c) prodotti del commercio equo e solidale”.

L'importanza riconosciuta a tali criteri, così come si evince dagli esempi proposti, risulta d'altro canto perfettamente in linea anche con quanto previsto dal Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163 , “Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle Direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE”, con cui il Governo italiano ha recepito la Direttiva europea. Il decreto, chiamato “Codice De Lise”, prevede nei Principi indicati all'art. 2 comma 2 che “...il principio di economicità può essere subordinato, entro i limiti in cui sia espressamente consentito dalle norme vigenti e dal presente codice, ai criteri, previsti dal bando, ispirati a esigenze sociali, nonché alla tutela della salute e dell'ambiente e alla promozione dello sviluppo sostenibile”.

CAPITOLO SECONDO

L'ESPERIENZA GIURIDICA ITALIANA IN TEMA DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE: IN PARTICOLARE LA DIMENSIONE NAZIONALE

2.1 Esigenze di regolamentazione sul piano nazionale: molteplici intenti ma tante perplessità

Esaminati, dunque, i percorsi e le scelte attuate in ambito comunitario, appare, a questo punto, assai interessante notare come il quadro generale degli interventi posti in essere allo scopo di regolamentare il fenomeno del Cees consti pure di una serie di altri intenti elaborati su scala nazionale e più di tutti regionale.

Con particolare riferimento alla dimensione nazionale, vale la pena di sottolineare, pur nella consapevolezza che si tratta di un percorso ancora in costruzione e soprattutto dai contorni non ben definiti, l'esistenza anche a tale livello di una graduale presa di coscienza del movimento solidale e della conseguente necessità di normazione in materia.

Pur premettendo, dunque, che si è ancora ben lontani da un effettivo riconoscimento del fenomeno - nel senso cioè dell'approvazione di una legge nazionale sull'argomento - risulterà certamente interessante ripercorrere, a grandi linee, i profili evolutivi di tali spinte normative, nonché le tappe più significative di tale percorso e prima di tutto le molte incertezze che lo hanno accompagnato e che tutt'ora lo caratterizzano.

Occorre, infatti, notare, in primo luogo, come i riferimenti, presenti in ambito nazionale, all'attività del commercio equo siano stati e siano tutt'ora piuttosto sporadici e limitati e come, in particolare, nel tentativo di regolamentare tale settore siano state tante le perplessità e tante le occasioni mancate.

Tale ultima circostanza se da un lato risulta facilmente comprensibile considerata la novità del tema in discorso, o più semplicemente l'assenza nel nostro ordinamento di un richiamo diretto ed esplicito al Cees, dall'altro non costituisce una scusante, se si valuta il fatto che i principi sottesi al fenomeno in questione non sono affatto estranei al nostro sistema giuridico.

Il dovere di solidarietà, ad esempio, posto alla base delle attività di commercio equo e solidale, viene sancito in maniera espressa all'art.2 della nostra Carta Costituzionale, laddove si prevede *“La Repubblica riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell'uomo, sia come singolo, sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità, e richiede l'adempimento dei doveri inderogabili di solidarietà politica, economica e sociale”*.

Lo stesso principio sancito all'art.41, comma 2, Cost. ove si legge che l'iniziativa privata, seppur libera non può recare danno alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana, trova più di un riscontro nei valori caratterizzanti le attività di commercio equo e solidale; senza contare l'enorme tutela che il nostro sistema riconosce alla persona umana e che pure trova piena condivisione in relazione ai presupposti fondanti il commercio equo.

Tali principi si pongono addirittura nel nostro sistema quali principi fondamentali che la Repubblica ha il compito di perseguire senza alcuna limitazione territoriale, ciò che consentirebbe di superare il carattere limitativo della nazionalità e di optare per una posizione di apertura in tale contesto.

Orbene, al di là della condivisibilità delle considerazioni appena esposte, e pur non ritenendo opportuno appellarsi necessariamente al disposto costituzionalistico, non si possono comunque non sottolineare le tante possibilità che il nostro legislatore ha per così dire "sfiorato" in termini di riconoscimento del fenomeno in esame.

Si pensi, ad esempio, all'opportunità di far rientrare il commercio equo fra i diversi campi di attività caratterizzati dal perseguimento di una particolare funzione sociale - quali quelli in cui operano in particolare le Onlus, le associazioni di volontariato o le cooperative sociali - strada, questa, dinanzi alla quale il legislatore ha preferito non soffermarsi, senza fornire troppe spiegazioni⁷⁶.

Altrettanto ingiustificata e priva di fondamento appare pure la scelta che ha portato lo stesso legislatore ad ignorare la possibilità di ricomprendere il settore in esame all'interno della categoria dell'impresa sociale. L'occasione, fornita dalla legge delega 118/2005 concernente proprio la disciplina dell'impresa sociale, che pareva potesse perfettamente attanagliarsi alle attività del commercio equo, non è stata ritenuta propizia neanche in questo caso e pur in presenza di una definizione di impresa sociale - quale appunto quella contenuta nell'art.1 del d.lgs. 155/2006⁷⁷ - realmente adeguata a ricoprire l'ambito in discorso.

Il citato art.1 del d.lgs. 115/2006 dispone infatti che possano acquisire la qualifica di impresa sociale tutte le organizzazioni private che svolgano un'attività economica volta allo scambio di beni o servizi di utilità sociale e diretta a realizzare finalità di interesse generale.

⁷⁶ Per un più ampio approfondimento sul punto si veda Sciarrone Alibrandi A.(gruppo di lavoro coordinato da), *Quali norme per il commercio equo e solidale?*, op. cit., p. 74 e ss. Laddove nel sottolineare in maniera evidente la mancata menzione di tale settore all'interno di quei campi di attività caratterizzati dal perseguimento di funzioni sociali, si individua la ragione di tale assenza nella natura commerciale che contraddistinguerebbe le attività di commercio equo e solidale e ancor di più nell'impostazione tradizionale che individua il criterio distintivo tra società ed enti del libro I del codice nella capacità dell'esercizio dell'impresa. Tale ragione risulterebbe tuttavia priva di giustificazione alla luce della compatibilità tra la forma giuridica dell'associazione e l'esercizio dell'attività d'impresa essendo oggi la linea di confine tra società ed enti no profit tracciata in relazione allo scopo perseguito.

⁷⁷ D.lgs. 24 marzo 2006, n.155, *Disciplina dell'impresa sociale a norma della legge 13 giugno 2005, n.118*.

Anche in tale caso, dunque, gli interrogativi appaiono molteplici, non trovando, le ragioni di una siffatta scelta legislativa, altra spiegazione se non quella di una immotivata astensione del legislatore che ha preferito rimandare ancora una volta l'inquadramento giuridico del fenomeno ad altra sede.

Al di là delle occasioni sfiorate, attraverso le quali si sarebbe potuto procedere all'elaborazione di uno specifico intervento legislativo in materia, non si possono tuttavia tacere i timidi tentativi posti in essere negli ultimi anni nel settore e volti a ricercare un riconoscimento giuridico del fenomeno.

Tali tentativi, lo si premette, oltre ad essere sporadici e fortemente circoscritti, risultano rinvenibili comunque sempre nell'ambito di interventi legislativi di diversa portata; ciò che appare, d'altro canto, facilmente comprensibile alla luce delle perplessità di cui si è finora detto.

Nei paragrafi che seguono si cercherà di operare una sorta di ricognizione delle proposte elaborate in proposito raggruppandole per obiettivi; ciò al fine di riuscire ad enucleare i diversi approcci posti in essere allo scopo di regolamentare il fenomeno.

2.2 Analisi dei differenti approcci normativi e sintesi degli obiettivi perseguiti

Il clima di incertezze appena evidenziato non ha tuttavia frenato l'interesse e la curiosità nei riguardi del fenomeno che, sull'onda delle spinte scaturenti dal contesto europeo, ha continuato ad espandersi, anche in Italia, in maniera assai significativa, attraverso iniziative di sostegno e di incentivazione fornite dagli operatori del settore. La sempre maggiore diffusione delle attività di commercio equo e solidale, sul piano pratico, ha, col tempo, determinato interessanti risvolti pure sul piano teorico-regolamentativo in termini di maggiore considerazione e rilevanza che la classe politica ha inteso riconnettere al fenomeno in questione, anche sull'onda dell'accresciuta attenzione rivolta allo stesso da parte dei consumatori.

L'esigenza di inquadrare giuridicamente il commercio equo, ha portato, dunque, anche nel nostro paese, all'elaborazione di alcune proposte, nessuna delle quali, però, lo si premette, è riuscita fin ora, a disciplinare compiutamente la materia.

In particolare, come si avrà modo di notare più avanti, gli interventi posti in essere nel settore, lungi dall'essere specifici ed esaustivi, si inseriscono quasi sempre nell'ambito di interventi legislativi di diversa portata, presentando profonde lacune ed imprecisioni. Il quadro di riferimento che emerge, dunque, a primo impatto, dall'analisi delle proposte di legge aventi carattere nazionale, risulta molto frammentario e piuttosto vago generando, a volte, anche una certa confusione in tema.

E' il caso, ad esempio, del disegno di legge n. 1694 del 2002, intitolato "*Delega al Governo per il riordino del turismo termale, venatorio, sportivo, religioso, naturalistico, nonché del commercio equo e solidale*". Da una semplice lettura dell'appena citato disegno, composto tra l'altro di soli tre articoli, è possibile rilevare sin da subito la genericità che caratterizza la sua stessa formulazione nonché l'assenza di un qualsiasi legame o nesso tra il fenomeno normato in generale e il Cees⁷⁸. Il "*fair trade*", dunque, viene sì richiamato ma all'interno di una delega

⁷⁸ Si tratta, in effetti, di un disegno di legge completamente incentrato sul turismo ed in particolare sull'importanza di tale strumento nei settori di maggiore rilevanza per lo sviluppo economico e sociale su base non solo nazionale ma anche internazionale. Più nello specifico si tratta di una proposta volta a favorire la crescita competitiva dell'offerta del sistema turistico locale, regionale, nazionale, attraverso la valorizzazione e la tutela delle risorse ambientali, delle tradizioni locali e dei beni culturali; si noti bene come tra i molti obiettivi del presente disegno rientri pure contemporaneamente il sostegno per le imprese operanti nel settore con particolare riguardo alle imprese individuali di persone e di capitali, piccole e medie, al fine di migliorare la qualità dell'organizzazione, delle strutture e dei servizi, nonché l'intenzione di offrire un'adeguata tutela al singolo soggetto che accede ai servizi turistici. Tanti obiettivi, variegati e complessi, indicati, come si diceva, in pochissimi articoli. Il presente disegno di legge consta infatti di soli tre articoli; l'articolo 1 contiene la delega al Governo, l'articolo 2 contiene i principi direttivi cui dovrà attenersi il Governo nell'emanazione dei decreti legislativi, ed infine l'articolo 3 concerne le procedure di attuazione della delega, con l'acquisizione dei pareri della Conferenza unificata di cui al decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281.

dedicata al turismo, introducendo poi, all'interno dell'art. 2 un invito rivolto al Governo di provvedere al riordino della materia, attraverso l'elaborazione di una definizione, nonché affidandogli i compiti inerenti l'informazione e le agevolazioni fiscali.

Tale proposta, dunque, oltre ad essere incentrata fundamentalmente sul turismo e a non riguardare espressamente l'ambito che ci occupa, si limita ad un mero richiamo alle attività di commercio equo e solidale; richiamo che, considerati gli scopi del presente disegno di legge, non sembra rivestire alcuna utilità né in termini di obiettivi e né scopi da perseguire in materia, contribuendo, al contrario, ad incrementare il clima di incertezze già esistente.

Le difficoltà di pervenire ad una regolamentazione specifica nel settore, intuibili, tra l'altro alla luce delle tante incertezze sopra esposte e della notevole complessità del fenomeno, consentono tuttavia di ricavare un dato positivo, che si esprime vale a dire nella avvertita necessità, non solo da parte degli operatori del settore ma anche del contesto politico-istituzionale, di regolamentare la materia. Le proposte di cui si dirà a breve, infatti, se da un lato non hanno condotto a risultati soddisfacenti in termini di elaborazione di una efficace normazione della materia, dall'altro lato hanno comunque evidenziato una indiscussa necessità di regolamentazione del settore.

L'analisi delle seguenti proposte, dunque, al di là dei limiti nelle stesse rinvenibili, risulterà comunque utile allo scopo di comprendere, una volta assodata tale opportunità di normazione del fenomeno, quale debba essere il livello di regolamentazione più adeguato e, nella specie, se i tentativi posti in essere fino a questo momento sul piano nazionale possano rappresentare, nella loro eterogeneità, dei validi percorsi o se al contrario sia preferibile prospettare un intervento di altra natura.

I differenti approcci, intrapresi infatti attraverso le varie proposte di legge consentono di individuare diverse strategie di inquadramento del fenomeno e di riflettere in ordine al possibile taglio che un intervento elaborato su scala nazionale potrebbe avere.

A tal fine, l'analisi condotta in questa sede tenderà ad una sorta di ricognizione delle proposte elaborate in materia raggruppandole per obiettivi e cercando di individuare in tal modo i differenti criteri utilizzati: sulla via della certificazione di prodotto, dell'inquadramento giuridico degli attori del commercio equo, della cooperazione allo sviluppo, delle agevolazioni fiscali, della definizione del fenomeno.

2.2 a) nell'ottica della certificazione del prodotto

Il primo intervento che, in ordine temporale, fa seguito al sopra citato disegno di legge n.1694/2002 è la proposta di legge n. 3892, presentata alla Camera dei Deputati il 14 aprile 2003 ed intitolata “*Disposizioni per favorire lo sviluppo sostenibile, incentivare il commercio equo e solidale e promuovere la responsabilità sociale delle imprese*”⁷⁹.

All'interno di tale proposta, appaiono senz'altro più significativi i richiami all'idea di giustizia sociale oltre che economica, di sviluppo sostenibile, di rispetto per le persone e per l'ambiente, e soprattutto di cooperazione allo sviluppo. Tali finalità sono facilmente desumibili dalla lettura dell'art. 1, il quale recita “*la Repubblica riconosce il valore sociale delle attività di produzione e di commercializzazione volte a ridurre progressivamente gli squilibri esistenti tra Paesi ricchi e Paesi poveri del mondo*”, e soprattutto dalla lettura del suo comma 2 da cui si ricava che lo scopo di tale proposta è quello di “*incentivare, in attuazione degli articoli 2, 3, secondo comma, 4, secondo comma, 9, 18, 41, secondo comma, e 118, quarto comma, della Costituzione, nonché dell'articolo 1 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, forme di commercio equo e solidale più indicate a promuovere la giustizia economica e sociale, lo sviluppo sostenibile nonché il rispetto per l'ambiente e per la dignità della persona umana*”.

Orbene, al di là della maggiore incisività della proposta in questione, in termini di riconoscimento del fenomeno e di finalità perseguibili, ciò che maggiormente rileva, in questa sede, è l'individuazione dell'approccio scelto dai proponenti allo scopo di valutare l'utilità di una scelta regolamentativa di tale genere. In tal senso, occorre chiarire come all'interno di tale proposta, sia possibile verificare, sin da subito, la compresenza di due diversi approcci, quello relativo alla certificazione di prodotto e quello relativo alle agevolazioni fiscali, di cui si dirà più avanti.

⁷⁹ La presente proposta di legge risulta in realtà maggiormente incentrata sul fenomeno del Cees. In particolare, già dalla lettura dei discorsi preparatori ed introduttivi della Camera, è possibile cogliere la grande attenzione riservata al tema della povertà e alla questione del divario sempre più crescente fra il Nord e il Sud del mondo. Ivi si legge “*In un mondo sempre più globalizzato occorre che il nostro si faccia promotore di una buona globalizzazione, non governata nell'esclusivo interesse di pochi...ma che favorisca una dimensione etica dello sviluppo...*”. Tali affermazioni inducono a riflettere profondamente sulle conseguenze disastrose sia sul piano del collasso delle risorse sia su quello della perdita di vite umane. Di qui l'intenzione di promuovere un disegno di legge che indirizzi più correttamente le logiche economiche in modo da porle alla luce degli interessi generali, quali la coesione sociale, la solidarietà, il rispetto della persona umana, onde promuovere una competizione globale basata sulla qualità sociale, ambientale, culturale e non solo su quella economica. Ebbene, alla luce di tali riflessioni la presente proposta di legge si muove nella direzione del sostegno alle attività del Cees attraverso la valorizzazione di un approccio alternativo alla produzione e al commercio di tipo convenzionale, ciò anche sulla scorta dei dati statistici relativi alla diffusione del fenomeno sul territorio. In tal senso si discorre all'interno della proposta di giustizia sociale ed economica, di sviluppo sostenibile, di rispetto per le persone e per l'ambiente, di crescita della consapevolezza dei consumatori, di maggiore educazione ed informazione rispetto a tale tipo di commercio per incentivare delle scelte morali rispondenti a sentimenti di giustizia.

Con particolare riguardo all'aspetto della certificazione di prodotto, vale la pena chiarire come la scelta di un siffatto obiettivo emerga dall'introduzione del c.d. "marchio etico e sociale", il quale, ponendosi come marchio sul prodotto, attesterebbe l'eticità del processo produttivo attraverso cui il prodotto è stato realizzato.

Tale approccio, tuttavia, pur in presenza di buoni presupposti, presenta comunque diverse lacune ed incongruenze, ricavabili, ad esempio, dall'assenza di specifici riferimenti alle organizzazioni di commercio equo, nonché dalla mancanza di una espressa distinzione tra queste e le imprese cc.dd. "profit", che possono anche decidere di commerciare prodotti equo solidali; a tal riguardo, infatti, la proposta prevede la possibilità per qualunque impresa di utilizzare il marchio etico e sociale. Sebbene, dunque, l'inserimento di un marchio di questo tipo rappresenti un grosso valore per il consumatore, in quanto attestazione della rispondenza di quei prodotti ai requisiti del Cees, non sussistono in tal senso, all'interno di tale documento, ulteriori e più significativi approfondimenti in grado di attribuire un valore concreto a tale intervento, che risulta, allo stato, poco esaustivo⁸⁰.

Orbene, senza voler scendere in questa sede nell'analisi dettagliata dei singoli articoli di cui si compone la proposta di legge, basti semplicemente notare come anche tale proposta possa inquadrarsi nel novero di quegli intenti preparatori ed anticipatori di un intervento maggiormente incisivo⁸¹.

Nell'ambito degli intenti posti in essere sempre sulla via della certificazione di prodotto non può tacersi il riferimento al disegno di legge n. 3091 "*Norme a favore del commercio equo e solidale*", comunicato alla Presidenza del Senato il 3 agosto 2004. Anche tale documento, però, cui va comunque il merito di aver richiamato la nozione di Cees nel nostro ordinamento, ricavandola da FINE⁸², è, al pari della precedente proposta, assai impreciso e lacunoso. In particolare, al di là delle tante inesattezze, probabilmente attribuibili alla sua brevità - componendosi di due soli articoli - sussistono, all'interno del disegno, rapidi richiami a diversi argomenti, cui non corrisponde alcun approfondimento. Così per le agevolazioni fiscali sui

⁸⁰ All'art. 8, comma 3, si legge espressamente che "...il marchio potrà essere utilizzato da qualunque impresa, profit e non, che ne faccia richiesta, previo accertamento di alcuni requisiti: a)realizzazione e commercializzazione dei prodotti...b)promozione di forme di commercio leale....c)creazione da parte delle imprese di condizioni favorevoli al fine di migliori tutele del lavoro.....d)provenienza obbligatoria e diretta dei prodotti da produttori operanti nei Paesi in via di sviluppo....." . Tale formulazione, tuttavia, non consente di distinguere gli attori coinvolti e di riconoscere effettivamente in capo agli stessi i requisiti su indicati, rendendo di conseguenza assai difficile, se non impossibile, certificare la conformità dei prodotti a tali requisiti e riconnettere dunque una tutela efficace nei confronti del consumatore.

⁸¹Per un approfondimento più puntuale, si veda A. Sciarrone Alibrandi (gruppo di lavoro coordinato da), *Quali norme per il commercio equo e solidale?*, op. cit., p. 82 e ss.

⁸²Espressamente si legge il Cees è "*una partnership commerciale basata sul dialogo, la trasparenza e il rispetto, che mira ad una maggiore equità nel commercio internazionale. Contribuisce allo sviluppo sostenibile offrendo migliori condizioni commerciali a produttori svantaggiati e lavoratori, particolarmente nel Sud, e garantendone i diritti*".

prodotti che rispettano i “*criteri di certificazione Fair Trade*”, che l’art. 1 richiama senza indicare le modalità previste per la certificazione; così pure per le organizzazioni del commercio equo, in relazione alle quali il presente disegno si limita ad affermare l’esistenza⁸³.

Tali frettolosi richiami non consentono tra l’altro di ricondurre in maniera univoca il citato disegno nell’ottica della certificazione di prodotto, in quanto se è vero che frettoloso appare il richiamo al criterio della certificazione altrettanto rapido è pure il riferimento alla via delle agevolazioni fiscali, ciò che permetterebbe di ricondurre il suddetto intervento anche nell’ottica di quelli improntati sulla via delle agevolazioni fiscali.

Al di là della riconducibilità della predetta proposta nell’uno o nell’altro schema, risulta comunque doveroso sottolineare l’assoluta genericità della presente formulazione. Di qui che se da un lato si deve riconoscere anche a tale intervento il merito di spingere nel senso della certificazione e delle agevolazioni fiscali, dall’altro lato non si può tacere la sua dimensione puramente teorica, dato che i richiami alle suddette strade appaiono del tutto privi di indicazioni e strategie concrete.

Sempre allo stesso anno risale la proposta di legge, presentata il 2 luglio 2003, n. 4130, “*Delega al Governo in materia di fiscalità etica e di promozione dello sviluppo sostenibile*”. Anche tale disegno, si orienta, in via principale, come i precedenti, nell’ottica della certificazione di prodotto, presentando però allo stesso tempo profili di rilievo pure nell’ambito delle agevolazioni fiscali.

Il riferimento al commercio equo e solidale è, infatti, rintracciabile all’interno dell’art. 2, comma 1, lettera c), punto 9) laddove, nell’ambito di un discorso più generale sulle attività che promuovono lo sviluppo sostenibile e sulle attenuazioni previste, si fa cenno alla possibilità di sgravi “*per il prelievo fiscale sul reddito derivante dall’importazione e dalla distribuzione di prodotti alimentari, artigianali ed agricoli*” rispondenti a determinati requisiti e resi riconoscibili da un sistema di etichettatura e certificazione, consentendosi altresì l’applicazione dei suddetti sgravi pure a quei prodotti non marchiati ma comunque distribuiti e importati da soggetti soci di *Agices* ed iscritti nel *Rioces*.

Sempre, dunque, nell’ambito di interventi di fiscalità etica per così dire *a latere* della nozione di sviluppo sostenibile, il numero 9) delega il Governo ad introdurre una apposita disciplina tributaria agevolativa per il commercio equo e solidale, diretta ad attenuare il prelievo fiscale sul reddito derivante dall’importazione e dalla distribuzione di questi tipi di prodotti provenienti dai Paesi in via di sviluppo, sulla base di specifici criteri. In particolare si

⁸³ Nel disegno espressamente si legge “*Le organizzazioni del commercio equo, col sostegno dei consumatori, sono attivamente impegnate a supporto dei produttori, in azioni di sensibilizzazione e in campagne per cambiare regole e pratiche del commercio internazionale convenzionale*”.

richiede che i prodotti non implicino lo sfruttamento del lavoro infantile e minorile, in conformità alla Convenzione sui diritti del fanciullo, fatta a New York il 20 novembre 1989, resa esecutiva ai sensi della legge n. 176 del 1991; che il lavoro locale, impiegato per la realizzazione dei prodotti, assicuri una giusta retribuzione nonché pari opportunità senza distinzioni di sesso, età, condizione sociale, religione, convinzioni politiche; ancora, che i prodotti oggetto del Cees siano individuabili dal consumatore attraverso un sistema di certificazione ed etichettatura⁸⁴.

Volendo, comunque, considerare la strada della certificazione quale approccio principale non è possibile tuttavia tacere, neppure in ordine al suddetto intervento, la presenza di vizi e di problematiche connesse proprio a tale aspetto. La proposta, cui va senz'altro il merito di aver riconosciuto l'importanza di elaborare politiche di sostegno alle attività del commercio equo e solidale, attraverso le agevolazioni fiscali, pecca infatti di poca chiarezza nella parte in cui si riferisce alle modalità di certificazione. In particolare, sul punto, sembra sussistere una sorta di confusione in quanto se per un verso si prevede che il rispetto dei requisiti richiesti per gli sgravi di cui sopra debba essere accertato attraverso un sistema di certificazione e di etichettatura, di cui si discorre in generale, per un altro verso si legge nella norma che in alternativa gli sgravi possono essere pure previsti per quei prodotti importati e distribuiti da organizzazioni che siano soci *Agices*, iscritti al *Rioces*; ciò che appare, in tal senso, quasi una contraddizione in termini essendo naturale, a questo proposito, interrogarsi sulla reale natura di quest'ente di controllo e garanzia e sull'esclusività della sua funzione.

2.2 b) nell'ottica dell'inquadramento giuridico degli attori del commercio equo

L'appena citata proposta, n. 4130 del 2003, sembra imboccare altresì la strada del riconoscimento dei soggetti del commercio equo. Nel suddetto art. 2 comma 1, lett. c) si discorre infatti di sgravi applicabili nel caso in cui i prodotti siano importati e distribuiti da organizzazioni rientranti nei parametri della Carta Italiana dei Criteri, aderenti all'*Agices* ed inserite nel *Rioces*.

Tale intervento, al di là delle su esposte problematiche, merita, sotto questo specifico punto di vista, particolare plauso essendo stato l'unico ad aver intrapreso tale direzione, e ad aver

⁸⁴ In particolare sul punto si rilevi come il protezionismo agricolo nonché le barriere fiscali e doganali della maggior parte dei Paesi occidentali impediscano l'accesso al mercato dei prodotti provenienti dai Paesi in via di sviluppo. Si pone pertanto l'esigenza, di carattere sostanzialmente "etico", di ampliare il mercato interno di tali prodotti, promuovendone la diffusione senza alterazioni dei principi della concorrenza.

intuito la necessità di una identificazione precisa in ordine ai soggetti operanti all'interno del settore. In tal senso, la proposta sembra aver guardato davvero oltre, avendo aperto un sentiero necessario nel percorso di costruzione di un valido intervento legislativo a carattere nazionale; ciò che, senza voler anticipare nulla di ciò che si dirà in seguito, trova in effetti più di una conferma nel recente disegno di legge dal titolo “*Disposizioni per la promozione del commercio equo e solidale*”.

2.2 c) nell'ottica della cooperazione allo sviluppo

Altrettanto interessante sembra apparire il percorso intrapreso da alcune proposte e volto ad inserire il “*fair trade*” nell'ambito della cooperazione allo sviluppo.

Una svolta significativa, in tale contesto è da ricondurre senz'altro al disegno di legge dell'8 marzo 2005, n. 2728 dal titolo “*Riorganizzazione della cooperazione allo sviluppo*”.

All'interno di tale proposta, infatti, oltre all'esplicito riconoscimento del Cees tra le attività di cooperazione, sono pure presenti una serie di interessanti riferimenti alla possibilità, anche per le organizzazioni costituite in forma cooperativa, di richiedere contributi⁸⁵. L'importanza di tale previsione è ancor più evidente se si considera che la legge 49/87⁸⁶ riconosceva un ruolo attivo nell'ambito della cooperazione esclusivamente alle organizzazioni non governative accreditate.

Ma al di là di tale interessante spunto, i pregi del menzionato disegno sono pure rintracciabili nella previsione, per i soggetti del Cees, di una iscrizione in appositi albi o registri tenuti a livello nazionale o regionale per poter beneficiare di agevolazioni fiscali. Tale disposizione presenta profili di notevole rilievo anticipando in gran parte i contenuti della recentissima proposta di legge presentata nel 2007 dinanzi alla Camera ed al Senato, nella parte in cui si prevede espressamente, l'istituzione di un apposito Albo nonché di un registro di iscrizione (artt. 7 ed 8 della proposta). In tal senso, il presente disegno di legge, con uno sforzo certamente apprezzabile non si limita ad un mero richiamo bensì prevede, nello specifico, i requisiti che le associazioni e le cooperative devono soddisfare per essere iscritti nei su indicati

⁸⁵ In particolare, così come disposto dall'art.6, comma 1, sono ammesse a richiedere contributi non solo le associazioni o fondazioni ma anche le organizzazioni costituite in forma cooperativa che ex art. 20, comma 2, presentino determinate caratteristiche. Nello specifico, tra i requisiti, si richiede che tali organizzazioni abbiano inclusa tra i propri fini statutari la realizzazione di attività di cooperazione allo sviluppo, che le stesse non siano collegate con soggetti aventi fini di lucro, che abbiano svolto attività di cooperazione allo sviluppo negli ultimi due anni, che non abbiano all'interno della propria struttura sovventori etc...

⁸⁶ Legge del 26 febbraio 1987, n. 49 sulla *Nuova disciplina della Cooperazione dell'Italia con i Paesi in via di sviluppo*.

registri richiedendo, dunque, che le stesse siano costituite con atto pubblico ai sensi del codice civile, che abbiano tra i loro fini statutari lo svolgimento delle attività di commercio equo e solidale, che abbiano effettivamente svolto tali attività negli ultimi anni, che non siano collegate con soggetti aventi fini di lucro e non abbiano all'interno della loro struttura soci sovventori, che possano, infine, documentare che la presenza di lavoratori non soci è inferiore a quella di lavoratori soci.

Anche all'interno di tale proposta, dunque, è possibile leggere oltre all'intenzione di ricondurre il commercio equo tra le attività di cooperazione allo sviluppo, pure la volontà di pervenire ad una sorta di riconoscimento formale dei soggetti operanti all'interno di tale settore.

Sempre nella stessa direzione si muove pure la proposta di legge che auspica una riforma della materia della cooperazione allo sviluppo, dal titolo "*Disciplina della cooperazione allo sviluppo equo e sostenibile*" (n. 3021, dell'8 marzo 2005). Anche all'interno di tale proposta, infatti, in cui il commercio equo viene inserito nell'ambito della cooperazione allo sviluppo, è prevista l'istituzione di un albo per l'iscrizione delle organizzazioni del Cees.

In particolare, all'interno dell'art. 16 della proposta in esame, si dispone l'istituzione di un albo per l'iscrizione delle organizzazioni di commercio equo che vogliano beneficiare di agevolazioni fiscali sui tassi di importazione. Anche in questo caso, così come evidenziato nel d.d.l. 2728/05, si fa riferimento tra i requisiti richiesti per l'iscrizione alla costituzione per mezzo di atto pubblico ai sensi del codice civile, allo svolgimento di precedenti attività o esperienze operative nell'ambito del commercio equo e solidale, ed alla realizzazione di tale attività in quanto fine statutario.

L'approccio intrapreso in entrambe le proposte, seppur significativo in relazione agli obiettivi perseguiti, anche in termini di riconoscimento dei soggetti, non risulta però neppure esaustivo, mancando ad esempio, anche in tali documenti un preciso riferimento alla definizione dell'attività di commercio equo.

2.2 d) nell'ottica delle agevolazioni fiscali

L'analisi degli interventi posti in essere sulla via delle agevolazioni fiscali necessita di alcune considerazioni di carattere introduttivo. In primo luogo occorre rilevare che tale tipo di approccio, come già anticipato nell'esame delle precedenti proposte, seppure perseguito e ribadito nella maggior parte degli interventi intrapresi nel settore, ha portato solo in qualche caso all'elaborazione di concrete strategie in tema.

Tale constatazione, consente, dunque, di comprendere come se da un lato si sia riconosciuta, più d'una volta, l'importanza di un approccio di questo tipo nel settore del commercio equo e solidale, dall'altro lato non si è riusciti nell'intento di rendere concreto tale proposito.

Al di là della proposta di legge n. 3982/03, la quale è l'unica ad essersi mossa in questa direzione pervenendo all'elaborazione di misure concrete in termini di agevolazioni fiscali, è possibile in generale verificare un atteggiamento quasi uniforme all'interno degli altri interventi, i quali si fermano, al contrario della citata proposta, ad una fase di previsione degli strumenti puramente teorica.

E' il caso, ad esempio, del disegno di legge n. 3091/04, all'interno del quale, a parte l'approccio principale alla certificazione di prodotto, è possibile rinvenire un cenno anche alla via delle agevolazioni fiscali. Il suo art. 1, infatti, prevede la possibilità di agevolazioni fiscali sui prodotti che rispettino i criteri di certificazione del "*fair trade*".

Così pure il disegno di legge n. 4130/03, il quale si limita semplicemente a riconoscere, con riferimento alle attività di commercio equo e solidale, la necessità di prevedere una disciplina tributaria agevolativa volta ad attenuare il prelievo fiscale sul reddito derivante dall'importazione e distribuzione di quei prodotti, artigianali, alimentari ed agricoli, provenienti dai Paesi in via di sviluppo, prevedendo i requisiti in presenza dei quali troverebbe applicazione tale disciplina ma non indicando in concreto in che cosa consista la stessa.

Sulla stessa strada si muove pure il progetto di legge n. 4311 del 25 settembre 2003, nella parte in cui prevede l'iscrizione in un apposito Albo per le organizzazioni che operano nel settore del commercio equo, le quali beneficerebbero di un regime fiscale agevolato; mentre il progetto di legge n. 3021/05 preciserebbe, nella sua relazione introduttiva, l'importanza di un quadro macroeconomico stabile, di una finanza pubblica trasparente e di un valido sistema fiscale volto ad assicurare un'equa distribuzione del reddito.

Tali esempi mostrano, in maniera evidente, il carattere generico e piuttosto astratto dei riferimenti all'ambito delle agevolazioni fiscali; ciò che, tuttavia, consente di pervenire alla convinzione che anche l'inserimento di tale aspetto sarebbe auspicabile, nella sua prospettiva concreta, all'interno di uno specifico intervento in tema di commercio equo e solidale.

L'unica proposta che, come s'accennava, si muove in una dimensione più pratica rispetto alle modalità attraverso cui favorire le agevolazioni fiscali è la n. 3982/03. I riferimenti contenuti all'interno di questa proposta alle agevolazioni fiscali sono numerosi quanto specifici e suggerirebbero, realmente, un prototipo da ricalcare in relazione alle modalità attraverso cui introdurre regimi agevolativi nel settore dell'equo e solidale.

Nella proposta si dispone, innanzitutto, un diverso utilizzo dell'otto per mille dell'imposta sul reddito delle persone fisiche, a sostegno della cooperazione internazionale; inoltre si fa espressamente riferimento ad un regime fiscale agevolato oltre ad una serie di incentivi per il commercio di prodotti equo solidali, prevedendo l'erogazione di un contributo annuo per i centri commerciali, di nuova istituzione sul territorio nazionale e che effettuino proprio il commercio di questi prodotti, con esclusione degli obblighi contabili e l'abbassamento dell'imposta sul reddito.

Le agevolazioni fiscali opererebbero altresì a favore dei consumatori di prodotti equo solidali, previsione questa che si desume dalla lettura dell'art. 5 della proposta laddove si legge che esiste una detrazione fiscale per le spese di prodotti equo solidali in favore dei singoli e delle famiglie.

I successivi articoli introducono ulteriori e significativi spunti in tema prevedendo, ad esempio, la riduzione dell'aliquota IVA sui prodotti equo solidali dal 20% al 4%, nonché l'istituzione di un Fondo speciale in favore del commercio equo e solidale.

Infine, una dimensione più ampia, tali agevolazioni si estenderebbero anche in favore di quelle imprese, nonché delle Onlus e delle cooperative sociali, che risultino in possesso del marchio etico sociale. Una previsione, davvero ad ampio raggio, dunque, che consentirebbe di fornire un sostegno concreto a tali attività. La proposta sembra aver intuito, in tal senso, che il sostegno al settore non può provenire solo dal basso, ma che al contrario è necessario coadiuvare ed incentivare tali investimenti prevedendo misure concrete all'interno di un intervento strutturato dalle istituzioni.

2.2 e) nell'ottica di una definizione del fenomeno

In un'ottica del tutto singolare si pone, infine, il decreto del Ministro delle attività produttive, datato appunto 30 dicembre 2005⁸⁷, all'interno del quale è possibile rinvenire un ulteriore approccio al commercio equo.

⁸⁷ All'interno del decreto dal titolo "Regimi derogatori ai criteri per la definizione della prevalenza di cui all'articolo 2513 del codice civile"(Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 20 del 25 gennaio 2006), espressamente si legge, sotto la voce "*Cooperative per il commercio equo e solidale*" che "*Sono considerate a mutualità prevalente indipendentemente dall'effettivo possesso dei requisiti di cui all'art. 2513 del codice civile, le cooperative che operano prevalentemente nei settori di particolare rilevanza sociale, quali le attività di commercio equo e solidale. Per attività di commercio equo e solidale si intende la vendita, effettuata anche con l'impiego di attività volontaria dei soci della cooperativa, di prodotti che le cooperative o loro consorzi acquistano direttamente da imprese di Stati in via di sviluppo o da cooperative sociali di tipo b) ai sensi della legge 8 novembre 1991, n. 381, con garanzia di pagamento di un prezzo minimo indipendentemente dalle normali fluttuazioni delle condizioni di mercato.*

L'approccio in questione consisterebbe nello specifico nelle necessità di inquadrare in maniera chiara il fenomeno e le caratteristiche che lo connotano.

In particolare, nel decreto espressamente si legge che *“per attività di commercio equo e solidale si intende la vendita, effettuata anche con l'impiego di attività volontaria dei soci della cooperativa, di prodotti che le cooperative o loro consorzi acquistano direttamente da imprese di stati in via di sviluppo o da cooperative sociali di tipo ...”*.

Tale definizione, senza dubbio apprezzabile in termini di intenti, non appare tuttavia in grado di soddisfare il fine richiesto, non essendo in grado di cogliere il fenomeno nella molteplicità delle sue sfaccettature. La ragione di questa inattitudine è probabilmente da rinvenirsi in più d'una circostanza. Da un lato, infatti, non si può non considerare la complessità e vastità del movimento e degli ambiti che lo stesso ingloba, per un altro verso poi occorre notare come l'intervento in discorso si inserisca in realtà all'interno di un contesto di diversa portata. Il decreto in questione, infatti, è rivolto all'individuazione, all'interno del nuovo diritto delle società cooperative, di *“regimi derogatori ai criteri per la definizione della prevalenza di cui all'art. 2513 del codice civile”*.

A parte, dunque, la limitatezza della definizione di commercio equo, proposta all'interno di tale decreto, occorre pure sottolineare le tante imprecisioni che la connotano; com'è noto, infatti, le cooperative non acquistano quasi mai le merci direttamente dai produttori dei Paesi in via di sviluppo, rivolgendosi generalmente alle centrali d'importazione.

Nel corso del citato decreto si fa anche riferimento, sempre in tema di commercio equo, al pagamento di un prezzo c.d. *“minimo”*; tale termine viene utilizzato impropriamente e, probabilmente, al posto del termine *“equo”*, il quale indica invece un prezzo che garantisce a tutte le organizzazioni coinvolte nella catena di commercializzazione un giusto guadagno, essendo tale prezzo concordato con il produttore stesso sulla base del costo delle materie prime, del costo del lavoro locale, della retribuzione dignitosa e regolare per ogni singolo produttore.

Posti dunque lo spirito e le ragioni ispiratrici di tale decreto, è ben possibile annoverare anche tale atto nell'ambito di quegli intenti elaborati in tema ma incapaci di riconnettere una significativa disciplina al fenomeno.

Orbene, l'esame dei differenti approcci al tema del commercio equo e solidale mostra, come accennato, al di là dei limiti rinvenibili nei singoli interventi legislativi, la necessità di pervenire ad una normazione del fenomeno e consente altresì di riflettere in ordine al possibile taglio che un intervento elaborato su scala nazionale potrebbe avere.

I percorsi suggeriti attraverso i tentativi posti in essere fino a questo momento sul piano nazionale presentano, infatti, pur nella loro eterogeneità, interessanti spunti che meriterebbero senz'altro più accurati approfondimenti nell'iter di costruzione di una futura legge in tema.

Se il confine, dunque, degli interventi fin qui analizzati, è quello di essersi fermati semplicemente al piano teorico, limitandosi ad inquadrare il fenomeno attraverso mere dichiarazioni di principi, spesso incomplete e non supportate da proposte concrete, la potenzialità che le stesse presentano è quella di aver aperto un varco importante nel settore, individuando criteri e strade per una efficace regolamentazione della materia.

Tali rilievi trovano più di una conferma nel paragrafo che segue, concernente l'analisi del recente disegno di legge presentato a Roma ed espressamente incentrato sul tema del commercio equo e sulla sua promozione e valorizzazione.

Tale disegno, infatti, come si vedrà, oltre ad inglobare al suo interno tutti gli approcci indicati nei precedenti interventi normativi, esprimendo in tal senso una chiara condivisione di intenti e di strategie, ha anche il merito di aver compiuto un grosso salto in avanti rispetto al passato riuscendo a colmare le lacune e le indecisioni che avevano caratterizzato gli scorsi tentativi.

Già da una rapida lettura dei suoi primi articoli è possibile cogliere come lo stesso si muova effettivamente su un sentiero più pratico, individuando nello specifico mezzi e tecniche concrete sulla base delle quali elaborare una efficace strategia normativa.

Se le precedenti proposte indicavano semplicemente le strade percorribili, il recente disegno di legge ha il merito di aver individuato validi strumenti sulla base dei quali rendere operative le scelte teoriche.

La ragione di un tale "cambio di rotta" è senza dubbio da ascrivere all'impegno profuso in tale contesto dalle organizzazioni di settore e dunque dagli attori e dagli operatori impegnati attivamente nella promozione e nella diffusione del commercio equo e solidale, i quali sono stati per la prima volta chiamati a partecipare, assieme alla politica, al percorso di costruzione di una legge in tema.

Sono proprio questi, infatti, ad aver spinto nella direzione di un intervento dai connotati più pratici e ad aver consentito una differente impostazione nell'elaborazione della disciplina applicabile al fenomeno.

2.3 Il recente disegno di legge dal titolo “*Disposizioni per la promozione del commercio equo e solidale*” tra interessanti propositi ed evidenti difficoltà di attuazione: quale futuro?

Sull’onda del fermento evidenziato in ambito normativo nel settore, alcune organizzazioni, consapevoli dell’enorme crescita del fenomeno in Italia, hanno iniziato ad intensificare i loro sforzi elaborando progetti e soprattutto proposte volte a disciplinare la materia.

Recentemente tali sforzi si sono concretizzati nel disegno di legge, depositato alla Camera nell’ottobre del 2006 e presentato a Roma l’11 luglio 2007 dal titolo “*Disposizioni per la promozione del commercio equo e solidale*”.

E’ in primo luogo il caso di segnalare come l’elaborazione di tale proposta sia avvenuta a partire da un tavolo paritario in cui la politica ha lavorato insieme alle tre organizzazioni più rappresentative nel settore, vale a dire, “*Agices*”, “*Transfair/fairtrade Italia*”, e “*Assobotteghe*” e quanto ciò testimoni una importante innovazione di processo in termini di inclusione e coinvolgimento di queste organizzazioni nel percorso verso una legge. Tale proposta, dunque, frutto di un’intesa assai significativa tra tali organizzazioni ed il mondo politico-istituzionale, appare protesa ad esprimere sia sotto il profilo dei contenuti, sia sotto quello della forma, una interessante condivisione di intenti.

La proposta, c.d. gemella, bipartisan e bicamerale, poiché depositata in forma identica in entrambi i rami del Parlamento, è stata sottoscritta da 39 senatori e più di 80 deputati, vale a dire ben 119 parlamentari, sia di centro-destra che di centro-sinistra; ciò grazie anche alla costituzione, in seno al Parlamento, dell’AIES (Associazione Interparlamentare Equa e Solidale) che raggruppa persone interessate a promuovere i temi del Cees all’interno del Parlamento, con presidente l’On. Ermete Realacci e vicepresidente il Sen. Nuccio Novene.

Orbene, posto che il progetto nasce con l’intento specifico di operare una sistematizzazione delle misure che interessano il settore del Cees, risulta a questo punto interessante analizzare i punti salienti di tale proposta, a partire dai lavori preparatori nonché dal discorso di presentazione di tale proposta alla Camera dei Deputati.

L’analisi di tali atti introduttivi, in particolare, consente di valutare in maniera senz’altro più completa il contesto all’interno del quale si sono sviluppati i contenuti di tale progetto e di comprenderne più approfonditamente il senso oltre che lo spirito.

Dunque, dopo una serie di brevi cenni di natura introduttiva sulle origini del movimento del Cees, l’attenzione viene focalizzata immediatamente sul dato della produzione e della commercializzazione dei prodotti equo solidali e sulla notevole crescita registrata negli ultimi anni in tale settore. Tali dati non meritano di essere sottovalutati e testimoniano, anzi, la

necessità di una presa di posizione in tale contesto, anche e soprattutto alla luce di un quadro comunitario attivo ed altrettanto attento al tema. In particolare viene posto uno specifico accento sulle questioni realmente in gioco, che vanno ben al di là delle pure dinamiche di mercato e che si sostanziano soprattutto nel rispetto per la persona umana in tutte le sue espressioni e manifestazioni. L'esigenza di un intervento legislativo a livello nazionale viene pure sostenuta ed incitata, nei discorsi introduttivi, alla luce di un prolifero e quanto mai fitto sistema di norme elaborato a livello regionale ed avente appunto ad oggetto tale materia.

Orbene, alla luce di tali premesse, appare ora interessante soffermarsi in maniera più puntuale sui citati contenuti del progetto di legge in discorso.

In primo luogo, vale innanzitutto la pena di concentrare l'attenzione sull'art.1, il quale nell'indicare le finalità della presente proposta espressamente recita: *“La Repubblica, nel quadro delle politiche promosse e realizzate a sostegno della cooperazione internazionale e dell'economia sociale, e nel rispetto dei principi di solidarietà della Costituzione, riconosce al commercio equo e solidale una funzione rilevante nel sostegno alla crescita economica e sociale dei Paesi in via di sviluppo, nella pratica di un modello di economia partecipata, attenta alla conservazione dell'ecosistema, socialmente sostenibile e rispettosa dei diritti e dei bisogni di tutti i soggetti che sono parte dello scambio economico e nella promozione dell'incontro tra culture diverse”*. Tale riconoscimento ufficiale del fenomeno nel quadro delle politiche realizzate a sostegno della cooperazione internazionale pare richiamare l'approccio suggerito dal d.d.l. n. 2728 e dalla proposta n. 3021, entrambe del 2005, le quali, pur con qualche limite, riservano un'attenzione davvero significativa al commercio equo e solidale, riconoscendone l'apporto e la rilevanza nell'ambito della cooperazione allo sviluppo.

I limiti dei predetti interventi paiono in questa sede superati da una definizione ben più ampia e precisa che fa riferimento non solo alla rilevanza del fenomeno in termini di sostegno alla crescita economica e sociale dei Paesi in via di sviluppo, ma anche alla sua funzione nonché importanza ai fini di un'economia partecipata, rispettosa dell'ambiente e soprattutto della dignità delle persone.

Particolarmente interessante, agli occhi di chi scrive, appare inoltre il richiamo alla Costituzione e nello specifico al principio di solidarietà. La rilevanza di tale richiamo consente, infatti, di avvalorare le osservazioni svolte nei paragrafi precedenti e precisamente concernenti la riconoscibilità del fenomeno equo e solidale all'interno del nostro ordinamento proprio in virtù del richiamo a tale principio. L'adempimento dei doveri di solidarietà politica, economica e sociale, previsti all'art.2 della nostra Carta Costituzionale e sanciti peraltro come inderogabili, permette non solo il pieno riconoscimento del fenomeno quanto anche la promozione ed

incentivazione delle finalità ad esso connesse, facendosi espresso richiamo nel suddetto art. 1, alla pratica di un modello di economia partecipata, alla conservazione dell'ecosistema, nonché ai diritti ed ai bisogni di tutti i soggetti parte dello scambio economico, quindi in sostanza alla dignità della persona umana.

Particolarmente interessante è anche il tentativo, contenuto nell'art. 2 della proposta, di elaborare una definizione di commercio equo. Lo stesso viene espressamente definito come *“un'attività di cooperazione economica e sociale svolta con produttori di beni e/o servizi di aree economicamente svantaggiate dei paesi in via di sviluppo organizzati in forma collettiva allo scopo di consentire, accompagnare e migliorare il loro accesso al mercato, quando l'attività sia realizzata mediante accordi di lunga durata che prevedano i seguenti requisiti: a) il pagamento di un prezzo equo; b) misure a carico del committente per il graduale miglioramento della qualità del prodotto e/o del servizio realizzati dal produttore o dei suoi processi produttivi ovvero a favore dello sviluppo della comunità locale cui il produttore appartiene; c) il progressivo miglioramento degli standard ambientali della produzione; d) la trasparenza della filiera anche nei confronti dei terzi”*.

La definizione contenuta nel presente articolo consente, invero di porre un particolare accento innanzitutto sul concetto di “cooperazione economica”, il quale implica un rapporto paritario tra le parti della relazione commerciale, sottolineando nello specifico come la finalità di tale cooperazione sia proprio quella di sostenere i produttori di beni e/o servizi appartenenti ad aree “economicamente svantaggiate” al fine di facilitarne l'accesso al mercato. A seguire, all'interno di tale articolo si discorre di alcuni requisiti concernenti l'equità del prezzo, il rispetto di standard ambientali, la trasparenza della filiera ecc., i quali caratterizzerebbero gli accordi di lunga durata per mezzo dei quali si svolgerebbe la suddetta attività di cooperazione economica e sociale.

Orbene, al di là del meritevole intento concernente la volontà di pervenire ad un preciso inquadramento del fenomeno, ciò che maggiormente rileva, all'interno della presente disposizione, è il preciso riferimento allo “strumento” tramite cui realizzare concretamente la cooperazione. La scelta, infatti, di utilizzare il termine “accordi di lunga durata” non appare per nulla casuale, volendosi in realtà sottendere un chiaro richiamo al mezzo contrattuale. Tale deduzione, oltre ad essere confermata nei successivi articoli dall'uso di specifiche espressioni, quali ad esempio “proposta contrattuale”, si desume in maniera esplicita dal contesto dell'intero

disegno di legge, il quale, come si diceva, appare chiaramente orientato in una prospettiva concreta⁸⁸.

A sostegno di quanto appena affermato, è sufficiente soffermarsi sulla seconda parte dell'art. 2, laddove si discorre del pagamento da parte del committente, di una parte rilevante del prezzo al momento dell'ordine, specificando altresì che tale offerta di pagamento “deve” accompagnare la “proposta contrattuale” del committente e che qualora il produttore intenda rinunciare a tale offerta, è obbligato a darne espressamente atto, indicandone i motivi; in tal modo, al di là della forte tutela riconnessa, attraverso tale previsione, al produttore del Sud del mondo, in termini di concreto sostegno alla sua attività, si chiarisce in maniera esplicita la natura nell'accordo esistente tra le parti.

Addirittura, in base alla su citata previsione si potrebbe persino desumere il tentativo di voler riequilibrare la posizione dei contraenti, ristabilendo un'uguaglianza sostanziale tra le parti; ciò che si ricaverebbe dall'incisività con cui si è inteso stabilire l'obbligo del committente di provvedere ad un'offerta di pagamento anticipata nei confronti del produttore ed il conseguente onere, per il produttore che non voglia accettarla, di specificare tale rifiuto, con indicazione delle ragioni.

Tali rilievi appaiono pure confermati dalla previsione di cui all'art. 3, il quale concerne, invece, la nozione di “prezzo equo”, sottolineando espressamente che l'equità sussiste nella misura in cui il prezzo concordato sia il frutto di un dialogo trasparente e responsabile tra le parti.

In tal modo si sancisce non solo un obbligo di trasparenza in capo ad entrambi i contraenti, discorrendosi appunto di una valutazione congiunta da parte dei soggetti del rapporto commerciale, ma soprattutto si prevede che il prezzo possa dirsi equo qualora risulti effettivamente adeguato rispetto agli sforzi del produttore e, in una prospettiva più ampia, anche rispetto agli effetti generati a livello di filiera produttiva e distributiva fino al consumatore.

L'eco di una siffatta previsione è davvero profondo, esprimendo una intenzione chiara e manifesta di voler coinvolgere, in termini di tutela, anche il consumatore, il quale non è direttamente parte della relazione commerciale.

Una volta poste le definizioni di Cees e di prezzo equo, il disegno di legge prevede, al suo art .4, il riconoscimento formale di quelle organizzazioni che operano in tale settore, stabilendo che le stesse possano realizzare gli scopi previsti in tale articolo, purché si attengano al rispetto

⁸⁸ Tale specifico aspetto verrà accuratamente approfondito nell'ultima parte del lavoro dedicata proprio allo studio di questa particolare tipologia di contratti elaborata da Ctm Altromercato.

dei requisiti indicati. In particolare, identifica tali scopi nel perseguimento della giustizia sociale, oltre che economica, per uno sviluppo sostenibile che tenga conto delle persone e dell'ambiente.

Il presente disegno di legge, compie, dunque, attraverso la previsione contenuta all'interno del suddetto articolo, un ulteriore sforzo degno di ogni più ampio apprezzamento. In tal senso, sull'onda dell'approccio intrapreso attraverso il d.d.l. n. 4130/03, è possibile affermare come lo stesso si muova pure sulla via del riconoscimento soggettivo, tentando di inquadrare giuridicamente gli attori coinvolti in tali attività e di definire nello specifico i parametri giuridici di identificazione al fine di fargli acquisire rilevanza normativa.

In particolare, al secondo comma, viene posto preciso rilievo sulla distinzione esistente tra le categorie di filiera di prodotto e di filiera integrale.

In tal senso l'art.4, co.2 espressamente recita: *“Sono organizzazioni di commercio equo e solidale i soggetti, organizzati in forma collettiva, democratica e senza scopo di lucro che stipulano gli accordi di cui all'art.2 con i produttori, nonché quelli che svolgono un'attività diversa da quella di cui al medesimo art. 2 quando essa consiste congiuntamente:*

- a) nella distribuzione all'ingrosso o al dettaglio di prodotti e/o servizi oggetto di accordi aventi il contenuto descritto all'art. 2, se è accompagnata:*
 - *dalla illustrazione della ripartizione del prezzo tra i diversi soggetti che hanno partecipato alla catena produttiva del bene e/o servizio;*
 - *dalla illustrazione dello stesso accordo di cui all'art. 2;*
 - *dalla indicazione della filiera produttiva, con particolare riguardo alla provenienza del prodotto e ai soggetti che hanno partecipato alla trasformazione;*
- b) nella educazione, divulgazione e informazione sui temi oggetto della presente disciplina,*
- c) nella formazione degli operatori e dei produttori svolta tanto in Italia che all'estero” .*

Si noti, anche a proposito di tale disposizione come, al di là delle caratteristiche indicate relativamente ai soggetti del Cees, si discorra, ancora una volta, di stipula degli accordi di cui al precedente articolo 2, e quindi di strumento contrattuale.

Viene, dunque, specificato all'art. 5 come nella filiera integrale la relazione tra produttore e consumatore sia mediata dalle organizzazioni del Cees di cui all'art. 4 e che l'accordo di cui all'art. 2 viene sempre stipulato tramite le suddette organizzazioni.

La successiva disposizione si pone in perfetta coerenza con le suddette premesse considerando prodotti del Cees, ai sensi dell'art.6, quelli *“realizzati, importati e distribuiti nella*

filiera integrale del commercio equo e solidale ai sensi degli artt. 2, 3, 4, 5 ovvero nella filiera di prodotto ai sensi dell'art. 2, quando sono certificati da parte di un ente di certificazione iscritto nella sezione speciale dell'Albo di cui all'art.7 comma 3". Il tentativo, condotto in tale sede, pare decisamente orientato a seguire anche la via della certificazione di prodotto - strada questa peraltro già battuta, con i segnalati limiti, dal citato d.d.l. n. 4130/03, nonché dalla proposta n. 3982/03 e dal d.d.l. n. 3091/04 - identificando un preciso sistema di certificazione svolto da un ente la cui iscrizione risulti nell'Albo di cui all'art. 7.

In tal senso la proposta, superando i limiti dei precedenti interventi, sembra fornire un'adeguata tutela alle organizzazioni ed ai consumatori introducendo nuove definizioni e nuovi soggetti giuridici, quali appunto la filiera integrale del commercio equo e solidale, l'Albo delle organizzazioni, il Registro della filiera integrale del commercio equo e solidale, l'Autorità del commercio equo e solidale.

Nello specifico si legge che l'Albo delle organizzazioni, di cui all'art.7, è gestito dall'Autorità del Cees e che l'iscrizione, all'interno di tale Albo, è riservata, ai sensi del comma 2 dell'art.7, solo a *“quei soggetti iscritti nel registro della filiera integrale del Cees di un ente iscritto nella sezione speciale di cui al comma 3”*, mentre per ciò che attiene più specificamente ai requisiti richiesti per l'iscrizione all'interno del suddetto registro, l'art. 8 prevede che tali organizzazioni abbiano ovviamente quale loro oggetto sociale il Cees, che abbiano un fatturato proveniente almeno per il settanta per cento dalle attività di cui agli artt. 2, 3, 4, 5, che si tratti di organizzazioni senza fini di lucro ed anche che possiedano una struttura sociale a base democratica e aperta.

E' inoltre prevista nell'Albo una sezione c.d. *“speciale”*, riservata all'iscrizione di quegli enti maggiormente rappresentativi delle organizzazioni di commercio equo, nonché degli enti privati che svolgono attività di certificazione della filiera di prodotto. In particolare nel comma 4 del citato articolo 7 si precisa che hanno diritto ad essere iscritti alla sezione *“speciale”* gli enti di cui al comma 3, che non hanno fini di lucro e il cui scopo statutario consiste nella promozione e nel sostegno al Cees attraverso la verifica del rispetto della filiera integrale; si prevede altresì che tali enti non svolgano attività commerciale, se non in via limitata e residuale e al solo fine di coprire i costi di gestione. Sempre nel comma 4 dell'art.7 sono espressamente previsti i requisiti che tali enti devono possedere ai fini dell'iscrizione⁸⁹.

⁸⁹ In primo luogo deve trattarsi di enti che abbiano una base sociale di almeno 70 iscritti complessivamente presenti in almeno dieci regioni italiane, un registro della filiera integrale, un regolamento che disciplini la filiera integrale in conformità a quanto stabilito dai più volte citati artt. 2, 3, 4, 5, un sistema di vigilanza interno atto a verificare il rispetto della filiera integrale, infine una struttura democratica aperta.

Anche per ciò che attiene agli enti privati, sopra indicati e di cui al successivo comma 5, che non hanno fini di lucro e che svolgono attività di certificazione della filiera di prodotto, si precisa che tali enti non devono svolgere attività commerciali, se non in via limitata e residuale e al solo fine di coprire i costi di gestione, richiedendosi anche in tale caso determinati requisiti⁹⁰.

E' altresì definita un "Autorità" che gestisce l'Albo e di cui all'art. 9 della presente proposta di legge; a tal riguardo occorre innanzitutto precisare l'importanza della detta Autorità, posto che, secondo quanto previsto al comma 6 dell'art.7, l'iscrizione alla sezione "speciale" dell'Albo delle Organizzazioni è consentita a condizione che si accetti il potere di vigilanza dell'Autorità.

Nel dettaglio, tale Autorità è istituita presso il Ministero dello Sviluppo Economico ed è composta da cinque membri, di cui due, così come previsto al comma 2 dell'art.9, scelti all'interno di un elenco proposto dagli enti iscritti nella sezione speciale dell'Albo di cui sopra. Tale previsione manifesta, in modo esplicito, l'intenzione di mantenere, in capo alle organizzazioni, una sorta di controllo sui contenuti, stabilendosi, appunto che due dei cinque membri vengano scelti tra gli enti iscritti nella sezione riservata.

In particolare il testo inserisce il concetto di "diritto all'iscrizione", l'Autorità dovrà quindi limitarsi ad accertare la presenza dei requisiti e, in presenza di questi, provvedere all'iscrizione⁹¹.

A seguire l'art.10, prevede la "Tutela del commercio equo e solidale", disponendo le modalità attraverso le quali sanzionare eventuali abusi da parte di soggetti che non possiedano i requisiti indicati e che comunque svolgano tali attività. In tal senso, attraverso questa previsione normativa, non solo si offre un'adeguata tutela a quelle organizzazioni regolarmente iscritte e che operino da anni in tale settore, quanto soprattutto si tutelano in maniera significativa gli stessi consumatori consentendogli di riconoscere un prodotto garantito nonché di avere la certezza di contribuire effettivamente allo sviluppo di quei produttori economicamente svantaggiati. Nello specifico, all'interno del comma 1 del suddetto articolo, si

⁹⁰ Si richiede anche qui una base sociale di almeno 15 enti presenti in almeno dieci regioni italiane, un registro dei licenziatari, un marchio registrato, un regolamento che disciplina la filiera secondo quanto previsto all'art.2, una organizzazione conforme alle normative ISO stabilite per gli enti di certificazione ed anche qui una struttura democratica aperta.

⁹¹ Per ciò che concerne nello specifico i compiti dell'Autorità, il comma 1 dell'art. 9 prevede: l'iscrizione e la cancellazione delle organizzazioni di commercio equo; la verifica del mantenimento dei requisiti da parte degli iscritti; la verifica della rispondenza alla legge dei regolamenti adottati dai soggetti iscritti alla sezione speciale di cui al comma 3 dell'art.7; la vigilanza sugli iscritti e contro gli abusi dei terzi, consistenti nell'uso indebito dell'espressione "commercio equo e solidale", della qualifica di "organizzazione di commercio equo e solidale" o dell'attributo di "prodotto del commercio equo e solidale"; l'esercizio di poteri sanzionatori nei confronti degli iscritti; la decisione in ordine ai ricorsi contro il rifiuto di iscrizione o l'esclusione dal registro della filiera integrale del commercio equo e solidale.

precisa che *“un ente può qualificarsi come organizzazione di commercio equo e solidale solo in presenza dei presupposti stabiliti dalla presente legge. Nessuno può qualificare i prodotti propri o altrui come prodotti del commercio equo e solidale in assenza dei presupposti stabiliti dalla presente legge”*.

In particolare sono poi previste le sanzioni che l'uso indebito di tali dizioni comporterebbe, precisando tanto l'applicabilità di sanzioni amministrative pecuniarie, consistenti nel pagamento di una somma da 1.000 a 10.000 euro, quanto la sospensione dall'esercizio dell'attività.

Posta, dunque, all'art.11 la forma giuridica che le cooperative e le associazioni operanti in tale contesto debbono avere, nonché richiamata l'applicabilità di determinate leggi in materia⁹², la proposta in esame prevede una serie di benefici economici di cui possono godere gli iscritti all'Albo per iniziative culturali, nel campo della cooperazione e della formazione, per infrastrutture, per la copertura di parte degli oneri sociali dei lavoratori e dei soci. Tale previsione completa il quadro dei possibili approcci suggeriti in tema attraverso i precedenti interventi legislativi, mostrando di condividere in maniera espressa anche l'intenzione di orientarsi sulla via delle agevolazioni fiscali.

Secondo quanto previsto all'art. 12 si dispone che lo Stato, *“...per il conseguimento delle finalità di cui all'art. 1, promuove, sostiene e coordina i progetti relativi alla formazione ed all'aggregazione di risorse umane, tecniche e finanziarie, a favore degli enti iscritti all'Albo”*.

Vengono, dunque indicati tra gli interventi direttamente finanziabili da parte dello Stato, ma anche dalle Regioni, tutte quelle iniziative culturali e di sensibilizzazione aventi ad oggetto tale settore, oltre a tutte quelle iniziative di formazione intraprese anche in ambito scolastico, nonché la realizzazione di fiere periodiche del Cees, ma anche ad esempio le attività di consulenza legale e di valorizzazione sul mercato dei prodotti equo solidali. E' inoltre prevista, sempre in tale contesto, la creazione di fondi di garanzia per linee di credito, promossi da istituti appunto di credito e che perseguono nell'esercizio delle loro attività anche scopi di finanza etica, al fine di incentivare e sostenere i progetti intrapresi dalle botteghe del Cees; ancora, per le attività di “ristorazione solidale” e dunque per l'inserimento nei bandi relativi

⁹² All'art.11 espressamente si legge: *“Alle cooperative che nel loro statuto prevedono quale oggetto sociale le attività di cui all'art. 4, commi da 1 a 3, della presente legge si applicano le disposizioni della legge 8 novembre 1991, n. 381, e successive modificazioni, della legge 13 giugno 2005, n. 118, e del decreto legislativo 24 marzo 2006, n. 155. Alle associazioni che nel loro statuto prevedono quale oggetto sociale le attività di cui all'art. 4, commi da 1 a 3, della presente legge, si applicano le disposizioni del decreto legislativo 4 dicembre 1997, n. 460, e successive modificazioni, e della legge 7 dicembre 2000, n. 383.*

alle forniture per le mense scolastiche di criteri etici e sociali che favoriscano i prodotti equi e solidali, è prevista una copertura fino al 15% dei maggiori costi conseguenti all'inserimento⁹³.

Il disegno di legge, si conclude, dunque, con l'istituzione della giornata nazionale del Cees, di cui all'art.13 e con l'indicazione nel successivo articolo di una serie di misure volte al sostegno dei prodotti equo solidali.

L'art.14, infatti, prevede nello specifico quali siano le modalità in cui possa sostanzarsi concretamente tale sostegno. Così, nel suo 1 comma, indica i casi in cui le pubbliche amministrazioni bandiscano gare d'appalto per la fornitura di prodotti e servizi all'interno delle proprie strutture, essendo previsto, in tali casi, un richiamo specifico alla necessità di introdurre all'interno dei capitolati di gara criteri di priorità in favore dei prodotti e/o servizi equo solidali. In tal senso, tal previsione può dirsi perfettamente in linea con quanto previsto e indicato dalla citata Direttiva 2004/18 CE concernente proprio l'inserimento del Cees all'interno degli acquisti pubblici.

Tal Direttiva, consente, lo si ricorda, alle amministrazioni pubbliche di inserire nelle specifiche dell'appalto, criteri volti a soddisfare esigenze sociali, e concernenti in particolare bisogni propri di categorie di popolazioni particolarmente svantaggiate a cui appartengono i beneficiari/utilizzatori dei lavori, forniture e servizi oggetto dell'appalto.

Tra le modalità di sostegno al settore equo e solidale è altresì prevista l'istituzione, nello stato di previsione del Ministero dello sviluppo economico, di un fondo per la promozione del Cees⁹⁴, nonché che l'assegnazione a tale fondo di tutte quelle risorse derivanti dall'irrogazione delle sanzioni di cui all'art.10.

Orbene, alla luce dell'analisi appena esposta e riprendendo gli interrogativi di fondo che hanno ispirato l'esame dei predetti interventi, è possibile concludere con una nota senz'altro positiva a favore di quest'ultimo disegno di legge, il quale pare distinguersi dai precedenti non solo sotto il profilo della forma quanto soprattutto per ciò che attiene ai criteri ed agli strumenti proposti.

⁹³ Per un più ampio approfondimento in questo senso si veda quanto detto al paragrafo 2.3 concernente la direttiva 2004/18 CE e l'inserimento del commercio equo nel settore degli acquisti pubblici, all'interno del quale sono descritti numerosi esempi di ristorazione solidale intrapresi sia a livello nazionale che sovranazionale.

⁹⁴ Si noti, a tal proposito, come la maggior parte delle misure agevolative fiscali indicate nel presente disegno di legge siano state in qualche misura anticipate dalla più volte citata proposta di legge n. 3982/03 all'interno della quale erano già state proposte interessanti misure volte a fornire un sostegno concreto a favore del commercio equo e solidale. Tra queste, proprio l'istituzione (art. 7) di un fondo speciale, a copertura degli incentivi fiscali e dei contributi in favore del commercio equo, nonché una serie di detrazioni fiscali per le famiglie in seguito all'acquisto di prodotti equo solidali, e di meccanismi premiali legati alla vendita di tali prodotti. Addirittura tra gli aspetti di maggiore rilievo si ricorda la previsione dell'art. 6 della predetta proposta concernente l'applicazione della minima aliquota Iva, pari al 4%.

Sebbene lo stesso non sia stato ancora divenuto legge, circostanza questa del tutto addebitabile agli incostanti andamenti del sistema di governo, i presupposti contenuti al suo interno consentono comunque di valutarne i pregi e di configurarlo, se non come vero e proprio schema, quantomeno quale utile punto di partenza nella costruzione di una futura legge, soprattutto in termini di soggetti chiamati a collaborare e di approcci e strategie normative da seguire riguardo al fenomeno.

CAPITOLO TERZO

LA LEGISLAZIONE REGIONALE ITALIANA SUL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

3.1 Gli interventi in tema di commercio equo e solidale attuati su scala regionale: caratteri e peculiarità.

Il quadro generale degli intenti posti in essere allo scopo di regolamentare il fenomeno consta altresì di una serie di altri interventi compiutamente realizzati su scala regionale, laddove, in particolare, l'esigenza di normazione sembra continuare a tradursi in sforzi più concreti. Se infatti, come si è appena avuto modo di notare, all'interno del contesto nazionale manca allo stato un provvedimento vero e proprio in grado di legittimare tale fenomeno, lo stesso non può dirsi in ambito regionale dove, specie negli ultimi anni, si è giunti all'elaborazione, nonché all'approvazione di una serie di leggi in tema (la legge della Regione Toscana del 23 febbraio 2005 n. 37, l'art. 26 della legge della Regione Friuli Venezia Giulia del 5 dicembre 2005 n. 29, la legge della Regione Abruzzo del 28 marzo 2006 n. 7, la legge della Regione Umbria del 6 febbraio 2007, n. 3, la legge della Regione Liguria del 13 agosto 2007 n. 32, la legge della Regione Marche del 29 aprile 2008 n. 8, nonché i progetti di legge della Regione Veneto 191/06 e 203/06, della Regione Lombardia 128/06 e della Regione Piemonte 466/07 e 479/07).

Orbene, posta la complessità della materia e posti senz'altro i meriti di tali interventi legislativi, appare opportuno in primo luogo elaborare qualche considerazione di ordine preliminare circa l'effettiva opportunità di una legislazione regionale, valutandone la portata nonché i limiti nell'ottica di una necessaria condivisione di intenti rispetto ai livelli nazionale e sovranazionale.

Occorre notare, come già si è detto, che per sua stessa natura i contorni di tale fenomeno si estendono oltre i singoli confini nazionali; il fenomeno del Cees, infatti, è andato sviluppandosi nel mondo occidentale quale risposta alla crescente consapevolezza del fatto che i vantaggi derivanti dagli scambi e dall'espansione del commercio internazionale non erano equamente ripartiti tra tutti i Paesi e tra i vari strati della popolazione di ciascuno dei Paesi stessi.

L'obiettivo primario che lo stesso movimento si pone non è tuttavia la pura massimizzazione del profitto, bensì la lotta allo sfruttamento e alla povertà legate a cause

economiche o politiche o sociali. Più precisamente esso corrisponde ad una forma di commercio internazionale nella quale si cerca di garantire ai produttori ed ai lavoratori dei Paesi in via di sviluppo un trattamento economico e sociale equo e rispettoso; di qui il sostegno, offerto attraverso il commercio, allo sviluppo dei Paesi del terzo mondo, nonché l'idea di riuscire ad influenzare il sistema di commercio internazionale e le imprese private, affinché si indirizzino maggiormente verso lo sviluppo sostenibile.

Tali osservazioni spingono ovviamente a guardare con grande attenzione al quadro normativo sovranazionale, all'interno del quale il Cees acquista un valore ed una importanza strategica, e non consentono dunque di poter prescindere da un intervento di tale portata, quantomeno in termini di linee guida alle quali attenersi. Ciò, d'altra parte assume ancor più senso se si considera, come anticipato nei capitoli precedenti, che tutte le misure volte a disciplinare gli scambi internazionali di merci, e quindi anche quelli con i PVS, rientrano nella competenza dell'UE in materia di politica commerciale, e che, per un altro verso, l'UE è condizionata, nella sua politica commerciale, dagli obblighi vigenti tra i membri dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC).

I limiti intrinseci di una legislazione regionale, ma anche unicamente nazionale, che pretenda di disciplinare il fenomeno senza considerare l'ambito sovranazionale cui il Cees è evidentemente connesso, sono altresì desumibili dalla semplice circostanza che risulterebbe impossibile, sia a livello nazionale, e ancor più a livello regionale, adottare provvedimenti volti a favorire, in una logica commerciale, gli scambi dei prodotti equo solidali, quali ad esempio la riduzione o l'abbattimento di dazi doganali, misure queste che troverebbero invece un senso compiuto se poste in essere a livello sovranazionale.

A ciò si aggiunga il fatto che pur nell'ottica dell'ampliata competenza attribuita alle regioni, le stesse sono comunque tenute ad operare nel rispetto delle competenze statali vigenti in materia di politica estera e di rapporti internazionali.

Se, dunque, un provvedimento di questo tipo (e cioè sovranazionale) è auspicabile, oltre che imprescindibile, non si può tuttavia ignorare la rilevanza che le recenti legislazioni regionali, approvate in materia, possiedono.

L'importanza di tali interventi, infatti, merita senz'altro di essere colta nella necessità di poter gestire meglio la realizzazione di certi progetti a livello locale. Il livello regionale, nell'ambito del quale si estrinsecano tra l'altro realtà provinciali e comunali, verrebbe così a costituire, pur sempre nell'ottica di un intervento guidato dall'alto, un idoneo terreno di proliferazione oltre che di sostegno attivo per le popolazioni del Sud del mondo.

Ciò che dunque in questa sede si intende sottolineare è l'importanza della dimensione regionale - ed anche di quella nazionale - insieme a quella sovranazionale, e cioè a dire che se da un lato non si può escludere l'opportunità di una serie di linee guida emanate a livello comunitario, non si può neppure ignorare la rilevanza dei singoli progetti elaborati a livello regionale; poiché, se l'importanza delle linee guida è desumibile alla luce delle considerazioni sopra esposte, la valenza dei su menzionati progetti regionali è rintracciabile nella necessità di rendere concretamente operativi tali principi teorici. L'ente locale, infatti, conoscendo lo stato economico e sociale del proprio territorio, nonché le potenzialità ed i limiti ad esso connessi, è l'unico organo davvero in grado di individuare iniziative e progetti utili al settore del Cees e soprattutto capaci di attecchire all'interno della propria realtà.

Il valore di un intervento congiunto, guidato dall'alto e supportato dal basso, consentirebbe, dunque, di porre degli obiettivi e delle indicazioni di base, nonché di coinvolgere le singole regioni nel ricercare le modalità attraverso cui rendere concreti tali scopi, ciascuna secondo le proprie possibilità.

Se è vero come è vero, infatti, che il fenomeno di cui si discorre nasce essenzialmente dal basso, e che le esigenze di regolamentazione sono state precisamente avvertite attraverso l'enorme diffusione del movimento e la crescente attenzione dei consumatori, non si può ora non continuare ad incrementare tali spinte a partire dai livelli più bassi di governo del territorio⁹⁵.

Alla luce delle considerazioni preliminari fin qui svolte appare ora opportuno accostarsi all'analisi dei diversi interventi realizzati su scala regionale cercando di cogliere gli aspetti comuni ma anche le diverse impostazioni e strategie poste in essere, allo scopo di pervenire ad una sistematizzazione del settore, anche a tale livello.

⁹⁵ Si noti bene come nel caso del Cees, al contrario di quanto accade invece solitamente, si sia innescato uno strano meccanismo che ha a sua volta dato origine ad una strana inversione, vale a dire, esiste il movimento, esistono le associazioni di settore ma non esistono le regole. Il punto quindi non è come fare a rendere concreto il movimento, ma è cercare di capire quali siano le regole più adatte a disciplinare un fenomeno che già esiste e che in modi diversi e seguendo strade diverse si sta estrinsecando.

3.2 La legge della Regione Toscana del 23 febbraio 2005, n. 37: un percorso ragionato.

Dalle osservazioni fin qui svolte si è avuto modo di comprendere la vastità nonché varietà degli interventi intrapresi nel settore del Cees sul piano regionale, che risulta allo stato il più prolifico constando di una serie di leggi, o proposte di legge, assai dettagliate e specifiche in tema (la legge della Regione Toscana del 23 febbraio 2005 n. 37, l'art. 26 della legge della Regione Friuli Venezia Giulia del 5 dicembre 2005 n. 29, la legge della Regione Abruzzo del 28 marzo 2006 n. 7, la legge della Regione Umbria del 6 febbraio 2007 n. 3, la legge della Regione Liguria del 13 agosto 2007 n. 32, la legge della Regione Marche del 29 aprile del 2008 n. 8, nonché i progetti di legge della Regione Veneto 191/06 e 203/06, della Regione Lombardia 128/06 e della Regione Piemonte 466/07 e 479/07).

Di fronte ad un panorama così variegato, a scopo di maggior chiarezza, appare opportuno operare una ricognizione che offra una panoramica ordinata e precisa degli interventi già presenti in materia e di quelli ancora in corso di elaborazione; tale ricognizione procederà, seguendo un ordine cronologico, attraverso l'analisi dei diversi progetti che saranno valutati singolarmente allo scopo di evidenziarne caratteri e peculiarità. La scelta di seguire un ordine cronologico, non è in tal senso casuale ma risponde bensì ad un obiettivo ben specifico, vale a dire quello di evidenziare la graduale evoluzione che le varie leggi e progetti di legge hanno avuto nel corso degli anni.

Orbene, il merito di aver posto il primo intervento regionale a favore del Cees è senza dubbio ascrivibile alla Regione Toscana, la quale è stata appunto la prima Regione ad approvare una legge interamente dedicata al commercio equo. Tale legge, dal titolo "*Disposizioni per il sostegno alla diffusione del commercio equo e solidale in Toscana*" del 23 febbraio 2005, n. 37, pur senza fornire una precisa definizione del fenomeno, sostiene ed agevola le attività del Cees, in quanto ritenute funzionali agli obiettivi regionali di cooperazione decentrata allo sviluppo.

Precisamente, al suo articolo 1, concernente oggetto e finalità, espressamente recita "*La Regione Toscana, nel quadro delle politiche promosse e realizzate a sostegno della cooperazione internazionale e nel rispetto delle disposizioni di cui agli articoli 3, 4 e 71 dello Statuto relative alla promozione della solidarietà, del dialogo fra i popoli, culture e religioni, riconosce al commercio equo e solidale una funzione rilevante nella promozione in Toscana dell'incontro fra culture diverse e nel sostegno alla crescita economica e sociale, nel rispetto dei diritti individuali, dei paesi in via di sviluppo*".

In particolare, sempre all'interno dell'art. 1 è contenuta la definizione dei soggetti del Cees, facendosi riferimento a quelle imprese nonché soggetti che non hanno fini di lucro e che conformano la propria attività ai contenuti della "Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale" e per il cui riconoscimento l'art. 3 prevede l'istituzione di un registro regionale per l'iscrizione di coloro che appunto operano in forma stabile all'interno del suddetto territorio regionale.

Evidenti sono, già nel corso dei primi articoli, i continui richiami a quanto stabilito dalle varie organizzazioni di settore, ciò che conferma d'altro canto quanto sopra affermato circa l'importanza di tali tentativi di autoregolamentazione che costituiscono allo stato, nonostante i limiti intrinseci ad essi connessi, una imprescindibile base di partenza ai fini dell'elaborazione di una legislazione in tema. Si noti, in tal senso, come sia tali leggi regionali, sia pure il recentissimo disegno di legge elaborato a livello nazionale, facciano pur sempre riferimento alle associazioni di settore e precisamente ai documenti da queste elaborati, soprattutto per quanto attiene alle definizioni di base dei soggetti e delle attività del Cees.

Infatti nello stabilire le modalità di funzionamento del registro ed i requisiti di iscrizione l'art.3 specifica *"si tiene conto anche delle risultanze delle attività svolte dall'Associazione Agices in merito al Registro italiano delle organizzazioni di commercio equo e solidale, di seguito denominato Rioces...."* E che addirittura *"Nelle more istitutive del registro regionale, l'iscrizione al Rioces è sostitutiva dell'iscrizione"*.

Nei successivi articoli sono, dunque, previste una serie di iniziative e di agevolazioni volte ad incrementare e sostenere attivamente tale fenomeno, movendo in primo luogo dalla considerazione, sostenuta nell'art. 4, che il Cees si fonda sul comportamento del consumatore. *"Il consumatore, esercitando un consumo consapevole ed attento sostiene le forme economiche corrette, ha la possibilità di elevare il tenore di vita dei produttori nei paesi in via di sviluppo all'interno di comportamenti orientati al mercato ed attenti alle forme di commercio leale ed alle pratiche commerciali moralmente corrette"*.

Tali iniziative si sostanzierebbero, in particolare, in una serie di specifici programmi o progetti cc.dd. di azioni educative mirate sull'argomento, attraverso l'eventuale coinvolgimento organizzativo e finanziario degli stessi enti locali o delle associazioni maggiormente rappresentative nel settore. Sempre nell'ambito di tali iniziative è pure riconducibile l'inserimento, ad esempio, dei prodotti del Cees all'interno delle mense pubbliche degli Enti locali, delle Aziende sanitarie o delle altre organizzazioni.

Interessante è anche la previsione contenuta all'interno dell'art. 7 e concernente precisamente l'utilizzo dei prodotti del commercio equo, nelle procedure di asta pubblica, licitazione privata, appalto concorso e trattativa privata.

La differenza tra l'intervento legislativo in commento e la sporadicità delle iniziative intraprese invece sul piano nazionale è maggiormente evidente dalla lettura dei richiami contenuti all'interno della presente legge regionale, e facenti appunto capo a precedenti legislativi nel settore, quali ad esempio la legge regionale 14 aprile 1997, n. 28 concernente la *“Disciplina delle attività di promozione economica delle risorse toscane e di supporto al processo di internazionalizzazione nei settori produttivi dell'agricoltura, artigianato, piccola e media impresa industriale e turismo”*⁹⁶, richiamata proprio all'art.7, o la legge regionale 27 marzo 1999, n. 17 riguardante invece *“Interventi per la promozione dell'attività di cooperazione e partenariato internazionale, a livello regionale e locale”*⁹⁷ e richiamata all'interno del successivo articolo 8.

Il riferimento a tali leggi, precedenti e risalenti addirittura al 1997 ed al 1999, è in realtà assai significativo in quanto consente di cogliere i presupposti che hanno poi portato all'elaborazione della legge ora in commento. Una breve divagazione, in questa sede, sui contenuti più salienti di questi interventi varrà a chiarire quanto il percorso intrapreso in tale settore dalla Regione Toscana sia in realtà un percorso graduale, ragionato ed iniziato già da tempo e come l'inserimento del Cees sia avvenuto dapprima attraverso richiami generici alle attività di cooperazione allo sviluppo, contenuti appunto all'interno di queste leggi, e si sia poi successivamente sostanziato in uno specifico provvedimento dedicato espressamente al tema.

In particolare, attraverso l'esplicito richiamo alla legge 28/97 la Giunta regionale ha sottolineato l'importanza di quelle forme di commercio leale e di quelle pratiche commerciali moralmente corrette, disponendo l'inserimento, nell'ambito del programma annuale delle attività di promozione economica, di una specifica e periodica azione rivolta a favorire la nascita, lo sviluppo ed il consolidamento delle relazioni commerciali ispirate ai principi del Cees, e rafforzando in tal modo il proprio ruolo di partner commerciale qualificato ed affidabile verso i Paesi in via di sviluppo.

Ancor più significativo è il richiamo alla legge regionale 27 marzo 1999 n.17, contenuto, come si è detto all'interno dell'art. 8 della legge in oggetto, in virtù del quale la Giunta regionale si impegna ad organizzare e promuovere manifestazioni per la vendita di prodotti equo solidali. Espressamente nel comma 2 dell'art.8 intitolato *“Cooperazione internazionale e istituzione*

⁹⁶ Pubblicata sul Bollettino Ufficiale n.18, parte prima, del 21 aprile 1997.

⁹⁷ Pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Toscana – n. 9 del 31 marzo 1999.

della Giornata regionale del commercio equo e solidale” si legge “La Giunta regionale, nell’ambito del Piano regionale della cooperazione internazionale previsto dalla l. r. 17/1999, individua iniziative o programmi di commercio equo e solidale in attuazione dei principi e delle finalità richiamate all’articolo 1 della presente legge”.

Orbene, al di là della significatività del richiamo appena esposto, risulterà assai interessante riportare di seguito alcuni riferimenti contenuti nella legge 17/99, dato che è proprio attraverso questi che è possibile cogliere l’esplicito impegno della Regione Toscana in termini di sostegno ai Paesi in via di sviluppo.

L’art. 1 di tale legge, infatti, concernente appunto le finalità e gli oggetti degli interventi previsti della legge, recita che *“La Regione Toscana, al fine di contribuire alla realizzazione di uno sviluppo sociale e sostenibile su scala locale in tutto il mondo, alla solidarietà tra i popoli e alla democratizzazione dei rapporti internazionali, promuove e sostiene l’attività di cooperazione internazionale allo sviluppo e l’attività di collaborazione e partenariato internazionale”.* L’impegno a favore delle realtà più povere è espresso in maniera esplicita nei successivi commi, laddove si legge che *“.....la Regione Toscana attua, promuove e sostiene i progetti e le iniziative che favoriscono.....la collaborazione e il partenariato con i popoli e le istituzioni dell’Europa e degli altri continenti.....la cooperazione internazionale con i paesi in via di sviluppo, anche nell’ambito di programmi delle Organizzazioni Internazionali...la cooperazione umanitaria e di emergenza”.*

Addirittura l’art. 3 della legge 17/99 contiene al suo interno una serie di riferimenti specifici in tema di cooperazione internazionale con i Paesi in via di sviluppo e che non possono non essere menzionati. *“Tali interventi”* si legge *“sono indirizzati allo sviluppo umano sostenibile su scala locale, al rafforzamento democratico delle istituzioni locali e della società civile, alla ricostruzione ed alla riabilitazione in seguito a calamità e conflitti bellici, al rafforzamento dei processi di pace, al rispetto dei diritti fondamentali dell’uomo”.* Quanto appena esposto consente di cogliere l’enorme valenza di un provvedimento di questo tipo soprattutto sulla base del presupposto che una siffatta previsione, oltre ad anticipare quelle elaborate su scala nazionale, mostra in maniera davvero sorprendente i caratteri più salienti in cui dovrebbero sostanziarsi le attività di cooperazione e di aiuto nei confronti dei Paesi poveri; in tal senso è senza dubbio ravvisabile, anche se nella legge non si fa alcun riferimento esplicito alle attività di commercio equo, una evidente anticipazione di questo fenomeno.

I temi di giustizia sociale, dignità umana, valorizzazione delle risorse umane, ma anche protezione ambientale, partecipazione delle donne ai processi di sviluppo, richiamati espressamente sempre nell’ambito degli interventi di cooperazione internazionale, rispecchiano

precisamente le finalità cui è orientato il movimento del Cees⁹⁸. Più precisamente al comma 2 del citato articolo 3 si legge *“La Regione Toscana indirizza il suo intervento in particolare al supporto delle azioni progettuali che valorizzano le risorse umane disponibili nell’area di intervento, contribuiscano ai processi di sviluppo endogeno, al riequilibrio delle disuguaglianze sociali e alla protezione dell’ambiente, che favoriscano il miglioramento della condizione delle fasce sociali più svantaggiate e la partecipazione delle donne allo sviluppo”*.

Significativi sono pure i richiami contenuti nell’art. 13, concernente le leggi regionali abrogate per effetto della legge 17/99; anche tali riferimenti, infatti, assumono un senso se si pensa alla materia da queste disciplinata. Nell’art. 13 espressamente si legge *“Le seguenti leggi regionali sono abrogate: L.R. 23 aprile 1988, n. 27 “Iniziative per la promozione dell’integrazione europea”; L.R. 10 ottobre 1990, n. 66 “Interventi di cooperazione con i paesi in via di sviluppo”; L.R. 22 aprile 1991, n. 14 “Contributi per soccorsi rivolti a profughi, rifugiati, prigionieri e popolazioni coinvolte in eventi eccezionali causati da conflitti armati, calamità e situazioni di denutrizioni e di carenze igienico-sanitarie”*. Dalla lettura dei titoli di tali leggi, oramai non più in vigore, è altresì desumibile come l’interesse rivolto al tema della cooperazione con i Paesi poveri - ed in senso lato anche al tema del Cees - ed alla presa di coscienza dell’effettiva sussistenza di un disequilibrio tra le varie aree del mondo, da parte della Regione Toscana, abbia in realtà origini ben più profonde e risalenti.

Ritornando ora all’esame dei contenuti della legge 37/2005, occorre osservare come in termini di incentivi alle imprese del commercio equo, tale legge preveda il riconoscimento, in favore di queste, di una priorità per ciò che concerne l’accesso ad aiuti o investimenti, così come si evince dalla proposta di deliberazione e di approvazione del piano regionale dello sviluppo economico di cui alla legge regionale 20 marzo 2000, n. 35 riguardante la *“Disciplina degli interventi regionali in materia di attività produttive”*.

Oltre ai previsti incentivi alle imprese del settore viene pure istituita la *“Giornata regionale del commercio equo e solidale”*, rientrando anche tale previsione nell’ambito di quelle iniziative volte alla promozione ed alla diffusione del Cees.

⁹⁸ Più specificamente, all’interno dell’articolo 3 della legge 17/99 sono esplicitati i contenuti delle azioni progettuali che la Regione Toscana ha previsto nell’ambito degli interventi di cooperazione internazionale. Ivi si legge *“in particolare, le azioni progettuali concernono: l’elaborazione di studi, la progettazione, la fornitura e costruzione di impianti, infrastrutture, attrezzature e servizi e la realizzazione di progetti di sviluppo integrati; l’impiego di personale qualificato con compiti di assistenza tecnica, amministrazione e gestione, valutazione e monitoraggio dell’attività, di cooperazione allo sviluppo; la formazione professionale e la promozione sociale di cittadini dei paesi in via di sviluppo, in loco ed in Toscana, anche al fine di favorirne il rientro nei paesi d’origine; la formazione di personale residente in Italia destinato a svolgere attività di cooperazione allo sviluppo; la partecipazione a programmi di cooperazione umanitaria, di ricostruzione e riabilitazione e a programmi di rafforzamento dei processi di pace e di rafforzamento democratico; la promozione di programmi di informazione e di educazione ai temi dello sviluppo umano sostenibile, e di iniziative volte all’intensificazione degli scambi culturali con particolare riguardo ai giovani, tra la Toscana ed i paesi in via di sviluppo”*.

Allo scopo di migliorare e di incrementare ulteriormente le predette attività di sostegno in favore del commercio equo, si prevede, all'interno dell'art.9, una specifica attività detta di monitoraggio e volta appunto a valutare la legge ed i suoi effetti concreti.

E' infine prevista anche l'emanazione di un regolamento attuativo concernente l'istituzione ed il funzionamento del disciplinare di prodotto; i criteri e le modalità per l'iscrizione, sospensione e revoca al registro; i contenuti della relazione sullo stato di attuazione della legge; nonché le modalità organizzative e i contenuti della "*Giornata regionale del commercio equo e solidale*".

3.3 L'art. 26 della legge della Regione Friuli Venezia Giulia del 5 dicembre 2005, n. 29

La seconda Regione a intervenire nel settore è stata il Friuli Venezia Giulia con l'art. 26 della L.R. 5 dicembre 2005, n. 29 *“Normativa organica in materia di attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande. Modifica alla legge regionale 16 gennaio 2002, n. 2 “Disciplina organica del turismo”*. Preliminarmente è anzitutto opportuno notare come in questo caso, a differenza di quanto appena evidenziato nel paragrafo precedente, il riferimento al Cees si rinvienga nell'ambito di un provvedimento ad oggetto assai più ampio, quindi non espressamente dedicato alla trattazione di tale fenomeno.

In secondo luogo, e sempre nell'ambito di un inquadramento generale della suddetta legge, appare altresì opportuno notare come l'art. 26, dedicato al tema, riprenda integralmente quanto già disposto dall'art. 23 della oggi abrogata legge regionale del Friuli Venezia Giulia 19 aprile 1999, n. 8 *“Normativa organica del commercio in sede fissa”*.

Orbene, posti tali rilievi introduttivi, dall'analisi dei quali emerge già chiaramente una profonda differenza rispetto al precedente provvedimento, appare interessante concentrare l'attenzione sulle peculiarità di tale norma; questa, infatti, a differenza della precedente legge, lungi dal sottrarsi dal tentativo di fornire una definizione del fenomeno, contiene al suo interno una definizione di commercio equo.

Tale definizione, definita assai lacunosa in quanto coglierebbe solo una parte del fenomeno, si richiama ai criteri contenuti nella Risoluzione del Parlamento europeo del 19 gennaio del 1994, stabilendo espressamente che *“Per commercio equo e solidale si intende la vendita al dettaglio dei beni di cui all'articolo 2, comma 1, lettere c) e d), provenienti esclusivamente dai Paesi in via di sviluppo, secondo i criteri contenuti nella risoluzione del Parlamento europeo del 19 gennaio 1994 (Risoluzione sulla promozione del commercio equo e solidale fra Nord e Sud), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee n. C 044 del 14 febbraio 1994”*.

Anche qui, così come nell'art. 1 della legge della Regione Toscana, si ricalcano i requisiti che i soggetti del Cees devono possedere al fine di poter svolgere tali attività prevedendosi appunto che debba trattarsi associazioni di volontariato, ONLUS, o comunque di associazioni e cooperative senza fine di lucro; prevedendosi altresì che tali soggetti possano realizzare la vendita di questi beni anche non in sedi fisse, e dunque in occasione di manifestazioni e fiere.

Altra particolarità della norma friulana consiste nel riconoscimento ufficiale della denominazione *“Botteghe del Mondo”*. Tale denominazione viene conferita con Decreto

dirigenziale, previa verifica dei requisiti, agli esercizi ove si effettui la vendita al dettaglio di beni che, almeno per l'80% del volume d'affari, facciano parte del circuito del Cees.

Nel comma 5 dell'articolo in esame, sono poi previste le modalità concernenti la domanda di conferimento della suddetta denominazione, con espressa indicazione dei requisiti e dei modi di accoglimento o diniego della suddetta domanda.

Tale peculiarità, pone in realtà una distinzione ben profonda tra la previsione contenuta nel presente articolo e quella che generalmente concerne le "Botteghe del Mondo", poiché l'attribuzione di tale denominazione attraverso Decreto dirigenziale lascerebbe presupporre una diversa considerazione di tali operatori rispetto a quella generalmente condivisa.

In sostanza, dunque, tale articolo, lungi dal discorrere di commercio equo in maniera specifica e puntuale, sembra introdurre degli orientamenti assai divergenti rispetto a quelli presenti nelle altre leggi regionali, discostandosi da queste anche per ciò che concerne la previsione di specifiche azioni di promozione diffusione delle attività rilevanti nel settore che non sono, in questa sede, assolutamente menzionate.

Mancano, dunque, i riferimenti a qualsiasi incentivo o agevolazione non solo per i soggetti del Cees ma più in generale anche per le imprese che intendano operare in tale settore.

I rilievi appena esposti consentono perciò di annoverare tale articolo nell'ambito di quegli interventi che al di là di un semplice riferimento al fenomeno, non introducono novità significative.

3.4 La legge della Regione Abruzzo del 28 marzo 2006 n. 7

Anche la Regione Abruzzo ha disciplinato il settore con la legge regionale del 28 marzo 2006, n. 7, intitolata proprio “*Disposizioni per la diffusione del commercio equo e solidale in Abruzzo*”. E’ anzitutto il caso di notare come tale intervento legislativo, che si introduce in maniera significativa oltre che diretta nel panorama degli intenti intrapresi in tema, risulti abbastanza simile alla già esaminata legge della Regione Toscana.

Tale similitudine oltre ad essere particolarmente evidente con riferimento alla formulazione dei singoli articoli ed al contenuto degli stessi, risulta altrettanto interessante anche sotto il profilo delle analogie che sono rintracciabili a livello di intenti. In tal senso, risulterà altrettanto utile, come peraltro già evidenziato con riferimento alla legge 37/2005, ripercorrere a grandi linee i contenuti dei precedenti interventi legislativi posti in essere anche in Abruzzo e concernenti la cooperazione allo sviluppo, cercando di cogliere, dalla lettura degli stessi, i presupposti sulla base dei quali si è sviluppata l’attuale formulazione della legge 7/06; i quali interventi si pongono tra l’altro in un quadro temporale addirittura precedente rispetto a quelli della Regione Toscana.

Su tutti si pensi alla legge regionale datata 14 dicembre 1989, n. 105 concernente “*Svolgimento di attività di cooperazione allo sviluppo nei paesi in via di sviluppo, da parte della Regione Abruzzo*”⁹⁹. Tale legge, si diceva, contiene al suo interno numerosi richiami alle attività di collaborazione con i Paesi in via di sviluppo, mostrando una attenzione ed una sensibilità rispetto al problema assai rilevante. In particolare nell’art. 1 si legge “*La Regione Abruzzo, in virtù di quanto disposto dalla legge 26 febbraio 1987, n.49¹⁰⁰, e nel rispetto delle funzioni di coordinamento del Ministero degli affari esteri stabilite dalla legislazione statale, favorisce il coinvolgimento delle società regionali alle attività di cooperazione dell’Italia con i paesi in via di sviluppo (P.V.S)*”. Gli strumenti concreti per la realizzazione di tali attività sono espressamente indicati nei successivi articoli, laddove si discorre di attività di educazione allo sviluppo e di informazione sulle tematiche del rapporto nord/sud del mondo, che siano tese a valorizzare l’importanza delle culture dei popoli del Sud del mondo in ogni ambito. Più specifica è la seconda parte dell’art. 2, all’interno della quale si prevedono attività di coordinamento ed anche di supporto agli interventi intrapresi in tale ambito da enti locali, strutture scolastiche o O.N.G., appunto Organizzazioni non governative, le quali ultime sono, com’è noto, inscindibilmente connesse al settore del Cees.

⁹⁹ Pubblicata sul Bollettino Ufficiale del 27 dicembre 1989, n.44.

¹⁰⁰ Il riferimento è qui alla “Nuova disciplina della cooperazione dell’Italia con i Paesi in via di sviluppo”, L. 26 febbraio 1987, n. 49, pubblicata nella G.U. 28 febbraio 1987, n. 49, S. O.

Sempre nell'ambito delle attività previste all'art. 2, è possibile rinvenire ulteriori riferimenti alle realtà povere del sud del mondo, prevedendosi altresì corsi e programmi di formazione destinati a coloro che intendano svolgere attività di cooperazione nei paesi in via di sviluppo, ma anche alla formazione sociale dei cittadini appartenenti a tali realtà.

All'interno dell'art. 3 sono poi previsti nello specifico i programmi di cooperazione da realizzarsi nei suddetti Paesi, per cui sempre nel rispetto della normativa generale che riserva allo Stato l'esercizio delle funzioni attinenti ai rapporti internazionali, si prevede la promozione, il coordinamento e l'organizzazione di specifici progetti di sviluppo ad opera della Regione, stabilendosi altresì le modalità di impostazione¹⁰¹.

Addirittura all'interno dell'art.4 è contenuta una previsione dalla quale non è difficile desumere l'effettivo impegno profuso dalla Regione Abruzzo nel settore della cooperazione con i Paesi in via di sviluppo, nella parte in cui si prevede *che "La Regionepuò assumere l'iniziativa di sviluppare rapporti e contatti diretti con i P.V.S., al fine di meglio individuare i programmi e le iniziative di cui agli artt. 2 e 3 della presente legge..."*

Ovviamente tali intenti meritano di essere letti ed interpretati tenendo pur sempre ben presente il fatto che la legislazione regionale è presente in materia di cooperazione allo sviluppo, in sintonia con le vigenti normative nazionali ed internazionali, nonché nel rispetto delle prerogative stabilite dall'art. 2, commi 4 e 5, della l.n. 49/1987 e che in ogni caso gli interventi regionali devono realizzarsi nel rispetto dei principi fondamentali espressamente stabiliti a riguardo con le leggi dello Stato o da esse dedotti, nonché soprattutto nel rispetto delle competenze statali in materia di politica estera e di rapporti internazionali di cui alla lett. a) del comma secondo dell'art. 117 Cost.

Una volta tracciato, dunque, anche in tal senso, l'*iter* degli intenti antecedenti l'attuale legge regionale 7/06 della Regione Abruzzo sul Cees, appare opportuno soffermarsi sui contenuti propri di tale legge, pur evidenziando le tante similitudini che la avvicinano a quella toscana.

In particolare l'art.1, concernente oggetto e finalità proprie della legge, riproduce in maniera identica quanto contenuto nell'art. 1 della citata legge 37/2005, prevedendo poi, all'art. 2, l'individuazione dei prodotti del Cees ed il regolamento c.d. attuativo. Così come all'art. 3

¹⁰¹ Nell'art. 3 espressamente si legge *"..Tali progetti, da impostare secondo le linee di indirizzo contenute al punto II della delibera C.I.C.S. n. 12 del 17 marzo 1989 ed aventi carattere integrato e plurisettoriale, vanno costruiti coordinando le proposte e gli interventi degli enti locali e promovendo la partecipazione di realtà locali produttive, educative e formative, accademiche e di ricerca di organismi e gruppi di volontariato"...."La Regione assume, di norma, l'impegno della realizzazione dei suddetti progetti o direttamente o attraverso proprie strutture pubbliche o comunque, avvalendosi quando ne esistano i presupposti, di enti locali e/o di enti e organizzazioni pubbliche o private esistenti sul territorio".*

vengono identicamente indicate le modalità di individuazione dei soggetti del Cees nonché la previsione, per la loro iscrizione, di un registro regionale.

Anche all'interno di tale legge sono previste specifiche azioni educative finalizzate al rafforzamento del diritto del consumatore e da realizzarsi da parte delle stesse istituzioni formative nel rispetto dell'autonomia scolastica.

Gli stessi articoli 5 e 6 rappresentano una riproduzione pedissequa di quanto già stabilito nella legge della Regione Toscana in termini di incentivi ed agevolazioni per le imprese del Cees, prevedendo una specifica priorità nell'accesso agli aiuti e agli investimenti, nonché prevedendo la possibilità di inserire prodotti equo solidali all'interno di mense o punti ristoro delle ASL, degli Enti Locali o di altre organizzazioni locali.

Lo stesso art. 7 ripropone *“l'utilizzo dei prodotti del commercio equo e solidale, nelle procedure di asta pubblica, licitazione privata, appalto concorso e trattativa privata preceduta da gara”*, prevedendosi altresì, all'art. 8 che *“La Giunta regionale, nell'ambito della sua azione per la promozione delle attività di cooperazione con i Paesi in via di sviluppo (L.R. 14 dicembre 1989, n. 105 – Svolgimento di attività di cooperazione allo sviluppo nei Paesi in via di sviluppo da parte della Regione Abruzzo), e in collaborazione con le organizzazioni attivamente interessate, promuove una manifestazione per l'esposizione e la vendita dei prodotti di commercio equo e solidale”*.

Identici sono pure i riferimenti all'istituzione della *“Giornata regionale del commercio equo e solidale”*, rientrando anche tale previsione nell'ambito di quelle iniziative volte alla promozione ed alla diffusione del Cees, così come quelli concernenti le attività di monitoraggio di cui all'art.9, volte a valutare lo stato di attuazione della legge ed i suoi effetti.

3.5 La legge della Regione Umbria del 6 febbraio 2007 n. 3 alla luce dei precedenti interventi: profili comparati

Nella stessa ottica delle leggi fin qui esaminate, si muove pure la recente legge approvata dalla Regione Umbria, nell'ambito della quale vale la pena tuttavia cogliere qualche interessante novità.

Tale legge, dal titolo *“Diffusione del commercio equo e solidale in Umbria”*, prova, innanzitutto, a differenza delle leggi regionali approvate sia in Toscana che in Abruzzo, a fornire una definizione di commercio equo, dedicando a ciò uno specifico articolo. Nell'articolo 2 espressamente si legge *“Il Comes è un approccio alternativo al commercio convenzionale. Esso 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'informazione e l'azione politica”*.

Orbene, il primo rilievo che occorre fare a tal proposito riguarda innanzitutto la scelta, operata già in Toscana ed in Abruzzo, ed in questa sede confermata, di dedicare una specifica legge al tema del commercio equo¹⁰². Anche la Regione Umbria, come è evidente, affronta tale fenomeno in maniera “diretta”, ciò che è d'altro canto immediatamente desumibile dalla lettura del titolo stesso della legge. Tale osservazione, che a primo impatto potrebbe sembrare banale, sottende invero una realtà importante, che si manifesta precisamente nell'atteggiamento oramai condiviso a livello regionale di non inserire più la trattazione di tale

¹⁰² Con particolare riferimento all'iter di elaborazione della legge regionale sul commercio equo e solidale in Umbria, appare interessante sottolineare come la stessa nasca in realtà su iniziativa dell'Associazione Umbria EquoSolidale. Già durante l'ultima campagna elettorale per le elezioni regionali del 2005, Umbria EquoSolidale aveva inviato una lettera a tutti i candidati chiedendo di sottoscrivere una serie di impegni, tra cui quello di promuovere l'approvazione di una legge regionale che impegnasse la Regione dell'Umbria a favorire specifiche azioni di promozione e sostegno del Cees. In seguito alle elezioni, tale associazione ha invitato i capigruppo dei partiti di maggioranza rappresentati in Consiglio Regionale ad un incontro pubblico, al fine di avviare una piattaforma programmatica e un tavolo tecnico di lavoro, che avesse come obiettivo la presentazione di una proposta di legge frutto di un percorso partecipato. La richiesta di tale incontro partiva dal presupposto che al fine di realizzare una buona legge regionale in tale settore non era possibile non coinvolgere chi quotidianamente si impegna su questo tema, e ne conosce le problematiche e le esigenze, cioè le organizzazioni del commercio equo. Per quanto concerne più nel dettaglio gli obiettivi prefissati nel corso del lavoro, vale la pena di segnalare in primo luogo la necessità di individuare e definire le organizzazioni di commercio equo, di individuare e definire i prodotti equo solidali, con riferimento alla possibilità di inserimento di tali prodotti nelle strutture della ristorazione collettiva e negli acquisti pubblici; fini che si ritrovano peraltro tutti nella presente legge. Accanto a tali fini occorre pure evidenziare l'idea, tra l'altro condivisa, di evitare una legge “manifesto”, che oltre a riconoscere il valore del commercio equo non stabilisse forme concrete di sostegno, e di suggerire al contrario specifiche azioni di promozione e sostegno.

Il tavolo ha prodotto un documento programmatico condiviso che è stato presentato pubblicamente a Gubbio, nell'ottobre 2005, in occasione di Altrocioccolato.

Nella prima metà del 2006, in particolare, mentre ancora il tavolo di confronto non era giunto a nulla di definito, il Consiglio Regionale ha approvato la decisione di mettere a bilancio per l'anno in corso 50.000 euro destinati alla copertura della legge *in fieri*. Ed è questa una delle più significative novità da segnalare in tale contesto posto che nel panorama italiano esistono alcune leggi sul commercio equo (vedi ad esempio la Legge Regionale della Toscana) senza previsioni di spesa e dunque da intendersi puramente quali leggi “manifesto”.

fenomeno all'interno di un contesto di altra natura – come è invece capitato per la legge della Regione Friuli Venezia Giulia – ma di trattarlo autonomamente, dedicando ad esso una apposita disciplina. Ciò è ancora più evidente nella recentissima legge approvata dalla Regione Liguria, di cui si dirà più avanti.

La seconda osservazione concerne invece la definizione di Cees contenuta all'interno della legge ora in commento, posto che tale definizione, oltre a comparire all'interno di un apposito articolo, appare profondamente diversa da quella invece accennata nelle precedenti leggi.

I cenni al Cees di cui alle leggi della Regione Toscana e della Regione Abruzzo, infatti, oltre ad essere inseriti all'interno di un articolo introduttivo concernente oggetto e finalità della legge, risultano sommari e generici individuando con la definizione di attività di commercio equo *“le imprese e i soggetti senza fini di lucro, che conformano la propria attività ai contenuti della Carta italiana dei Criteri del commercio equo e solidale”*, quasi a voler appunto confondere il fenomeno del Cees con i soggetti che operano all'interno di tale settore.

Il citato articolo 2 (della l. r. 3/07), al contrario, dedica una precisa attenzione a tale aspetto, non solo cogliendo la differenza tra il fenomeno in sé ed i soggetti che esercitano tali attività, descritti appunto nel successivo art.3, quanto soprattutto introducendo, attraverso la definizione di Cees, una serie di concetti e di elementi davvero indicativi, quali, appunto la giustizia sociale ed economica, il rispetto per le persone e per l'ambiente, lo sviluppo sostenibile, l'attenzione per il consumatore. In realtà tale definizione ricalca quella già elaborata e contenuta nella *“Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale”*, circostanza questa che non può tuttavia privare di rilievo l'intento posto in essere e contenuto nell'art.2, il quale più che richiamarsi ai contenuti della suddetta Carta dei Criteri approvata dall'*Agices*, prova ad estrinsecarne i concetti di base.

L'esplicito richiamo alla Carta nonché all'*Agices* è invece presente nell'art. 3 concernente, come si diceva, l'individuazione dei soggetti del Cees. La formulazione di tale articolo risulta pressochè identica a quella delle richiamate leggi, toscana ed abruzzese, prevedendosi anche in questo caso l'istituzione di un registro degli operatori del *Comes* per l'iscrizione di quelle imprese e di quei soggetti che operano senza fine di lucro ed in forma stabile e continuativa all'interno del territorio regionale *“e che svolgono la propria attività nel rispetto della Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale, approvata dall'Associazione Assemblea Generale Italiana del commercio equo e solidale»*, di seguito denominata *Agices*”. Si noti, anche in questo caso, la sottile differenza che intercorre tra la

presente legge e quelle che la hanno preceduta, posto che anche in questo caso è ben chiara la differenza che sussiste tra attività di commercio equo e soggetti che operano nel settore. Il registro di cui si discorre nella legge umbra è un “*registro degli operatori del Comes*”, mentre i registri istituiti in Toscana ed in Abruzzo sono “*registri del commercio equo e solidale*”.

Anche per quanto concerne l’individuazione dei prodotti del Cees, esistono interessanti differenze a livello di formulazione nonché di contenuti dei relativi articoli.

Mentre, infatti, il riferimento contenuto nelle precedenti leggi risulta a tal proposito assai succinto, riguardando unicamente le modalità per il riconoscimento del prodotto del commercio equo, definite con uno specifico disciplinare di prodotto ed indicate nel regolamento di attuazione, la legge umbra, appare più specifica e dedica maggiore attenzione a tale aspetto.

Nell’art. 4 i riferimenti ai prodotti del commercio equo sono più dettagliati, intendendosi con tale definizione “*quei prodotti comunque realizzati, importati e distribuiti da aziende appartenenti alla filiera integrale del Comes....sono altresì prodotti del Comes quelli garantiti secondo gli standard delle organizzazioni esterne di certificazione del Fair Trade, come le organizzazioni associate in Fair Trade Labelling Organization (FLO), qualora detti standard vengano assimilati a quelli della tradizione giuridica comunitaria e, comunque, a quelli riconosciuti a livello internazionale*”¹⁰³.

E’ evidente, da quanto appena esposto, il riferimento senz’altro più puntuale e specifico contenuto all’interno di tale disposizione, facendosi riferimento non solo al concetto di filiera integrale, ma anche all’aspetto della certificazione, indicazioni queste, che non sono assolutamente presenti nei precedenti interventi legislativi. Tale riferimento, come si vedrà in seguito, sarà presente anche all’interno della legge della Regione Liguria, segno questo di una evoluzione graduale della legislazione nel settore. In tal senso, la scelta di analizzare i vari interventi legislativi posti in essere a livello regionale, seguendo un ordine cronologico, consente di comprendere e di valutare appieno proprio tale evoluzione e soprattutto di cogliere un graduale affinamento in termini prospettiva e di contenuti, come se ogni legge prendesse qualcosa da quella precedente, provvedendo al tempo stesso ad affinarne e specificarne i contenuti.

¹⁰³ Anche qui è comunque presente il richiamo alle risultanze delle attività svolte dalle associazioni più rappresentative nel settore prevedendosi espressamente che “*Nello stabilire i criteri per l’individuazione delle aziende della filiera integrale si tiene conto delle risultanze delle attività svolte dalle Associazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale e internazionale AGICES e IFAT (International Federation for Alternative Trade)*”. Sempre nello stesso articolo si legge che “*Le modalità per il riconoscimento del prodotto del COMES sono definite con uno specifico disciplinare di prodotto, secondo le indicazioni del regolamento di attuazione di cui all’articolo 9*”.

Orbene, ritornando all'analisi del testo umbro, l'art. 5 prevede le attività di promozione e sostegno del Cees all'interno del territorio regionale, stabilendo che queste debbano sostanziarsi in iniziative di informazione ed educazione nelle scuole, nonché in azioni educative organizzate anche in concorso con gli enti locali; ciò al fine di rafforzare l'esigenza del consumatore di essere informato sugli effetti ambientali e sociali derivanti dalla produzione e commercializzazione dei prodotti del commercio equo e di incrementarne così la diffusione in maniera consapevole.

In realtà sotto tale profilo la condivisione di intenti è palese, rinvenendosi anche nelle leggi precedenti più di un richiamo alla necessità di rendere più consapevole il comportamento del consumatore e le scelte da questi poste in essere. Sono tali scelte, infatti, a condizionare in maniera significativa gli andamenti del mercato e a poter rendere realmente concrete realtà come il commercio equo.

Sempre nell'ottica di una maggiore diffusione e promozione delle attività del Cees, si muove pure la previsione contenuta all'interno dell'art. 6 della presente legge, ed anticipata dalle precedenti, con riguardo all'istituzione della *“Giornata regionale del commercio equo e solidale”*.

Altrettanto condivisi risultano pure gli intenti manifestati attraverso l'art. 7 della legge in esame e concernenti le agevolazioni in favore dei soggetti del commercio equo e solidale. Si prevede, infatti, che *“Nel pieno rispetto delle norme vigenti di acquisto di beni da terzi, la Regione Umbria favorisce l'utilizzo dei prodotti del Comes”*. E che *“Nell'ambito delle spese relative all'acquisto di beni da terzi secondo le procedure della trattativa privata e delle spese in economia, le strutture della Regione sono chiamate a prendere in considerazione l'ipotesi di acquisto di prodotti provenienti dal Comes”*.

L'art. 8 della presente legge disciplina, invece, sotto il titolo *“Attività internazionale”* le attività di sostegno allo sviluppo di quelle organizzazioni di produttori appartenenti ai Paesi svantaggiati, nonché quelle iniziative di interscambio che possono realizzarsi tra le realtà dei produttori dei Paesi svantaggiati e la comunità regionale umbra.

Anche all'interno di tale previsione è contenuto, al pari di quanto osservato nelle leggi precedenti, un richiamo molto significativo alle iniziative di cooperazione internazionale decentrata; tali iniziative fanno espressamente capo alla legge regionale 27 ottobre 1999, n. 26¹⁰⁴.

Ebbene anche a tal proposito non si può fare a meno di sottolineare l'importanza di tale richiamo in termini di precedenti iniziative compiute in tale settore.

¹⁰⁴ Pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Umbria, n.57 del 3 novembre 1999.

Il valore di tale richiamo è in questa sede più che significativo specialmente se si considera la circostanza che nelle precedenti leggi gli interventi in tema di cooperazione internazionale per quanto significativi non menzionavano in maniera esplicita il commercio equo. Tale legge, invece, pur avendo ad oggetto *“Interventi regionali per la promozione della cooperazione internazionale allo sviluppo e della solidarietà tra i popoli”*, menziona al suo interno il Cees. In particolare all’art. 1, dopo una breve premessa concernente i principi internazionali e costituzionali nonché le leggi dello Stato in coerenza con le quali la cooperazione internazionale dovrebbe esplicarsi, la Regione Umbria non solo riconosce in tali attività gli strumenti essenziali per garantire rapporti di equità e di giustizia, quanto riconosce soprattutto il valore del Cees.

Nel comma 2 dell’art.1 espressamente si legge *“La Regione riconosce altresì il valore del commercio equo e solidale in quanto forma di cooperazione volta a realizzare scambi commerciali con i produttori dei paesi partners che valorizzano le produzioni, tradizioni e culture autoctone, con particolare riguardo alle coltivazioni biologiche e alle altre attività produttive indirizzate all’obiettivo dello sviluppo sostenibile, incrementano la partecipazione del movimento cooperativo dei Paesi partners e salvaguardano i diritti dei lavoratori che prestano la loro opera in tali attività”*.

Vengono, così richiamati, all’interno di tale riferimento una serie di spunti significativi alla valorizzazione delle culture autoctone, allo sviluppo sostenibile, alla salvaguardia dei diritti dei lavoratori ed anche alle coltivazioni biologiche che pure trovano connessione con il commercio equo. Ma l’elemento di maggior rilievo, in tale contesto, è senza dubbio rappresentato dall’attenzione dedicata dalla legge al valore dell’uomo ed al rispetto dei suoi diritti.

All’interno di tale legge, più precisamente nella parte dedicata ai progetti di cooperazione decentrata allo sviluppo, si sottolinea proprio tale aspetto, evidenziando come i progetti di cooperazione decentrata si ispirino al principio della centralità dello sviluppo umano, constando di azioni che mirano a promuovere il riequilibrio sociale e culturale prima ancora della crescita economica. Orbene, tali intenti possono senza dubbio essere rinvenuti tra le finalità cui tendono le attività del Cees, nella misura in cui si persegue la giustizia sociale insieme a quella economica, nonché il rispetto per le persone oltre a quello per l’ambiente. In tal senso, è significativo il nesso tra le attività del commercio equo ed il valore della persona umana, nesso evidente proprio alla luce di tali menzionati intenti legislativi.

Ritornando ora all’analisi della l. r. 3/07 appare altresì interessante la specificazione contenuta sempre all’interno del predetto articolo 8, in cui si dice che *“Gli interventi di cui al comma 1 sono realizzati nel rispetto delle direttive di politica internazionale dello Stato e, a*

tal fine, vengono tempestivamente comunicati al Ministero degli affari esteri e alla Presidenza del Consiglio dei Ministri per il coordinamento con i principi nazionali in materia di cooperazione allo sviluppo”.

Tale specificazione assume in particolare un senso nell’ottica di quanto già affermato in sede di commento delle precedenti leggi, a proposito della necessità che gli interventi regionali si realizzino nel rispetto dei principi fondamentali stabiliti dalle le leggi dello Stato o da esse dedotti e nel rispetto delle competenze assegnate in materia.

Infine, l’art. 8 si conclude con una previsione concernente la promozione di forme di commercio leale e di pratiche commerciali moralmente corrette e prevedendo per tali scopi specifiche e periodiche azioni rivolte a favorire la nascita, lo sviluppo e il consolidamento delle relazioni commerciali ispirate ai principi del Cees, da realizzarsi attraverso il loro inserimento nell’ambito dei piani annuali di programmazione economica della commercializzazione dei prodotti umbri. Tale obiettivo, inteso quale rafforzamento del ruolo delle società cooperative e della loro funzione di partner commerciali qualificati ed affidabili verso i Paesi in via di sviluppo, non è cosa nuova rispetto a quanto già previsto in tema dagli interventi legislativi di altre regioni; la novità è piuttosto da rintracciarsi nella previsione di una Consulta regionale della cooperazione in riferimento alla quale la legge rimanda all’articolo 2 della legge regionale 6 agosto 1997, n. 24 (Provvedimenti diretti alla promozione e allo sviluppo della cooperazione)¹⁰⁵. L’attività della Consulta regionale della cooperazione è meglio specificata nell’art. 11 della presente legge, ove si prevede che *“È istituita presso la Giunta regionale la Consulta regionale per il commercio equo e solidale. La Consulta, nominata con Decreto del Presidente della Giunta regionale, rimane in carica per due anni, ed è presieduta dall’Assessore regionale competente in materia o suo delegato. La Consulta è composta da: a) un funzionario regionale competente in materia di cooperazione internazionale; b) un funzionario regionale competente in materia di enti no profit; c) un rappresentante delle organizzazioni del Comes iscritte all’Albo regionale; d) un rappresentante dell’Agices; e) un rappresentante di Transfair Italia; f) un rappresentante di Anci Umbria; g) un rappresentante designato congiuntamente dalle associazioni*

¹⁰⁵ All’interno dell’art.2 della legge regionale 6 agosto 1997, n. 24, recante “Provvedimenti diretti alla promozione e allo sviluppo della cooperazione” e pubblicata nel B.U.R. n. 38 del 13 agosto 1997, si legge *“ È istituita presso la Giunta regionale la Consulta regionale della cooperazione, con funzioni consultive e propositive. La Consulta è composta: a) dall’assessore regionale alla cooperazione che la presiede; b) da un esponente designato da ciascuno degli organismi riconosciuti di rappresentanza del movimento cooperativo umbro, di seguito denominati Centrali cooperative; c) da 6 membri eletti dal Consiglio regionale, con voto limitato a 4, scelti tra esperti in materia di cooperazione. La Consulta viene integrata dall’assessore regionale preposto alla materia di volta in volta trattata o da un suo delegato. La Consulta è nominata e costituita con decreto del Presidente della Giunta regionale e dura in carica quanto il Consiglio regionale. Le funzioni di segretario della Consulta sono svolte da un funzionario regionale designato dall’assessore alla cooperazione”.*

rappresentative dei consumatori; h) un rappresentante delle associazioni designato congiuntamente dalle associazioni rappresentative dei commercianti. La partecipazione alla Consulta avviene a titolo gratuito. La Consulta, per il suo funzionamento, può dotarsi di un apposito regolamento. Alla Consulta regionale sono attribuiti i seguenti compiti: a) funzione consultiva per l'elaborazione del regolamento attuativo di cui all'articolo 9 e successive modifiche; b) formulazione di proposte per gli interventi programmatici e legislativi della Regione in materie attinenti al Comes; c) elaborazione dei dati utili a definire i contenuti della relazione annuale di cui all'articolo 10, comma 1; d) monitoraggio e controllo sulle modalità organizzative delle organizzazioni iscritte al registro di cui all'articolo 3, nonché la verifica periodica dei requisiti per l'iscrizione".

Anche all'interno di tale legge sono poi presenti i riferimenti al regolamento attuativo da approvarsi entro novanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge e l'attività di monitoraggio, mancando invece qualsiasi riferimento alle misure di sostegno a esercizi commerciali iscritti al registro, previste all'interno delle leggi regionali di Toscana ed Abruzzo¹⁰⁶.

Aopperire a tale assenza però è opportuno segnalare la formulazione di una previsione contenente, al suo interno, la normativa finanziaria per il sostegno degli interventi di cui alla presente legge. Tale previsione, oltre a rivestire un notevole interesse sotto il profilo formale, in quanto manca nei precedenti interventi legislativi realizzati ad opera di altre regioni un

¹⁰⁶ Con specifico riferimento all'attuale testo della legge, risulterà interessante, a titolo di approfondimento, analizzare i punti qualificanti del testo licenziato il 25 ottobre 2006 dalla I Commissione Consiliare Permanente (Affari Istituzionali, Programmazione, Bilancio, Finanze e Patrimonio, Organizzazione e Personale, Enti Locali) del Consiglio Regionale dell'Umbria, concernente la proposta di legge sul Cees, al fine di coglierne le differenze rispetto al testo poi effettivamente approvato. La proposta, dopo aver riconosciuto al commercio equo *"un ruolo rilevante nella promozione dell'incontro fra culture diverse e nel sostegno alla crescita economica e sociale, nel rispetto dei diritti individuali, dei Paesi in via di sviluppo"*, istituiva (art. 3.1) *"presso la Giunta regionale il registro degli operatori del COMES al quale sono iscritti imprese e soggetti che senza fine di lucro operano in forma stabile e continuativa nel territorio regionale e svolgono la propria attività nel rispetto della Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale, approvata dall'Associazione "Assemblea Generale Italiana del commercio equo e solidale"*. Contenuti, questi, che si ritrovano presenti anche nell'attuale formulazione, così come presente è pure il rimando al regolamento di attuazione per le regole che dovranno governare il registro, con l'indicazione che, nel definire il testo del regolamento in merito, si tenga conto delle risultanze dell'attività svolta da Agices per l'istituzione del registro nazionale (*Rioces*).

Per i prodotti, si stabiliva *"che sono equo solidali quelli realizzati, importati e distribuiti dalle organizzazioni appartenenti alla filiera integrale del Cees, con riferimento ai criteri elaborati da Agices e Ifat, e quelli a marchio FairTrade"*; rimandandosi anche qui comunque al regolamento attuativo.

L'art. 5, nel suo complesso, prevedeva la promozione di iniziative nelle scuole per la promozione del commercio equo. Si istituiva poi, con l'art. 6, la Giornata regionale del commercio equo e solidale.

In realtà la parte che ha subito un forte cambiamento rispetto a quanto concordato in sede di tavolo di confronto è proprio quella successiva. In particolare, è stata cassata la norma per la quale si prevedevano misure di sostegno a esercizi commerciali iscritti al registro. Qui è prevalsa la pressione di chi vedeva nella norma l'introduzione di misure distorsive della libera concorrenza, ciò che ha rappresentato senz'altro un duro colpo per le botteghe, specie quelle in difficoltà, privandole di attingere dalla legge per sostenere direttamente la loro attività commerciale.

riferimento così esplicito¹⁰⁷, mostra un valore importante anche sotto il profilo pratico. Infatti nell'art. 12 espressamente si legge “*Per il finanziamento degli interventi previsti all'articolo 5, comma 1 e all'articolo 6 è autorizzata per l'anno 2007 la spesa di euro 50.000,00 da iscrivere nella unità previsionale di base 01.1.007 denominata «Interventi in materia di relazioni internazionali, pace, diritti umani» (cap. 1026)*”; esistendo, dunque, in tale legge, una effettiva previsione di spesa.

La suddetta previsione risulta poi ancor più dettagliata dalla lettura del comma 2, all'interno del quale si prevedono le modalità con cui far fronte al finanziamento dei vari oneri¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Si consideri che sia nella legge della Regione Toscana che in quella della Regione Abruzzo, gli unici riferimenti alle disposizioni finanziarie, lungi dall'essere specifici, si limitano alla dicitura “*La presente legge non comporta oneri aggiuntivi per il bilancio regionale; le azioni indicate negli articoli precedenti trovano copertura finanziaria nell'ambito della vigente normativa regionale*”.

¹⁰⁸ Nel testo della legge, precisamente al comma 2 dell'art. 12 concernente la norma finanziaria, si prevede “*Al finanziamento dell'onere di cui al comma 1 si fa fronte con riduzione di pari importo dello stanziamento esistente nella unità previsionale di base 16.1.001 del bilancio di previsione 2006 denominata «Fondi speciali per spese correnti» in corrispondenza del punto 2, lettera A), della tabella A) della legge regionale 10 febbraio 2006, n. 2. 3. La disponibilità relativa all'anno 2006 di cui al precedente comma 2 è iscritta nella competenza dell'anno 2007 in attuazione dell'articolo 29, comma 4 della legge regionale 28 febbraio 2000, n. 13. 4. Per gli anni 2008 e successivi l'entità della spesa è determinata annualmente con la legge finanziaria regionale, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, lettera c) della vigente legge regionale di contabilità...*”.

3.6. La legge della Regione Liguria del 13 agosto 2007 n. 32 sull'onda del recente d.d.l. elaborato a livello nazionale: forti similitudini ed interessanti parallelismi

La quinta Regione intervenuta a disciplinare il commercio equo nel proprio territorio è stata la Liguria con la legge regionale del 13 agosto 2007, n. 32, intitolata *“Disciplina e interventi per lo sviluppo del commercio equo e solidale in Liguria”*.

Anche tale intervento, sulla scorta di quello elaborato in Umbria, riconosce nell'ambito di una legge espressamente dedicata al tema, *“...la funzione rilevante del commercio equo e solidale nella promozione in Liguria dei valori di giustizia sociale ed economica, dello sviluppo sostenibile e di un modello produttivo fondato sulla cooperazione e sul rispetto per le persone e per l'ambiente...”*.

In particolare, sempre all'interno dell'art. 1, avente a riguardo oggetto e finalità della legge, si specificano le modalità di attuazione e realizzazione degli scopi su menzionati, precisandosi che queste consisteranno in una maggiore informazione nei confronti dei consumatori per favorire acquisti responsabili, in una maggiore diffusione dei prodotti del commercio equo, nonché nel sostegno, anche economico, di iniziative e progetti.

Orbene, l'impostazione della presente legge ricalca, almeno per quanto attiene alle linee generali, quella perseguita dalla stessa Regione Umbria, pur discostandosene in alcune essenziali novità.

Molto più dettagliata, ad esempio, risulta la definizione di commercio equo contenuta nell'art. 2 laddove nel sottolineare il carattere alternativo dell'approccio equo e solidale al mercato, rispetto al commercio internazionale tradizionale, si indicano le finalità del movimento, quali la maggiore equità nelle relazioni economiche internazionali e la necessità di assicurare migliori condizioni commerciali e sociali per i produttori ed i lavoratori dei Paesi in via di sviluppo. Il comma 2 dello stesso art. 2 specifica in dettaglio le caratteristiche che contraddistinguono tale tipo di commercio, disponendo che *“Il commercio equo e solidale, attraverso una relazione paritaria tra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione, prevede:*

a) il pagamento al produttore di un prezzo equo e concordato, che gli garantisca un livello di vita adeguato e dignitoso;

b) il pagamento al produttore, qualora richiesto, di una parte del prezzo al momento dell'ordine;

c) la tutela dei diritti, anche sindacali, dei lavoratori, sia nelle condizioni di lavoro, con riferimento alla salute e alla sicurezza, sia nella retribuzione, ed inoltre senza discriminazioni di genere né ricorso allo sfruttamento del lavoro minorile;

d) un rapporto continuativo tra produttore ed acquirente che preveda a carico di quest'ultimo iniziative finalizzate al graduale miglioramento sia della qualità dei prodotti e dei servizi, tramite l'assistenza al produttore, sia delle condizioni di vita della comunità locale;

e) il rispetto dell'ambiente;

f) la trasparenza delle strutture organizzative”

I contenuti di una siffatta previsione, oltre a comparire per la prima volta in maniera tanto precisa all'interno di una legge regionale, appaiono fortemente ispirati alla recente proposta di legge presentata a livello nazionale e discussa l'11 luglio del 2007 a Roma¹⁰⁹.

Tale osservazione, lungi dal sorprendere, dovrebbe al contrario far riflettere attentamente sulla possibilità di seguire, a livello di leggi regionali, una impostazione elaborata ad un piano superiore, quantomeno in termini di linee guida.

In particolare, al punto a) del suddetto articolo 2 comma 2, si fa espresso riferimento al concetto di prezzo equo.

Tale riferimento, oltre a comparire per la prima volta quale esplicita previsione all'interno di una legge regionale in tema, riproduce, seppure in sintesi, quanto disposto dall'art. 3 della citata proposta di legge nazionale, dove si legge “...il prezzo pagato ai produttori è equo quando è definito dalle parti all'esito di un processo fondato sul dialogo, sulla trasparenza e sulla responsabilità reciproca, in cui il prezzo è proposto dal produttore ed eventualmente modificato tramite accordo tra le parti sulla base di una valutazione congiunta della sua adeguatezza a sostenere l'impresa del produttore e degli effetti che il suo livello produce sulla filiera produttiva e distributiva fino al consumatore....in relazione all'entità dei prodotti venduti il prezzo deve anche essere idoneo a generare per il produttore un reddito da destinare agli investimenti e a consentire ad esso di remunerare i lavoratori in misura adeguata a

¹⁰⁹ Nel disegno di legge nazionale del 16 ottobre 2006 n. 1828, all'art. 2, espressamente si legge “Il commercio equo e solidale è un'attività di cooperazione economica e sociale, svolta con produttori di beni o di servizi di aree economicamente svantaggiate dei Paesi in via di sviluppo organizzati in forma collettiva, allo scopo di consentire, accompagnare e migliorare il loro accesso al mercato, quando l'attività sia realizzata mediante accordi di lunga durata che prevedono i seguenti requisiti: a) il pagamento di un prezzo equo; b) misure a carico del committente per il graduale miglioramento della qualità del prodotto o del servizio realizzati dal produttore o dei suoi processi produttivi, nonché a favore dello sviluppo della comunità locale cui il produttore appartiene; c) il progressivo miglioramento degli standard ambientali della produzione; d) la trasparenza della filiera anche nei confronti dei terzi; e) l'obbligo del produttore di garantire condizioni di lavoro sicure, nel rispetto delle normative stabilite dall'Organizzazione internazionale del lavoro, di remunerare in maniera adeguata i lavoratori, in modo da permettere loro di condurre un'esistenza libera e dignitosa, e di rispettarne i diritti sindacali...”.

condurre un'esistenza libera e dignitosa, nonché di coprire gli altri costi inerenti agli obblighi espressamente assunti dalle parti nel contratto”.

La stessa previsione contenuta al punto b) dell'art. 2 comma 2 della legge in commento, concernente il pagamento al produttore, qualora richiesto, di una parte del prezzo al momento dell'ordine, riproduce quella contenuta nell'art. 2 comma 2 della proposta di legge nazionale, nel quale articolo si prevede appunto che *“La proposta contrattuale del committente deve essere accompagnata dall'offerta del pagamento di una parte rilevante del prezzo al momento dell'ordine. Nel caso in cui il produttore rinunci a tale offerta, l'accordo di cui al comma 1 deve darne espressivamente atto, indicandone i motivi”.*

Altrettanto significativi, appaiono i richiami alla tutela dei diritti anche sindacali dei lavoratori, sia con riferimento alle condizioni di lavoro che con riferimento alla retribuzione, nonché i richiami al divieto di discriminazioni e di sfruttamento del lavoro minorile; come pure quelli concernenti il rispetto dell'ambiente e la necessità di maggiore trasparenza a livello di strutture organizzative.

Posti tali interessanti parallelismi, sussistenti appunto rispetto alle previsioni di cui alla proposta nazionale, appare ora interessante proseguire nell'analisi della legge in commento allo scopo di valutare l'esistenza di altri interessanti elementi di novità.

L'art. 3, infatti, nell'individuare i soggetti del Cees, prevede altresì l'istituzione di un elenco, detto “Elenco regionale”. Vale la pena di ricordare, a tal proposito, anche per uniformità di prospettive, che la legge umbra discorreva a tal proposito di un registro degli operatori del Cees, vale a dire di quelle imprese e di quei soggetti operanti senza fine di lucro in forma stabile e continuativa nel territorio regionale; tale previsione proseguiva, tuttavia, disponendo che tali operatori dovevano svolgere la propria attività nel rispetto della Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale, approvata dall'Agices. Ciò che viene previsto a tal riguardo dalla legge ligure è in realtà molto più peculiare, stabilendosi che l'iscrizione nell'Elenco regionale è disposta per quei soggetti non aventi scopo di lucro, organizzati in forma collettiva e democratica, che operano in forma stabile sul territorio regionale, ma specificandosi pure le categorie di appartenenza degli stessi, dunque *“..a) enti che rilasciano l'accreditamento di organizzazione del commercio equo e solidale, e specificatamente: 1) Ifat (International Fair Trade Association) e Agices (Associazione Assemblea Generale Italiana del commercio equo e solidale), in quanto enti più rappresentativi del settore a livello internazionale e nazionale; 2) altre organizzazioni in possesso dei requisiti stabiliti con il provvedimento di cui all'articolo 8 ovvero previste da normative nazionali; b) organizzazioni del commercio equo e solidale in possesso*

dell'accreditamento rilasciato dagli enti di cui alla lettera a); c) enti che certificano i prodotti del commercio equo e solidale attraverso l'attribuzione di un marchio di garanzia, affiliati a Flo (Fairtrade Labelling Organizations International)...”.

Tale disposto risulta, per verità fortemente connesso con la previsione contenuta nel successivo art. 4, riguardante l'individuazione dei prodotti del Cees. All'interno di tale articolo, infatti, si specifica che le modalità di individuazione di questi tipi di prodotti si sostanziano nella provenienza degli stessi da un'organizzazione del Cees, accreditata ai sensi dell'articolo 3, comma 2, lettera b) e nella loro certificazione da parte degli enti di cui all'articolo 3, comma 2, lettera c), attraverso l'attribuzione di un marchio di garanzia; previsione questa, tra l'altro molto simile, a livello di contenuti, a quella presente nella legge umbra¹¹⁰.

Particolarmente significativa, soprattutto in termini di novità, risulta invece la formulazione dell'art. 5, relativa agli interventi per la diffusione del Cees. Tale articolo, infatti, riassumendo quanto disposto negli interventi regionali elaborati in tema a cura di altre regioni, circa le agevolazioni, gli incentivi e le attività di cooperazione internazionale, definisce in maniera schematica e dettagliata, in un unico articolo, gli interventi che intende porre in essere per il perseguimento delle finalità di cui all'art. 1¹¹¹. Individua, dunque, nell'ambito di tali interventi, la promozione di iniziative divulgative e di sensibilizzazione, rivolte ai consumatori

¹¹⁰ Cfr. art. 4 legge regionale 6 febbraio 2007, n. 3 - Diffusione del commercio equo e solidale in Umbria. *“Sono prodotti del COMES quelli comunque realizzati, importati e distribuiti da aziende appartenenti alla filiera integrale del COMES. Nello stabilire i criteri per l'individuazione delle aziende della filiera integrale si tiene conto delle risultanze delle attività svolte dalle Associazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale e internazionale AGICES e IFAT (International Federation for Alternative Trade)...sono altresì prodotti del COMES quelli garantiti secondo gli standard delle organizzazioni esterne di certificazione del Fair Trade, come le organizzazioni associate in Fair Trade Labelling Organization (FLO), qualora detti standard vengano assimilati a quelli della tradizione giuridica comunitaria e, comunque, a quelli riconosciuti a livello internazionale.....”.*

¹¹¹ All'art. 5 della legge in commento espressamente si legge”...*La Regione, per il conseguimento delle finalità di cui all'articolo 1:*

- a) promuove e sostiene iniziative divulgative e di sensibilizzazione, mirate a diffondere la realtà del commercio equo e solidale e ad accrescere nei consumatori la consapevolezza degli effetti delle proprie scelte di consumo, affinché prendano in esame non solo il prodotto, ma gli effetti sociali ed ambientali derivanti dalla sua produzione e commercializzazione;*
- b) promuove e sostiene specifiche azioni educative nelle scuole, finalizzate a conoscere le problematiche connesse alle implicazioni delle scelte di consumo, stimolando una riflessione sul consumo consapevole e sulle opportunità offerte dai prodotti del commercio equo e solidale;*
- c) promuove e sostiene iniziative di formazione per gli operatori ed i volontari delle organizzazioni del commercio equo e solidale;*
- d) promuove e sostiene la fiera del commercio equo e solidale e le giornate del commercio equo e solidale di cui agli articoli 6 e 7;*
- e) promuove e sostiene la creazione sulla rete Internet di un portale regionale per il commercio equo e solidale, in cui inserire informazioni in materia di commercio equo e solidale;*
- f) concede alle organizzazioni iscritte nell'Elenco regionale di cui all'articolo 3, nei limiti del regime “de minimis”, finanziamenti a fondo perduto fino a un massimo del 40 per cento delle spese ammissibili relative a investimenti materiali e immateriali, funzionali all'espletamento dell'attività dell'organizzazione, per apertura e ristrutturazione della sede, acquisto di attrezzature, arredi e dotazioni informatiche;*
- g) promuove e sostiene l'utilizzo dei prodotti del commercio equo e solidale nell'ambito delle attività degli enti pubblici, nel pieno rispetto delle norme vigenti in materia di acquisto di beni e servizi da terzi....”.*

e tendenti non solo alla diffusione del movimento del Cees ma soprattutto all'accrescimento di una maggiore consapevolezza per quanto attiene alle ripercussioni delle proprie scelte di consumo; inoltre sempre nell'ambito di tali interventi, si fa riferimento allo svolgimento di azioni e programmi specifici all'interno delle realtà scolastiche, allo scopo di far maturare, a partire dalle generazioni più giovani, il valore di un consumo responsabile e l'importanza del contributo offerto in tal senso dal commercio equo.

Sono pure previste, specifiche iniziative di formazione per gli operatori ed i volontari delle organizzazioni del Cees, previsione questa, sicuramente singolare rispetto alle altre leggi regionali approvate in tema.

Sempre all'interno di tale unico articolo si prevede la promozione di iniziative quali la fiera del commercio equo¹¹² e le giornate del commercio equo¹¹³ nonché la creazione di un portale regionale del commercio equo, allo scopo di diffondere il fenomeno a vari livelli.

Ma l'elenco delle iniziative previste in tale settore consta altresì di una interessante disposizione, di cui al punto f), in corrispondenza del quale si legge che *"...la Regione... concede alle organizzazioni iscritte nell'Elenco regionale di cui all'articolo 3, nei limiti del regime de minimis, finanziamenti a fondo perduto fino a un massimo del 40 per cento delle spese ammissibili relative a investimenti materiali e immateriali, funzionali all'espletamento dell'attività dell'organizzazione, per apertura e ristrutturazione della sede, acquisto di attrezzature, arredi e dotazioni informatiche.."*.

Il valore di una siffatta previsione, tra l'altro assente nelle leggi regionali analizzate in precedenza, consente di riflettere attentamente sulla effettiva volontà di perseguire tali obiettivi, posto che la previsione di finanziamenti a fondo perduto per le organizzazioni operanti nel settore, oltre a rappresentare una importante garanzia per gli operatori stessi, è un incentivo concreto in termini di investimenti che si intendano realizzare.

E' previsto, infine, anche l'utilizzo dei prodotti del commercio equo nell'ambito delle attività degli enti pubblici, nel pieno rispetto delle norme vigenti in materia di acquisto di beni e servizi da terzi.

¹¹² All'art. 6 della legge ligure si legge *"...La Regione promuove e sostiene annualmente, con specifici contributi, una fiera organizzata in collaborazione con le organizzazioni iscritte nell'Elenco regionale di cui all'articolo 3 per la promozione e la vendita dei prodotti del commercio equo e solidale..."*.

¹¹³ All'art. 7 della suddetta legge si prevede che *"...La Regione, al fine di promuovere la conoscenza e la diffusione del commercio equo e solidale, promuove e sostiene annualmente, con specifici contributi, in collaborazione con le organizzazioni iscritte nell'Elenco regionale di cui all'articolo 3, una o più giornate del commercio equo e solidale, quale momento di incontro tra la comunità ligure e la realtà del commercio equo e solidale..."*.

Tale articolo si conclude, poi, con una previsione anch'essa dal valore notevole giacché riproduce quell'intento, sottaciuto nella legge ombra, di stabilire dei criteri di priorità per gli operatori del Cees.

Nel comma 2, infatti, si legge “..*Le misure regionali in materia di incentivi al commercio possono prevedere criteri di priorità a favore delle organizzazioni iscritte nell'Elenco regionale di cui all'articolo 3...*”.

Attraverso tale norma, dunque, si intendono prevedere delle specifiche misure di sostegno per gli esercizi commerciali iscritti nell'elenco, consentendogli di attingere dalla legge per sostenere direttamente la loro attività commerciale e senza che ciò venga inteso, come invece è avvenuto nel caso della legge ombra, come una sorta di pericolosa distorsione della libera concorrenza.

I successivi art. 6 e 7, prevedono, come già si è detto, la realizzazione di specifiche attività di sostegno per le attività del Cees attraverso l'istituzione della fiera e delle giornate del commercio equo, destinando a tali iniziative, secondo quanto previsto nei suddetti articoli, specifici contributi.

Orbene, l'apprezzabilità di un siffatto intervento legislativo rileva soprattutto alla luce di quanto disposto all'interno dell'art. 8, concernente il c.d. “provvedimento attuativo”, stabilendosi attraverso tale previsione che entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, la Giunta regionale, con provvedimento attuativo, provveda ad individuare i requisiti e le modalità di iscrizione nell'Elenco di cui all'articolo 3, unitamente alle ipotesi di sospensione e revoca, nonché le modalità di funzionamento dello stesso, i criteri, le modalità attuative ed i beneficiari degli specifici interventi di cui agli articoli 5, 6 e 7 e le tipologie di intervento da finanziare prioritariamente.

Tale previsione, invero, se non rappresenta una novità in termini di formulazione, in quanto già presente anche in altri interventi legislativi, mostra senza dubbio profili interessanti sul piano pratico dato che il provvedimento attuativo di tale legge è già stato adottato, prevedendo quindi in dettaglio i requisiti e le modalità di iscrizione nell'Elenco di cui all'articolo 3¹¹⁴, nonché le ipotesi di sospensione e revoca¹¹⁵.

¹¹⁴ Nello specifico, all'interno del regolamento attuativo si prevede che l'iscrizione nell'Elenco da parte degli operatori è necessaria affinché questi possano beneficiare dei contributi previsti agli art. 5, 6, 7 della legge. Si precisa, inoltre che l'Elenco Regionale delle Organizzazioni del commercio equo e solidale è tenuto dal Settore Politiche di Sviluppo del commercio e che tale elenco è suddiviso in tre sezioni: SEZIONE I: Enti che rilasciano l'accREDITAMENTO di organizzazione del commercio equo e solidale, e specificatamente IFAT, AGICES e altre organizzazioni (articolo 3, comma 2) lettera a) della l.r. n. 32/2007). SEZIONE II: Organizzazioni del commercio equo e solidale (articolo 3, comma 2) lettera b) della l.r. n. 32/2007). SEZIONE III: Enti che certificano i prodotti del commercio equo e solidale attraverso l'attribuzione di un marchio di garanzia, affiliati a FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) (articolo 3, comma 2) lettera c) della l.r. n. 32/2007). All'interno del suddetto regolamento sono anche indicate le modalità previste per l'iscrizione, disponendosi espressamente che

All'interno del suddetto regolamento attuativo, e precisamente nella sua parte B), sono inoltre indicate le modalità di funzionamento dello stesso, nonché i criteri, le modalità attuative ed i beneficiari degli specifici interventi di cui agli articoli 5, 6 e 7¹¹⁶.

“...Le organizzazioni che intendono iscriversi nell'Elenco devono presentare istanza di iscrizione, in carta semplice, con raccomandata con ricevuta di ritorno a: Regione Liguria – Dipartimento Sviluppo Economico e Politiche dell'Occupazione -Settore Politiche di Sviluppo del Commercio, Via D'Annunzio 113 - 16121 Genova, e che per la domanda deve essere utilizzato il modello allegato, reperibile anche sul sito www.regione.liguria.it, che deve essere compilato in ogni sua parte, sottoscritto ai sensi del D.P.R. 445/2000, dal Legale Rappresentante e al quale devono essere allegati i seguenti documenti: Fotocopia di un documento d'identità in corso di validità del Legale Rappresentante che ha sottoscritto la domanda; Atto costitutivo (redatto nella forma dell'atto pubblico o scrittura privata registrata); Statuto o Regolamento (redatto nella forma dell'atto pubblico o scrittura privata registrata); Bilancio ovvero rendiconto dell'ultimo esercizio regolarmente approvato; Relazione sull'attività svolta...Entro i 30 giorni successivi, verificata la sussistenza dei requisiti, il Dirigente del Settore Politiche di Sviluppo del Commercio dispone l'iscrizione nell'Elenco....qualsiasi variazione ai dati o ai documenti trasmessi deve essere comunicata entro 30 giorni, pena la sospensione dall'Elenco, come previsto al punto 4. Entro il 30 giugno di ogni anno le organizzazioni iscritte trasmettono al Settore il bilancio annuale o il rendiconto e una breve relazione sull'attività svolta nell'anno precedente...”

Specificata e dettagliata è anche la previsione contenuta all'interno del suddetto regolamento e concernente i requisiti necessari ai fini dell'iscrizione nel suddetto elenco.

Si prevede, dunque, che i soggetti che intendano perfezionare l'iscrizione rispettino i criteri, stabiliti dal punto 2 della risoluzione del Parlamento Europeo del 6 giugno 2006 sul commercio equo e solidale e lo sviluppo e condividano gli obiettivi del commercio equo e solidale, i quali devono risultare chiaramente prevalenti nell'oggetto sociale e nell'effettiva attività svolta, chiarendosi altresì che la prevalenza dell'attività sussiste quando almeno il 60% dei ricavi deriva da attività del commercio equo e solidale, fatto salvo l'adeguamento con la normativa nazionale.

Sempre con riguardo all'iscrizione si precisa che *“..Ai sensi dell'articolo 3 comma 2 della legge, per essere iscritti nell'Elenco i soggetti devono avere natura e finalità non lucrativa: le organizzazioni devono essere costituite nelle forme previste dalla legge in modo da garantire la natura non lucrativa dell'ente, aspetto chiaramente specificato nell'atto costitutivo e nello statuto che si concretizza nel divieto di distribuire gli utili o nel rimando alle leggi in materia mutualistica (principi della mutualità prevalente); devono essere organizzati in forma collettiva e democratica: le attività, le scelte e i documenti ufficiali devono essere il frutto di processi decisionali democratici; devono operare in forma stabile sul territorio regionale: l'operatività dei soggetti deve avere come ambito territoriale la regione Liguria attraverso la presenza sul territorio di almeno una sede operativa dotata di struttura organizzativa e attiva da almeno un anno...”*

Stabilendosi inoltre che le organizzazioni che chiedono l'iscrizione nella Sezione I, oltre ai requisiti appena indicati, abbiano *“...70 o più associati con sedi in almeno 10 regioni italiane, fatto salvo l'adeguamento con la normativa nazionale....un sistema di accreditamento codificato, con requisiti di accesso da parte degli associati, e un sistema di verifica degli stessi attraverso un monitoraggio periodico...”* e forniscano *“agli associati una dicitura e un logo che essi possano utilizzare e che rappresenti una tutela per il consumatore”*.

Per le organizzazioni che chiedano invece l'iscrizione nella Sezione II, oltre ai requisiti generali, si richiede che siano *“..in possesso dell'accreditamento di organizzazione del commercio equo e solidale da parte di IFAT o AGICES o di un Ente di cui all'articolo 3, comma 2, lettera a), punto 2) della legge...”* nonché *“...la commercializzare i prodotti e/o i servizi del COMES...”*. Si prevede, infine, che gli enti che certificano i prodotti del commercio equo e solidale attraverso l'attribuzione di un marchio di garanzia e che intendano iscriversi nella Sezione II, oltre ai requisiti generali, l'affiliazione a FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) come previsto all'articolo 3, comma 2, lettera c) della l.r. n. 32/2007.

¹¹⁵ Nel citato regolamento attuativo si legge espressamente che *“La perdita di uno qualsiasi dei requisiti richiesti per l'iscrizione nell'Elenco determina la sospensione temporanea dall'Elenco”* e che *“tale sospensione può avere una durata massima di 60 giorni...se entro tale termine non vengono ripristinati i requisiti necessari, il Settore provvede alla cancellazione dall'Elenco, che comporta la decadenza dai benefici eventualmente ottenuti in assenza dei requisiti medesimi.”* Prevedendosi altresì che *“il Settore può chiedere qualsiasi documento necessario a verificare il rispetto dei requisiti di iscrizione. La reiterata mancanza della presentazione dei documenti richiesti determina la sospensione”*.

¹¹⁶ Più specificamente, al punto B del suddetto regolamento attuativo sono previste varie azioni all'interno delle quali vengono descritti i criteri, le priorità, le modalità attuative ed i beneficiari degli interventi di cui agli artt. 5, 6 e 7 della l.r. 32/07. Per ciò che concerne il sostegno alle iniziative di divulgazione e sensibilizzazione (AZIONE I), si legge che *“affinché il consumatore eserciti un consumo consapevole è necessario che abbia le reali informazioni in merito ai prodotti soprattutto relativamente ai metodi di produzione e commercializzazione. La*

presente misura sostiene pertanto iniziative di divulgazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori. Tali iniziative devono avere lo scopo, non solo di fare conoscere i prodotti del commercio equo e solidale, ma anche di spiegare ai consumatori il funzionamento di un modello commerciale alternativo a quello tradizionale, approfondendo gli aspetti relativi alle condizioni di lavoro nei paesi di origine e alle modalità con cui si costruisce il prezzo fino all'arrivo sui mercati occidentali...". In tal caso i criteri di priorità previsti attengono all'integrazione ed al coordinamento tra soggetti, nel caso quindi di partenariato tra due o più soggetti per l'iniziativa, nonché alla localizzazione diffusa, quando l' iniziativa si replica in una o più sedi. Mentre in relazione al finanziamento ed alle spese ammissibili si legge che "L'azione finanzia il 70% delle spese ammissibili, sostenute dopo la presentazione della domanda. Sono ammissibili le spese relative a: produzione di materiale informativo sull'iniziativa e spese di comunicazione, spese per la localizzazione dell'iniziativa, utilizzo del personale specificatamente impiegato nella realizzazione del progetto, risorse esterne, spese di trasporto del materiale, quota parte delle spese generali valutate nel 10% dei costi totali del progetto".

Per ciò che concerne, invece, l'AZIONE II, vale a dire quella riguardante il sostegno ai progetti educativi nelle scuole, si legge che "L'azione si propone di coinvolgere gli studenti nelle tematiche relative al commercio equo e solidale per evidenziare la responsabilità dei consumatori e delle loro scelte, che possono influenzare le condizioni di persone che vivono nei paesi svantaggiati...sostenendo pertanto i progetti educativi diretti a sensibilizzare in tal senso gli studenti".

Anche in tal caso i criteri di priorità previsti riguardano l'integrazione ed il coordinamento tra soggetti, la localizzazione diffusa e l'uso di una metodologia innovativa e produzione di materiale didattico per gli studenti. Con riferimento al finanziamento ed alle spese ammissibili si prevede che l'azione finanzia il 70% delle spese ammissibili, sostenute dopo la presentazione della domanda, specificando come "ammissibili le spese relative a: produzione di materiale didattico anche con tecnologie innovative (Audio – video), spese per la localizzazione dell'iniziativa, utilizzo del personale specificatamente impiegato nella realizzazione del progetto, risorse esterne, spese di trasporto del materiale, quota parte delle spese generali, valutate nel 10% dei costi totali del progetto".

Sia con riguardo alla I che alla II AZIONE, si prevede altresì che siano ammessi a presentare domanda tutti i soggetti che risultano iscritti nell'Elenco Regionale delle Organizzazioni del commercio equo e solidale. L'AZIONE III, riguarda, invece, la formazione degli operatori. Si tratta, dunque, di un'azione che finanzia le iniziative di formazione finalizzate alla qualificazione dei volontari e dei dipendenti delle organizzazioni ovvero all'inserimento di nuovi operatori. Più nello specifico si legge che "...i corsi di formazione devono riguardare le seguenti aree didattiche: tecnico-gestionale: specificatamente rivolti agli operatori sulle nozioni necessarie per la gestione delle organizzazioni (aspetti legali, contabilità, gestione marketing, etc.)...corsi di formazione su tematiche relative al commercio equo e solidale in generale o, in particolare, su progetti specifici". Per quanto attiene ai criteri di priorità, si fa riferimento anche qui all'integrazione ed al coordinamento tra soggetti, alle iniziative finalizzate all'assunzione di personale, ed al reclutamento di volontari. Mentre con riferimento al finanziamento ed alle spese ammissibili si dispone che "L'azione finanzia il 70% delle spese ammissibili, sostenute dopo la presentazione della domanda. Sono ammissibili i costi sostenuti per: produzione di materiale didattico anche con tecnologie innovative (Audio – video), spese per la localizzazione dell'iniziativa, docenze svolte da personale esterno all'organizzazione che beneficia del corso, utilizzo del personale specificatamente impiegato nella progettazione del corso, quota parte delle spese generali valutate nel 10% dei costi totali del progetto. Anche qui sono ammessi a presentare la domanda tutti i soggetti iscritti nell'Elenco Regionale delle Organizzazioni del commercio equo e solidale. La IV AZIONE, denominata sostegno agli investimenti, ha lo scopo di agevolare le organizzazioni del commercio equo e solidale nella realizzazione degli investimenti relativi esclusivamente allo svolgimento dell'attività di commercio equo e finalizzati alla realizzazione di nuove sedi operative, alla ristrutturazione, potenziamento e ammodernamento delle sedi ed al rinnovamento e aggiornamento tecnologico. In tal caso l'unico criterio di priorità previsto concerne l'integrazione ed il coordinamento tra soggetti, mentre con riferimento alle spese, è prevista una distinzione tra spese ammissibili e spese non ammissibili. Nello specifico si dispone che "Sono ammissibili i costi sostenuti a partire dalla data di approvazione della legge (13 agosto 2007) relativi a: acquisto dell'immobile, esecuzione di interventi di carattere edilizio volti all'ampliamento e/o alla ristrutturazione e/o al restauro delle unità locali, compresi i vani tecnici ed i locali accessori, conformi alle vigenti normative urbanistico – edilizie e regolarmente autorizzati dai competenti organi, progettazione e direzione lavori, oneri per la sicurezza e collaudi, fino ad un valore massimo del 5% dell'importo ammissibile relativo alle opere edili e arredi, acquisto di impianti, attrezzature, dotazioni informatiche ed arredi, di nuova fabbricazione, inventariabili e, strettamente funzionali all'attività, esclusi i mezzi targati per il trasporto di merci e/o persone, salvo quanto previsto al punto 5, automezzi attrezzati esclusivamente per la vendita o per la somministrazione di alimenti e bevande, acquisto di software e relative licenze d'uso, funzionali all'attività; le relative spese devono essere iscritte a libro cespiti ed ammortizzabili in più esercizi.....Non sono ammissibili: imposte di varia natura (bolli, diritti di segreteria, per rilascio autorizzazioni e similari, etc), i consumi per utenze, le opere di sola manutenzione ordinaria, acquisto e realizzazione di beni di consumo (depliant, volantini, biglietti da visita, carta intestata, materiale da confezione) o di scorte, gli acquisti effettuati tramite operazioni di locazione finanziaria". Si prevede altresì, sempre con riferimento alla IV AZIONE,

Sempre all'interno del regolamento attuativo sono poi previste le tipologie di intervento da finanziare prioritariamente¹¹⁷.

un finanziamento e regime d'aiuto pari a al 40% delle spese ammissibili di cui ai punti 2,3,4,5,6, ed al 20% della spesa relativa all'acquisto dell'immobile, di cui al punto 1, il cui valore deve risultare dall'atto notarile, specificandosi che i contributi sono concessi nei limiti del regime "de minimis".

Infine, la V AZIONE concerne la presentazione di progetti per la fiera, le giornate e la creazione del portale regionale del commercio equo e solidale di cui agli artt. 5 lett. e), 6 e 7 della l.r. 32/07. In particolare, nello stabilire che tutti i soggetti iscritti nell'elenco regionale delle organizzazioni del commercio equo e solidale sono ammessi alla presentazione di progetti inerenti le suddette iniziative, si prevedono precise modalità di finanziamento e di presentazione dei progetti. Nello specifico si dispone che *"Il finanziamento è pari al 100% delle spese ammissibili, che dovranno essere sostenute dopo l'approvazione dei relativi progetti...Per i punti 1 e 2(fiera e giornate del Ceas) le spese ammissibili sono solo quelle organizzative, escluse quindi le spese di partecipazione dei vari soggetti....Per il punto 3(creazione sulla rete Internet di un portale regionale) sono ammissibili le spese di creazione del portale e le spese annuali di aggiornamento e gestione del sito....Requisito indispensabile per la presentazione dei progetti è l'integrazione e il coordinamento tra i soggetti iscritti nell'Elenco. Non verranno esaminati progetti presentati e gestiti da singole organizzazioni....Il progetto deve essere illustrato da una relazione tecnica che approfondisce i seguenti aspetti:Soggetti proponenti, Obiettivi e descrizione dell'iniziativa, Piano finanziario, Tempistica"*.

¹¹⁷ A seguire vengono, dunque, definiti i termini e le modalità di presentazione delle domande precisando che con riguardo alla procedura di valutazione delle stesse si farà riferimento al profilo dell'ammissibilità formale attraverso la verifica dei requisiti di ammissibilità previsti dalla legge e dalle presenti modalità attuative ai punti precedenti; e che nel caso di quelle azioni 1-4 le domande ritenute formalmente ammissibili siano sottoposte alla verifica dei criteri di priorità esposti nelle singole azioni, seguendo l'ordine degli stessi, stabilendo che a parità di condizioni, la priorità tra più iniziative sarà determinata dall'ordine cronologico di presentazione delle domande. All'interno del regolamento in questione è altresì presente una dettagliata descrizione delle modalità di erogazione dei contributi. A tal proposito si legge espressamente che *"I contributi saranno erogati secondo le seguenti modalità: 50% a titolo di anticipo, entro 60 giorni dal decreto di concessione del contributo; 50% a saldo ad ultimazione del progetto previa presentazione della seguente documentazione: relazione consuntiva sul progetto, sui risultati ottenuti e sui costi sostenuti; fotocopia delle fatture e degli altri titoli di spesa ammessi nelle diverse azioni, corredate da una dichiarazione resa dal legale rappresentante ai sensi del D.P.R. 445/2000 e ss.mm.ii., contenente l'elenco dettagliato riepilogativo delle fatture, nel quale deve essere attestata la conformità delle copie delle fatture agli originali, la regolarità fiscale, e deve essere dichiarato che la documentazione prodotta si riferisce a spese sostenute unicamente per la realizzazione dell'iniziativa finanziata e a fatture pagate a saldo senza che sulle stesse siano stati praticati sconti e abbuoni...Il contributo, fermo restando il limite massimo concesso, potrà essere rideterminato sulla base delle spese effettivamente rendicontate"*.

Vengono, dunque, descritti gli obblighi del beneficiario consistenti nella realizzazione puntuale e completa delle iniziative finanziate in conformità alle finalità dichiarate; nella comunicazione alla Regione Liguria di eventuali variazioni o modifiche sostanziali dei contenuti degli interventi finanziati; specificandosi a tal riguardo che sono ammesse variazioni o modifiche sostanziali nel limite massimo del 20% delle singole voci di spesa ammessa, purché si resti entro il limite massimo della somma complessiva dichiarata ammissibile a finanziamento, e purché le modifiche non alterino le finalità dell'intervento. Tra gli altri obblighi del beneficiario, si individuano altresì quello di conservare a disposizione della Regione Liguria, per un periodo di cinque anni, a decorrere dalla data di completamento delle iniziative finanziate, la documentazione originale di spesa; quello, per l'azione 4, di non trasferire la proprietà o la disponibilità a qualsiasi titolo dei beni oggetto dell'investimento per la durata di cinque anni dalla data di completamento dell'investimento; nel caso di proprietà di immobili, non modificare la destinazione d'uso per 10 anni.; e quello infine di comunicare tempestivamente la rinuncia all'esecuzione dei progetti.

Sono, altresì indicati, a conclusione, i casi di revoca e di rinuncia, disponendosi a tal riguardo che *"La revoca totale dell'agevolazione ed il conseguente recupero delle somme eventualmente già erogate, compresi gli interessi legali dal momento dell'erogazione a quello della restituzione, è prevista nei seguenti casi: a) perdita dei requisiti previsti per l'iscrizione e successiva cancellazione dall'Elenco regionale delle organizzazioni del commercio equo e solidale, in riferimento al finanziamento in corso; b) sottoscrizione di dichiarazioni mendaci e produzione di documenti falsi...nel caso in cui il richiedente non abbia osservato quanto disposto al punto 5 sub 4, si effettua una revoca parziale o totale dell'agevolazione concessa, secondo le seguenti modalità...si procede alla revoca parziale dell'agevolazione, proporzionalmente all'importo dei beni distolti, nel caso in cui sia salvaguardata la funzionalità della parte restante dell'intervento finanziato e i suddetti trasferimenti o modifiche siano stati dichiarati spontaneamente dal beneficiario, entro 10 giorni...si procede ad una revoca totale del contributo nel caso in cui i trasferimenti o le modifiche siano emersi solo a seguito di sopralluoghi o controlli effettuati da*

Interessante anche la previsione di cui al successivo articolo 9 nella misura in cui si prevede che tutte le agevolazioni indicate attraverso la legge vengano concesse in conformità alla normativa comunitaria in materia di aiuti di Stato, ciò che lascia intendere, pur nella sinteticità della sua elaborazione, un chiaro riferimento a quanto previsto dallo Stato e dunque una implicita subordinazione ai dettami dello stesso.

La legge si conclude con una previsione concernente la norma finanziaria, la quale mostra, sulla scorta della legge umbra, la volontà di porre in essere un sostegno concreto per le attività di commercio equo specificando che agli oneri derivanti dall'attuazione della legge si provvederà mediante "...a) prelevamento di euro 200.000,00 in termini di competenza e di cassa dall'U.P.B. 18.107 "Fondo speciale di parte corrente" e contestuale iscrizione di euro 200.000,00 in termini di competenza e di cassa all'U.P.B. 15.102 "Interventi per lo sviluppo del Commercio" dello stato di previsione della spesa del bilancio per l'anno finanziario 2007; b) prelevamento di euro 100.000,00 in termini di competenza e di cassa dall'U.P.B. 18.207 "Fondo speciale di conto capitale" e contestuale iscrizione di euro 100.000,00 in termini di competenza e di cassa all'U.P.B. 15.202 "Interventi per lo sviluppo del Commercio" dello stato di previsione della spesa del bilancio per l'anno finanziario 2007..”.

funzionari regionali...il soggetto che intenda rinunciare all'esecuzione totale o parziale dell'intervento o al finanziamento deve comunicarlo immediatamente alla Regione Liguria a mezzo lettera raccomandata. In tal caso le somme già erogate devono essere restituite entro 30 giorni gravate degli interessi legali. Analogo rimborso deve essere effettuato in caso di cessazione definitiva, a qualsiasi titolo, dell'attività dell'organizzazione....per gli interventi non ultimati, per qualsiasi motivo, ma risultanti funzionali alle finalità del progetto, potrà essere erogato un contributo rideterminato proporzionalmente all'iniziativa realizzata”.

A chiusura del predetto regolamento attuativo sono poste le disposizioni transitorie all'interno delle quali si legge “.. Per il primo anno di applicazione della legge, per poter presentare domanda di contributo per gli interventi di cui al presente bando , è sufficiente aver presentato istanza di iscrizione nell'Elenco, fermo restando che la concessione del contributo è comunque subordinata all'avvenuta iscrizione nell'Elenco medesimo...”.

3.7 La recente legge della Regione Marche del 29 aprile 2008 n. 8 (alla luce della mozione n.10 del 1995)

L'ultima Regione intervenuta (almeno per il momento!) a dettare una normativa specifica nel settore del commercio equo e solidale è la Regione Marche¹¹⁸.

A ben vedere l'intenzione di pervenire all'elaborazione di una legge *ad hoc* nel settore era stata già anticipata da una precedente mozione, presentata nell'ambito della stessa Regione e dai profili assai significativi. Allo scopo di tracciare, anche con riferimento a tale ambito regionale, un quadro preciso in ordine agli interventi posti in essere in tema, risulterà dunque utile un breve cenno ai contenuti della suddetta mozione, la quale riveste tra l'altro un particolare rilievo con riguardo al contesto relativo alla sua emanazione.

Il valore di tale mozione, infatti, n. 10 del 1995 dal titolo "*Sul commercio equo e solidale tra Nord e Sud*"¹¹⁹, è senza dubbio notevole considerato che la stessa risulta il primo intervento posto in essere in materia di commercio equo, a livello regionale, e dunque il primo segnale di fronte alla Risoluzione del Parlamento europeo del 1994 in tema.

La lettura di quanto esposto nella citata mozione può essere senz'altro utile in tal senso a comprendere l'attenzione dedicata al fenomeno e l'interesse che la stessa mostra per le iniziative del Cees e merita di essere intesa e valorizzata soprattutto alla luce del dato temporale cui fa riferimento.

All'interno di tale mozione, espressa da un piccolo gruppo di consiglieri¹²⁰, viene innanzitutto fatto esplicito riferimento alla suddetta Risoluzione Parlamentare n. PE 178.921 del 19 gennaio del 1994, in relazione alla quale vengono illustrate le problematiche concernenti lo squilibrio delle relazioni commerciali e la situazione di povertà di molte aree del pianeta; espressamente si legge "*....si prende consapevolezza che le relazioni commerciali inique rappresentano un fattore determinante dello squilibrio strutturale tra il Nord e il Sud del pianeta, che un numero sempre maggiore di cittadini è disposto anche a sacrifici personali per cercare di porvi rimedio e che a questo fine sono già esistenti, negli Stati membri della Comunità e in altri Paesi europei, numerose organizzazioni che non puntano solo al profitto e associazioni internazionali che mirano a favorire il commercio equo e solidale tra Nord e Sud e che in Europa e nell'emisfero meridionale esistono già centinaia di imprese e cooperative il cui obiettivo è la produzione e la commercializzazione di prodotti in condizioni socialmente ed ecologicamente più sostenibili....*".

¹¹⁸ Pubblicata nel B.U.R. Marche, n. 44 del 30 aprile 2008.

¹¹⁹ Pubblicata sul B.U.R. Marche, n. 82 del 9 novembre 1995 (seduta Antimeridiana del 17 ottobre 1995, n. 13).

¹²⁰ Meschini, Brachetta, Secchiamoli, Spacca, Carassi, Donini e Amati.

In particolare, partendo dal presupposto che negli ultimi anni si sono registrati numerosi fallimenti in relazione a quei progetti di aiuto allo sviluppo, e che da più parti si propone la creazione di mercati cc.dd. *“community and people friendly”*, vale a dire più vicini alla gente, si riconosce esplicitamente, all’interno della suddetta mozione, il valore del Cees, quale nuovo modo di intendere la cooperazione socialmente ed ecologicamente sostenibile tra Nord e Sud¹²¹.

Nella mozione si fa pure riferimento a numerose organizzazioni di volontariato che si occupano di Cees, nonché all’attività svolta in tale settore dalle Botteghe, collegate tra loro tramite una cooperativa, c.d. *“Mondo Solidale”*, a voler segnalare, in maniera evidente, la diffusione del movimento all’interno della regione e la condivisione di intenti.

Tale mozione, nella sua pur breve estensione, esprime comunque un’importante presa di coscienza dell’esistenza del fenomeno, maggiormente evidenziabile attraverso la lettura della parte conclusiva.

Poste, dunque, le premesse di cui sopra, e in accoglimento della più volte citata Risoluzione del Parlamento europeo del 1994, la mozione esprime un chiaro impegno, nell’ambito della propria competenza, a porre in essere tutte le azioni di sostegno indicate nella stessa, riconoscendo nel commercio equo *“.....uno strumento fondamentale per lo sviluppo dei Paesi poveri...ed un contributo importante anche per la soluzione dei problemi legati all’emigrazione dei Paesi del Sud del Mondo verso quelli del Nord”*.

Al fine di rendere effettivamente concreti e realizzabili i suddetti impegni *“..il Consiglio.....impegna la Giunta a tenere in considerazione la particolarità di questo tipo di commercio favorendone lo sviluppo anche attraverso l’individuazione di forme di finanziamento finalizzate sia per l’apertura di nuovi centri di vendita che per attività promozionale, commerciale e culturale”* esprimendo, dunque, il proprio impegno formale ad incentivare e sostenere le attività di commercio equo attraverso la ricerca di varie forme di interventi (fiscale, economico, di formazione..).

Tali premesse appaiono senza dubbio significative e consentono di inquadrare la recente legge regionale, n. 8/08, come un *continuum* rispetto ai citati intenti.

¹²¹ In particolare al punto 2 della mozione si legge *“...viene considerato che negli ultimi decenni numerosi progetti di aiuto allo sviluppo hanno disatteso le aspettative sociali ed economiche e non sono riusciti a risanare disoccupazione e povertà, danni sociali ed ecologici e indebitamento e che le proposte della quarta relazione annuale 1993 dell’UNDP (United Nations Development Program – Programma di sviluppo dell’ONU) hanno espressamente suggerito la creazione di mercati vicini alla comunità...vengono raggiunti i risultati positivi raggiunti da diversi movimenti a favore di un commercio equo e solidale che, seppure in forma ancora pionieristica, è divenuto una parte essenziale di un nuovo modo di intendere una cooperazione socialmente ed ecologicamente sostenibile tra Nord e Sud...”*.

Chiarito, dunque, il contesto nonché il percorso all'interno del quale si inserisce tale ultimo intervento, occorre ora soffermarsi sui contenuti della citata legge regionale, i quali offrono un'ulteriore conferma della necessità, avvertita anche in questa Regione, di procedere ad una precisa regolamentazione della materia, nonché una precisa volontà di volersi ispirare allo schema legislativo elaborato su scala nazionale.

L'analisi della struttura del presente intervento, nonché delle singole norme, mostra in effetti, già ad una prima lettura, l'esistenza di una forte similitudine rispetto al suddetto disegno di legge nazionale, di cui si ripropongono definizioni e strumenti.

E' il caso, ad esempio, dell'art. 2, concernente la definizione di commercio equo e solidale. Tale articolo, infatti, riproduce espressamente il disposto dell'art. 2 della proposta nazionale, laddove si configura il Cees come *"...una attività di cooperazione economica e sociale, svolta con produttori di beni o di servizi di aree economicamente svantaggiate dei Paesi in via di sviluppo organizzati in forma collettiva, allo scopo di consentire, accompagnare e migliorare il loro accesso al mercato..."*; identica pure la formulazione relativa ai requisiti richiesti in ordine all'esercizio della suddetta attività, discorrendosi, a tal proposito, di un prezzo equo, di misure a carico del committente per il graduale miglioramento della qualità del prodotto o del servizio realizzati dal produttore o dei suoi processi produttivi, di progressivo miglioramento degli standard ambientali della produzione, di trasparenza della filiera anche nei confronti dei terzi, di obbligo del produttore di garantire condizioni di lavoro sicure, nel rispetto delle normative stabilite dall'Organizzazione internazionale del lavoro, nonché prevedendo che la proposta contrattuale del committente sia accompagnata dall'offerta del pagamento di una parte rilevante del prezzo al momento dell'ordine e che nel caso in cui il produttore rinunci a tale offerta, l'accordo di cui al comma 1 deve darne espressivamente atto, indicandone i motivi.

I rilievi appena esposti, concernenti l'evidente parallelismo tra la legge in commento e i dettami regionali, sono pure confermati dai successivi articoli, i quali sia con riferimento all'identificazione delle organizzazioni di commercio equo e solidale che con riferimento ai prodotti ed agli interventi di sostegno e promozione nel settore mostrano una chiara condivisione di intenti.

Particolarmente interessante risulta, invece, il contenuto dell'art. 5, comma 3, laddove si dispone che *"...Tra i soggetti iscritti al registro di cui al comma 1 è riconosciuta la denominazione di "Bottega del mondo" a quelli che effettuano la vendita al dettaglio di beni che, almeno per l'80 per cento, sono prodotti del commercio equo e solidale..."*.

Tale previsione, la quale non compare espressamente in alcuna altra legge regionale, sembra in verità richiamare quanto previsto dall'art. 26 della legge regionale del Friuli Venezia

Giulia, in cui si fa menzione della suddetta denominazione, prevedendosi, al pari di quanto si legge nella presente legge, il riconoscimento di tale dicitura per quei soggetti che effettuino la vendita al dettaglio di beni, i quali siano, almeno per l'80%, prodotti del commercio equo e solidale.

Tuttavia se nel citato art. 26 si dispone che il conferimento di tale denominazione avvenga con decreto del Direttore centrale delle attività produttive, previa verifica dei requisiti previsti, la previsione di cui all'art. 5 della presente legge demanda tale conferimento alla Giunta Regionale la quale *"...previo parere della competente commissione consiliare, determina i criteri e le procedure per l'iscrizione nel registro di cui al comma 1, nonché le modalità per il riconoscimento della denominazione di "Bottega del mondo" di cui al comma 3"*.

Se i profili di similitudine anzi evidenziati hanno mostrato interessanti connessioni sia rispetto alla proposta di legge nazionale sia pure rispetto al contenuto dell'art. 26 della legge del Friuli Venezia Giulia, altrettanto degna di nota, appare la previsione di cui all'art. 9, c.d. "Clausola valutativa", la quale risulta, in realtà, quasi identica alla previsione di cui all'art. 10 della legge umbra, concernente l'attività di monitoraggio e controllo nel settore.

Anche tale norma, infatti, contiene una interessante previsione circa il monitoraggio degli interventi di promozione e sostegno in materia. In particolare si legge *" Trascorsi due anni dall'entrata in vigore della presente legge e con cadenza almeno biennale la Giunta regionale presenta al Consiglio regionale una relazione sullo stato di attuazione degli interventi di promozione e sostegno del commercio equo e solidale che contenga risposte documentate ai seguenti quesiti: a) le iniziative attivate dalla Regione ai sensi dell'articolo 6, comma 1, lettere a), b) e d); b) la tipologia e l'entità dei contributi concessi ai sensi dell'articolo 6, comma 2, nonché l'indicazione dei soggetti beneficiari; c) in che misura i finanziamenti concessi ai sensi dell'articolo 6, comma 2, hanno inciso sullo sviluppo della rete del commercio equo e solidale nel territorio marchigiano; d) qual è stato l'andamento del mercato dei prodotti del commercio equo e solidale sotto l'aspetto temporale, anche in relazione alla differente tipologia dell'offerta; e) le eventuali criticità riscontrate nell'attuazione della legge"*.

Ma l'intento di rivestire di connotati concreti ed efficienti la presente legge, si evince in maniera chiara pure dalla previsione della spesa finalizzata all'attuazione degli interventi nel settore. L'art. 10, infatti, intitolato "Disposizioni finanziarie", risulta molto specifico a riguardo e, sebbene non si rinvenga nella legge alcun espresso richiamo al provvedimento attuativo, le previsioni in esso contenute risultano comunque più che apprezzabili. Si dispone, infatti, che *"...Per l'attuazione degli interventi previsti dalla presente legge è autorizzata per l'anno 2008 la spesa di euro 50.000,00.... Per gli anni successivi l'entità della spesa sarà stabilita con le*

rispettive leggi finanziarie nel rispetto degli equilibri di bilancio.... Alla copertura delle spese autorizzate dal comma 1 si provvede mediante impiego, ai sensi dell'articolo 24, comma 2, della legge regionale 11 dicembre 2001, n.31 (Ordinamento contabile della Regione Marche e strumenti di programmazione), di quota parte delle somme iscritte nell'UPB 2.08.01 "Fondi globali di parte corrente", partita 4, del bilancio di previsione per l'anno 2007..... Le somme occorrenti per il pagamento delle spese autorizzate dal comma 1 sono iscritte nell'UPB 5.29.09, "Terzo settore", a carico del capitolo che la Giunta regionale istituisce ai fini della gestione nel Programma operativo annuale (POA) dell'anno 2008.....Gli stanziamenti di competenza e di cassa dell'UPB 2.08.01 del bilancio di previsione dell'anno 2007 sono ridotti di euro 50.000,00".

Anche l'impianto legislativo predisposto dalla Regione Marche sembra, dunque, ispirarsi a grandi linee al recente disegno di legge elaborato a livello nazionale, richiamandone, come s'accennava, contenuti e forme. Tale atteggiamento, al di là delle proprie peculiarità, mostra nel suo insieme l'intenzione di riconoscere una precisa rilevanza allo schema predisposto a livello statale in materia, evidenziandosi, anche in questo caso, la precisa volontà di orientare gli interventi regionali sulla via definita a livello nazionale.

3.8 I progetti di legge in corso di elaborazione su scala regionale

3.8 a) Il progetto di legge della Regione Lombardia (n. 128/06)

A parte gli interventi legislativi fin ora esaminati, concernenti vere e proprie leggi in tema di commercio equo, sussistono, all'interno del panorama regionale numerose altre proposte elaborate con riferimento a tale settore, dalla lettura delle quali è possibile cogliere una ulteriore riprova dell'impegno profuso in tale direzione.

Tali proposte, non ancora tradotte in leggi e costituenti allo stato progetti in corso di elaborazione ed approvazione, testimoniano la precisa volontà di dare vita, anche in altre regioni, a delle vere e proprie leggi sul Cees.

L'analisi di tali progetti di legge risulterà perciò interessante e consentirà di cogliere ulteriori spunti di riflessione in tale contesto; in particolare l'attenzione si concentrerà sulle proposte elaborate nella Regione Lombardia, nella Regione Piemonte e nella Regione Veneto.

Con riferimento alla Regione Lombardia, vale anzitutto la pena di notare che l'impegno profuso in tale direzione è stato certamente notevole dato che consta di due differenti progetti, l'uno risalente all'anno 2005 e l'ultimo risalente, invece, al 2006.

Nel primo progetto n.117/05, redatto dal partito della Margherita¹²², dal titolo *“Interventi in favore dello sviluppo della rete del commercio equo e solidale in Lombardia”* si riconosce il ruolo del Cees *“...nella creazione di un'economia solidale, in particolare nel miglioramento dell'accesso al mercato dei produttori svantaggiati dei Paesi del Sud del Mondo; nell'approccio alternativo al commercio convenzionale finalizzato all'estensione della giustizia ed equità sociale ed economica, dello sviluppo sostenibile ed eco-compatibile, e dei sistemi di partecipazione consapevole; nella diffusione di scambi basati sul rispetto delle persone e, soprattutto, della loro dignità; nel sostegno alle forme di microcredito, alla finanza etica e alla cooperazione sociale”*.

Tuttavia si lascia alla Regione il compito di determinare i criteri per distinguere i prodotti del commercio equo, ma nulla di più.

Tra i punti più salienti di tale prima proposta è possibile sottolineare la previsione contenuta nell'art. 4, laddove si decreta l'istituzione del *“coordinamento regionale della rete del commercio equo e solidale”* per il sostegno alle attività del Cees, nonché la previsione

¹²² E precisamente presentato su iniziativa dei Consiglieri Gaffuri, Prina, Fabrizio, Adamoli, Spreafico, Bonfanti e Galperti

contenuta all'interno del successivo articolo 5 concernente invece l'iscrizione all'Albo¹²³, laddove si demanda, anche in questo caso alla Regione, la scelta dei criteri e dei requisiti richiesti per l'iscrizione, nonché la scelta concernente le modalità di gestione e di funzionamento dell'Albo.

Il documento presentato invece nell'anno successivo, a cura del partito dei Verdi¹²⁴, sembra essere più preciso. Tale documento n. 128/06, dal titolo "*Interventi regionali a favore del commercio equo e solidale*", specifica innanzitutto, all'interno della relazione introduttiva, gli obiettivi e le finalità sottese al progetto, vale a dire offrire un sostegno concreto al movimento equo e solidale, sia in quanto importante realtà associativa e di volontariato lombarda, sia in quanto forma di cooperazione internazionale a favore dei Paesi del Sud del mondo¹²⁵.

In particolare, dalla lettura di tali considerazioni introduttive è altresì possibile cogliere l'attenzione rivolta al fenomeno e la precisa intenzione di sostenere tali attività soprattutto alla luce della consapevolezza che si tratta di realtà effettivamente esistenti e caratterizzanti il territorio lombardo. Nella suddetta relazione, infatti, si legge "*Dai dati del rapporto Eurispes 2002 risultavano in Italia circa 400 botteghe di cui 264 al Nord, la metà delle quali concentrata in Lombardia. Delle 10 centrali d'importazione italiana, una ha sede in Lombardia. Essendo il C.E.S. un fenomeno in larga crescita, su cui non esistono dati precisi, ma che, viste le forti valenze etiche, necessita un monitoraggio costante, il presente progetto di legge si propone di creare un Albo regionale del commercio equo, che raggruppi le botteghe e le associazioni che rispondono a precisi standard. Il PDL in oggetto incoraggia inoltre il potenziamento delle botteghe esistenti e la nascita di altre e favorisce il loro coinvolgimento nella società civile, sociale ed economica della Lombardia*".

¹²³ Tale iscrizione all'Albo viene peraltro intesa come la *conditio sine qua non* per ottenere contributi regionali, e stipulare convenzioni per la vendita dei prodotti con gli enti locali, le aziende sanitarie.

¹²⁴ Si ricorda, in particolare, che il presente progetto è stato presentato su iniziativa dei consiglieri Marcello Spaonaro e Carlo Monguzzi, entrambi del partito dei Verdi.

¹²⁵ Nella relazione introduttiva si legge espressamente che "*Per commercio equo e solidale (C.E.S.) si intende una forma di commercio alternativa alle logiche di profitto ad ogni costo e di disuguaglianza che informano gli scambi commerciali con il Sud del mondo. Il commercio equo e solidale si caratterizza infatti per la centralità e la trasparenza delle relazioni tra produttore, distributore, commerciante e consumatore finale. I progetti di commercio equo e solidale favoriscono un giusto riconoscimento al lavoro dei contadini e degli artigiani del Sud del mondo che, riuniti in cooperative, riescono a finanziare scuole, ambulatori e ulteriori progetti con i proventi del loro lavoro. Le agenzie importatrici dal canto loro si impegnano a pagare prezzi fissi prestabiliti, e spesso anticipano il denaro per garantire la continuità dei progetti collaterali. Le botteghe del mondo (così vengono chiamati i negozi che vendono esclusivamente o principalmente prodotti del C.E.S.) si caratterizzano per il loro essere prevalentemente basati sul lavoro volontario, e per essere luoghi in cui il consumatore ritrova la propria consapevolezza di cittadino del mondo. Oltre a garantire qualità, rispetto dell'uomo e dell'ambiente per i suoi prodotti, il commercio equo e solidale è infatti un canale privilegiato per avvicinarsi alla cooperazione internazionale, all'associazionismo locale, così come alla finanza etica, al microcredito e in generale ad uno stile di consumo sobrio e critico*".

Passando, ora, all'analisi del testo della proposta, è interessante notare, già dalla lettura dell'art. 1, concernente le finalità del progetto, l'impegno assunto dalla Regione Lombardia, la quale, *“in coerenza con i principi e i dettati internazionali e costituzionali e con la legge regionale n. 20 del 5 giugno 1989, riconosce il valore sociale e culturale del commercio equo e solidale quale forma di cooperazione volta a realizzare scambi commerciali con produttori di Paesi impoveriti che valorizzano produzioni, tradizioni e culture autoctone....”*. La Regione, si legge *“per concorrere alla promozione e alla diffusione della cultura del commercio equo e solidale favorisce e sostiene la partecipazione della società lombarda ai progetti e agli interventi previsti dalla presente legge”*.

L'art. 2, è volto invece a fornire una definizione di commercio equo; tuttavia, al di là del tentativo senz'altro apprezzabile di delineare i contorni di tale fenomeno, non si può non evidenziare il carattere succinto e riduttivo di una simile definizione, peraltro molto simile a quanto già previsto all'interno della Carta Italiana dei Criteri¹²⁶.

Più peculiare, invece, risulta la descrizione concernente le tipologie di intervento, previste all'art. 3 e riguardanti l'impegno della Regione, per il conseguimento delle finalità di cui all'articolo 1.

Nel descrivere, dunque, le attività finanziabili si elencano iniziative culturali e azioni di sensibilizzazione, iniziative di formazione, promosse anche a livello scolastico, iniziative nel campo della cooperazione, nonché investimenti in infrastrutture per le botteghe e le organizzazioni iscritte all'Albo e fondi di garanzia per linee di credito, promossi da banca o soggetti autorizzati che perseguano una finanza etica o di solidarietà a favore di progetti promossi da botteghe del mondo.

Vengono altresì previste, sempre nell'ambito delle attività finanziabili, fino al quindici per cento dei maggiori costi conseguenti all'inserimento dei prodotti del commercio equo all'interno dei bandi per la fornitura delle mense scolastiche, così come nella ristorazione collettiva pubblica, nei centri automatici di distribuzione e bar interni, e ancora attività di consulenza legale e valorizzazione sul mercato dei prodotti del commercio equo, fiere periodiche del commercio equo, fino al cinquanta per cento dei costi sostenuti da istituti scolastici per interventi sul Ceas, rivolti ai propri allievi, ma anche al corpo docente e realizzati da soggetti iscritti all'Albo, e fino al cinquanta per cento degli oneri sociali relativi al personale (dipendenti, soci lavoratori o altre forme di lavoro previste dalle vigenti leggi) per un massimo

¹²⁶ All'art. 2 espressamente si legge *“Il commercio equo e solidale è un approccio alternativo al commercio convenzionale; esso promuove giustizia sociale ed economica, sviluppo sostenibile, rispetto per le persone e per l'ambiente, per la crescita della cultura del consumo responsabile. Si qualifica per la relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione: produttori, lavoratori, importatori e consumatori, botteghe del mondo senza scopo di lucro”*.

di 1.500 euro/anno per bottega del mondo e per un periodo non superiore a cinque anni per addetto.

Dunque, anche con riferimento alle iniziative enunciate e realizzabili nella Regione Lombardia a favore del Cees, non si può non menzionare una interessante condivisione di intenti con riguardo al resto del panorama regionale ed agli interventi precedentemente analizzati, posto che pure qui compaiono i riferimenti alle iniziative di sensibilizzazione e di formazione promosse anche a livello scolastico, nell'ottica di una migliore educazione a questo tipo di scelte, nonché l'inserimento nei bandi di specifici criteri di priorità per i prodotti di commercio equo per la fornitura di mense scolastiche, così come nella ristorazione collettiva pubblica, nei centri automatici di distribuzione e bar interni e ancora attività di consulenza legale e valorizzazione sul mercato dei prodotti del commercio equo, fiere periodiche e giornate dedicate al tema.

Altrettanto interessante risulta l'istituzione dell'Albo regionale degli operatori del Cees, di cui si discorre all'art. 5, nella misura in cui consente l'adesione agli enti che promuovono iniziative per lo sviluppo del Cees, aventi una rappresentanza sociale a livello regionale ed un'organizzazione decentrata sul territorio in almeno tre province della Lombardia; ed ai soggetti che promuovono prevalentemente prodotti equo solidali. Nel corso di tale articolo sono poi descritti i requisiti che gli iscritti devono possedere, vale a dire, un fatturato che provenga per almeno il settanta per cento dalla vendita di prodotti equo solidali, non avere fini di lucro, e caratterizzarsi per una struttura sociale a base democratica e aperta, aderire, infine, alla Carta Italiana dei Criteri del Cees ed essere iscritti all'*Agices*.

Si noti, in tal senso, la sorprendente somiglianza che intercorre tra il contenuto di tale articolo e la previsione di cui agli art. 7 ed 8 della proposta di legge elaborata su scala nazionale; pare, infatti, che nonostante l'intervento nazionale sia più specifico e dettagliato, si possano comunque rinvenire, in tale sede, in germe, dei caratteri di forte similitudine.

Proseguendo nell'analisi del presente progetto di legge, appare altrettanto interessante sottolineare i contenuti di cui all'art.6, relativi ai progetti di commercio equo ed alla loro incidenza sull'essere umano. In realtà tali riferimenti, presenti all'interno della suddetta previsione, assumono particolare rilievo se si considera il fortissimo nesso che accomuna le finalità del Cees e l'esplicazione della personalità dell'individuo. L'evidenza di questo legame, semplicemente accennato nelle altre leggi precedenti - in cui il riferimento al valore del Cees ed alla sua importanza in termini di rispetto per le persone e per la dignità umana non viene ulteriormente approfondito - emerge invece in questa sede, e nello specifico in questo articolo, con maggiore incisività. Si legge espressamente *"I progetti di commercio equo solidale*

promuovono lo sviluppo umano attraverso: a) l'ampliamento delle opportunità di scelta di ciascun individuo attraverso un processo di sviluppo che sia sostenibile, che garantisca, cioè, almeno le stesse opportunità di scelta per le generazioni future; b) la valorizzazione, e il potenziamento, delle capacità di ciascuna persona come artefice, prima ancora che beneficiaria, del processo di sviluppo; c) l'integrazione delle azioni di promozione della crescita economica con azioni di riequilibrio sociale e culturale, nel rispetto delle differenze tra i popoli e le culture; d) la promozione delle pari opportunità tra uomo e donna e, della libera e democratica partecipazione alla vita pubblica della comunità.....I progetti hanno come destinatari attivi nel Sud del Mondo le popolazioni interessate, che sono direttamente coinvolte nella produzione dei beni nonché iniziative culturali, di educazione e formazione allo sviluppo compatibile anche nel Nord del Mondo.... I progetti si integrano altresì con i programmi di sviluppo e di lotta all'esclusione sociale sul territorio regionale”.

Il valore di questa previsione è davvero significativo giacché consente di spiegare per un verso quali siano i valori ed i principi che fanno sì che un commercio possa dirsi equo e solidale e per un altro verso come attraverso la pratica di tali valori si possano recuperare i diritti sociali ma in una dimensione più ampia il valore stesso della dignità umana. L'intervento legislativo proposto, dunque, in questa sede, oltre a descrivere il fenomeno del Cees, e a tentare di fornire una riorganizzazione legislativa a riguardo, compie una ulteriore e senz'altro considerevole operazione, vale a dire, spiega il valore delle attività e dei progetti di commercio equo alla luce della persona umana, sottolineando la necessità di integrare le attività di promozione della crescita economica con altrettanto necessarie azioni di riequilibrio sociale e culturale, evidenziando, in tal modo, il fatto di non poter prescindere dalla persona umana nella considerazione dei bisogni di riequilibrio del sistema economico¹²⁷.

Il valore dei progetti cui si è fin ora accennato viene ulteriormente ribadito all'interno dei successivi articoli, dalla lettura dei quali è dato evincere le modalità di presentazione di tali progetti, le modalità di valutazione¹²⁸, e quanto disposto a proposito dell'ammissione al patrocinio o cofinanziamento regionale¹²⁹. Il progetto si conclude, infine, con l'indicazione

¹²⁷ Tali rilievi saranno oggetto di specifica trattazione nel corso della ricerca e verranno particolarmente approfonditi nella parte dedicata ai contratti del Cees, anche attraverso l'analisi di alcuni casi studio.

¹²⁸ All'art. 7 si legge che “Le organizzazioni iscritte all'Albo di cui all'articolo 6, in seguito all'emanazione di un apposito bando, presentano all'assessorato competente i propri progetti, corredati da una relazione particolareggiata sull'intervento, dall'indicazione dei soggetti coinvolti, da un piano finanziario dettagliato e dall'indicazione dei tempi di realizzazione previsti e dei finanziamenti disponibili... L'Assessore competente trasmetterà, entro quindici giorni, il prospetto dei progetti alla competente Commissione consiliare che, nei quindici giorni successivi, esprimerà il proprio parere sui progetti da ammettere al cofinanziamento regionale, in armonia con la legge regionale 5 giugno 1989, n° 20”.

¹²⁹ L'art. 8 a tal proposito dispone “La Giunta regionale, nei trenta giorni successivi al ricevimento del parere di cui all'articolo 7, comma 3, delibera: a) quale quota del capitolo di spesa definito in sede di Bilancio va a

degli obblighi gravanti in capo ai beneficiari dei contributi, prevedendo che questi, nel termine dei trenta giorni successivi alla conclusione del progetto, presentino alla Giunta regionale una relazione finale corredata della rendicontazione finanziaria, in cui sia evidenziato il raggiungimento degli obiettivi fissati.

Le ultime due previsioni riguardano poi la norma transitoria e quella finanziaria.

Si stabilisce, dunque, che in fase di attuazione della legge vengano riconosciuti, alle associazioni e alle botteghe che documentino di essere operativi da almeno tre anni e che siano in possesso dei requisiti richiesti, i diritti conseguenti all'iscrizione all'Albo.

Particolarmente significativa la previsione contenuta nell'art. 11, laddove si dispone che *“Per le finalità di cui alla presente legge è autorizzata, per l'anno 2006, la spesa di euro 2.500.000 da iscrivere, in termini di competenza e di cassa, al capitolo di nuova istituzione nel bilancio 2006, denominato: Spese per contributi ad investimenti e al cofinanziamento di progetti di cooperazione allo sviluppo tramite commercio equo solidale”*. Tale previsione, si pone senz'altro nella stessa ottica rispetto a quanto stabilito dalla Regione Umbria e dalla Regione Liguria in tema. Le citate leggi, infatti, al pari del presente progetto, lungi dall'apparire “leggi-manifesto”, hanno stanziato somme cospicue, oltre che effettive a favore delle predette attività eque solidali, segnalando dunque un impegno concreto e reale nei confronti di tale fenomeno. Anche tale progetto, quindi, seppur non ancora tradotto in legge, sembra orientarsi nello stesso senso.

3.8 b) I progetti di legge della Regione Piemonte

Anche con riferimento alla Regione Piemonte, risulta possibile sottolineare un notevole impegno profuso in tema di commercio equo. Negli ultimi anni, e precisamente sia nel 2006 che

contributo per investimenti nella misura massima del cinquanta per cento, e la quota a fondo garanzia per linee di credito di banca etica o soggetti autorizzati di cui all'articolo 3 lettera e); b) quali progetti ammettere al patrocinio regionale; c) quali progetti ammettere al cofinanziamento regionale; d) quale contributo ai fondi garanzia ai sensi dell'articolo 3 lettera e). Il cofinanziamento regionale non può in ogni caso eccedere la quota del quaranta per cento del costo complessivo preventivato del progetto. In sede di assegnazione del contributo la Giunta regionale indica il termine entro cui il progetto stesso deve essere realizzato, disponendo l'erogazione di una prima quota non inferiore al cinquanta per cento del contributo assegnato. L'erogazione della quota residua di contributo viene disposta con determinazione dirigenziale, a seguito della presentazione di una relazione che dimostri lo stato di attuazione del progetto e documenti la spesa della prima quota di contributo. La partecipazione diretta della Regione ai programmi, può avvenire su iniziativa propria, ovvero in adesione a proposte dei competenti organi nazionali o di altre regioni. Nel caso di contributi assegnati per la realizzazione dei programmi di cui all'articolo 7, la Giunta regionale individua, in sede di assegnazione del contributo, il beneficiario e le modalità di pagamento, sulla base dei relativi programmi”.

nel 2007, sono state elaborate differenti proposte recanti disposizioni per la diffusione e lo sviluppo del Cees.

In realtà appare opportuno premettere la similitudine che intercorre tra tali progetti e quelli cui si è fatto riferimento fin ora, precisamente concernenti la Regione Lombardia, evidenziando altresì che altrettante analogie sussistono pure con riguardo agli interventi di cui si dirà appresso a proposito della Regione Veneto.

Tale similitudine, non deve però, come si è detto più volte, sorprendere ma si spiega alla luce di un condizionamento reciproco, peraltro naturale in un contesto di grande confusione oltre che di proliferazione in tema; ciò che non impedisce tuttavia l'analisi di tali intenti a partire proprio dalla lettura delle rispettive relazioni introduttive, attraverso le quali è dato comprenderne le motivazioni e gli orientamenti.

La relazione alla proposta di legge regionale n. 279 presentata il 4 maggio 2006, a cura dei Consiglieri del partito della Margherita¹³⁰, chiarisce infatti gli scopi del relativo progetto di legge, in particolare la promozione ed il sostegno alle attività di commercio equo sul territorio piemontese, riconoscendo l'importanza del suo ruolo nella società. Il Cees viene, dunque definito, un sistema basato sul rapporto diretto con i produttori del Sud del mondo, sull'incentivazione di metodi di produzione rispettosi della dignità umana e dell'ambiente. Per favorire tali attività ci si propone di favorire lo sviluppo di una rete degli enti del commercio equo, tramite l'istituzione del "coordinamento regionale della rete del Cees", dell'Albo e della Conferenza regionale del Cees.

Si fa precisamente riferimento a quelle garanzie di trasparenza e correttezza, che si intendono fornire al consumatore, circa le modalità produttive e le prassi operative ed organizzative attuate in Piemonte e nei Paesi del Sud del mondo. Si legge, proprio nella predetta relazione *"..in tal modo può essere incoraggiata la diffusione e l'utilizzo dei prodotti del commercio equo e solidale fra privati, e, al contempo, può anche essere estesa ad enti, istituzioni e organismi pubblici, sia attraverso la stipula di convenzioni con gli enti iscritti all'Albo regionale, che nelle procedure di asta pubblica, licitazione privata, appalto, concorso e trattativa privata attraverso l'acquisto di prodotti del commercio equo e solidale"*.

Al di là, dunque, di un'esigenza di chiarezza e di inquadramento giuridico del fenomeno, il progetto di legge del 2006, anche sulla scorta di precedenti legislativi a cura di altre regioni, non intende soffermarsi solo sul dato economico ma cerca di cogliere quell'universo variegato ed in continua espansione che caratterizza il Cees.

¹³⁰ Precisamente Bizjak, Lepri, Motta, Cattaneo, Laus, Rabino, Rostagno e Rutallo.

Il soggetto privilegiato, del presente progetto sono le botteghe, riconosciute come luoghi all'interno dei quali gli acquirenti si trasformano in consumatori consapevoli, sperimentando relazioni umane autentiche. La presente proposta di legge incoraggia, inoltre, tramite l'erogazione di contributi, gli enti del Cees ad incrementare una progettualità che valorizzi appieno le proprie capacità e competenze professionali per l'elaborazione e la realizzazione di azioni e di interventi in Paesi del Sud del mondo, in particolare nel continente africano oltre che nelle aree più disagiate dell'Asia e dell'America latina.

Numerosi, all'interno del progetto, pure i riferimenti alle iniziative culturali ed educative promosse in tema, quali interventi didattici nelle scuole, gruppi di sensibilizzazione territoriale, attività di formazione, eventi e campagne su questioni legate all'economia solidale, per i quali sono previsti appositi sostegni finanziari.

Nell'art. 10 della proposta in esame si legge espressamente che *“..per l'attuazione della presente legge, nello stato di previsione della spesa del bilancio di previsione per l'anno finanziario 2006 è previsto uno stanziamento pari a 300 mila euro, in termini di competenza e di cassa, nell'ambito dell'unità revisionale di base (UPB) 17041 (Commercio e artigianato Promozione e credito al commercio Tit. I spese correnti)”*.

Un progetto, dunque, in cui rilevano all'interno dei vari articoli, i temi della solidarietà, dell'equità, della giustizia sociale e di quella economica, ma anche l'educazione alla pace, alla mondialità ed alla tutela dei diritti. Più recente, invece, è la proposta di legge presentata il 7 agosto 2007, n. 466 dal titolo *“Disposizioni per la diffusione del commercio equo e solidale”*¹³¹.

Tale proposta, lungi dal presentare profili di particolare novità, risulta molto simile, a livello di contenuti, alla legge approvata in tema dalla Regione Umbria.

Allo stesso modo di questa, infatti, si discorre, a volte seguendo persino lo stesso ordine espositivo, del Cees quale approccio alternativo al commercio convenzionale, promuovendo valori quali la giustizia sociale ed economica, lo sviluppo sostenibile, il rispetto per le persone e per l'ambiente, la crescita della consapevolezza dei consumatori, l'educazione e l'informazione.

Quasi identiche risultano pure le formulazioni contenute nei successivi articoli e concernenti per l'appunto l'individuazione dei soggetti e dei prodotti del Cees.

In entrambi i testi, infatti, si legge che sono prodotti del commercio equo quelli realizzati, importati e distribuiti da aziende appartenenti alla filiera integrale del *Comes*, così come quelli riconosciuti secondo gli standard delle organizzazioni esterne di certificazione del *“fair trade”*..

In entrambi i casi, si prevede pure l'istituzione di un registro regionale degli operatori del Cees, nel quale vengono iscritti imprese e soggetti che operano in forma stabile e continuativa

¹³¹ Presentata cura del Consigliere Ricca del partito dello SDI.

nel territorio regionale e svolgono la propria attività nel rispetto della Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale, approvata l'8 settembre 1999 dall'*Agices*.

Identico, il richiamo al *Rioces*, posto che in ambedue i casi si legge che con riguardo alle modalità di funzionamento del registro ed ai requisiti di iscrizione, si devono valutare i dati delle attività svolte dall'associazione *Agices* in merito al "Registro Italiano delle organizzazioni di commercio equo solidale" denominato appunto *Rioces*.

La suddetta proposta, prosegue, dunque, attraverso una sorta di filo parallelo con la legge umbra; ciò che si evince dalle previsioni riguardanti le promozioni e le agevolazioni a favore del Cees, così come pure l'istituzione della Giornata regionale del commercio equo, della Consulta per le attività di monitoraggio e del Regolamento attuativo.

Orbene, al fine di non incorrere in inutili ripetizioni, tali menzioni bastino a sottolineare le numerose analogie presenti a tal proposito e consentano, in questa sede, di proseguire passando all'analisi della successiva proposta, datata 15 ottobre 2007, n. 479 e intitolata "*Sostegno alle organizzazioni di commercio equo e solidale*"¹³². All'interno di tale proposta, dopo aver riconosciuto il valore sociale e culturale del commercio equo e la sua funzione rilevante nel sostegno alla crescita economica e sociale dei Paesi in via di sviluppo, oltre che nella pratica di un modello di economia partecipata, rispettosa dei diritti e dei bisogni di tutti i soggetti che sono parte dello scambio economico, particolarmente rilevante appare la definizione di Cees contenuta all'interno dell'art.2.

Tale definizione risulta perfettamente identica a quella della proposta di legge presentata a livello nazionale sia a livello di contenuti che a livello di forma, disponendo dunque il pagamento di un prezzo equo, delle misure a carico del committente per il graduale miglioramento della qualità del prodotto realizzato dal produttore, il progressivo miglioramento degli standard ambientali della produzione, la trasparenza della filiera, anche nei confronti dei terzi, l'obbligo del produttore di garantire condizioni di lavoro sicure, nonché il pagamento, da parte del committente, di una parte rilevante del prezzo al momento dell'ordine.

Allo stesso modo della richiamata proposta nazionale, anche all'interno di tale progetto, all'art. 3, si discorre di prezzo equo. Tale riferimento, presente in maniera sintetica anche nella legge della Regione Liguria, viene in questa sede ulteriormente approfondito riproducendo pedissequamente il disposto dell'art. 3 del disegno di legge nazionale. In entrambi i testi si

¹³² Presentata cura dei Consiglieri Barassi (Lista Ecologisti uniti a sinistra), Pace (P.D.), Clement (Rifondazione Comunista), Moriconi (Lista Ecologisti uniti a sinistra), Spinosa (Verdi), Robotti (Comunisti Italiani), Muliere (P.D.), Turigliatto (Sinistra per l'Unione), Bossuto (Rifondazione Comunista), Pozzi, (P.D.) Guida (U.D.C.), Leo (F.I.), Cotto (F.I.), Deambrogio (Rifondazione Comunista), Dalmaso (Rifondazione Comunista), Comella (Sinistra Democratica per il socialismo europeo), Chieppa (Comunisti italiani), Cavallaro (Sinistra Democratica per il socialismo europeo), Ferraris (P.D.), Travaglini (P.D.) Reschigna (P.D.), Larizza (P.D.)

legge, infatti, *“Il prezzo pagato ai produttori è equo quando è definito dalle parti all'esito di un processo fondato sul dialogo, sulla trasparenza e sulla responsabilità reciproca, in cui il prezzo è proposto dal produttore ed eventualmente modificato insieme dalle parti in seguito alla valutazione congiunta della sua adeguatezza a sostenere l'impresa del produttore e degli effetti che tale misura produce sulla filiera produttiva e distributiva fino al consumatore... In relazione all'entità di prodotti venduti il prezzo deve essere idoneo a generare per l'impresa del produttore un reddito da destinare agli investimenti e a consentirle di remunerare i lavoratori in misura adeguata a condurre una esistenza libera e dignitosa e di coprire gli altri costi inerenti gli obblighi espressamente assunti dalle parti nel contratto”*.

Più o meno simile, rispetto all'impianto della proposta nazionale, anche la formulazione del successivo art. 4, laddove si prevede l'iscrizione, per i soggetti che operano in forma stabile nel territorio regionale, organizzati in forma collettiva e democratica e senza scopo di lucro, all'interno di un elenco regionale delle organizzazioni del Cees¹³³.

Anche per quanto concerne l'individuazione di prodotti equo solidali, si fa pur sempre riferimento ai criteri concernenti la realizzazione e/o la distribuzione da parte di organizzazioni del Cees, nonché alla garanzia di certificazione, criteri, questi, condivisi sia a livello nazionale che a livello di singole leggi regionali già approvate in tema.

La descrizione delle differenti tipologie di intervento volte ad offrire sostegno attivo alle iniziative di commercio equo, è contenuta nell'art. 8 laddove si legge che *“La Regione Piemonte.....promuove, sostiene e coordina le seguenti azioni e progetti di promozione del commercio equo e solidale: a) iniziative culturali e azioni di sensibilizzazione; b) iniziative di formazione, anche a livello scolastico; c) iniziative nel campo della cooperazione; d) investimenti in infrastrutture per le botteghe e le organizzazioni iscritte all'Elenco di cui all'articolo 4; e) fondi di garanzia per linee di credito promossi da banche o soggetti autorizzati che perseguano una finanza etica o di solidarietà a favore di progetti promossi da botteghe del mondo; f) fino al quindici per cento dei maggiori costi conseguenti all'inserimento*

¹³³ All'art. 4 del presente progetto di legge si prevede espressamente che *“Sono iscritti nell'Elenco regionale i seguenti soggetti, che operano in forma stabile nel territorio regionale, organizzati in forma collettiva e democratica e senza scopo di lucro:*

a) gli enti che gestiscono un registro della filiera integrale del commercio equo e solidale o riconoscono le organizzazioni del commercio equo e solidale e rilasciano l'accreditamento agli altri enti che svolgono attività di commercio equo e solidale;

b) le organizzazioni del commercio equo e solidale che hanno ottenuto da parte degli enti di cui alla lettera a) l'iscrizione in un registro della filiera integrale o il riconoscimento;

c) gli enti che svolgono attività di commercio equo e solidale e che hanno ricevuto da parte degli enti di cui alla lettera a) l'accreditamento;

d) gli enti che certificano i prodotti del commercio equo e solidale, attraverso l'attribuzione di un marchio di garanzia, affiliati alla Fairtrade Labelling Organization International (F.L.O.).

3. I requisiti per essere iscritti nell'Elenco regionale e le modalità di iscrizione e funzionamento dello stesso, verranno stabiliti con provvedimento della Giunta Regionale ai sensi dell'articolo 10, comma 1, lettera b”.

nei bandi della priorità di prodotti di commercio equo e solidale nelle mense scolastiche, nella ristorazione collettiva pubblica, nei centri automatici di distribuzione e bar interni; g) attività di consulenza legale e valorizzazione sul mercato dei prodotti del commercio equo e solidale; h) fiere periodiche del commercio equo e solidale; i) fino al cinquanta per cento dei costi sostenuti da istituti scolastici per interventi sul commercio equo e solidale, rivolti ai propri allievi, studenti e corpo docente e realizzati da soggetti iscritti all'Elenco; j) fino al cinquanta per cento degli oneri sociali relativi al personale (dipendenti, soci lavoratori o altre forme di lavoro previste dalle vigenti leggi) per un massimo di 1.500 euro all'anno e per un periodo non superiore a cinque anni per addetto...”; rientrando pure, in questa previsione l’organizzazione della “Giornata regionale del commercio equo e solidale”, quale momento di incontro tra la comunità piemontese e la realtà del Cees.

I successivi ed ultimi articoli riguardano la descrizione delle modalità di vendita dei suddetti prodotti, nonché la descrizione dei contenuti del provvedimento attuativo¹³⁴.

Interessante, infine, il disposto dell’art. 11, inerente la normativa finanziaria, laddove si dispone che “Per il biennio 2008-2009 allo stanziamento annuo pari a 300 mila euro, in termini di competenza, di cui 250.000,00 euro per la spesa corrente iscritta nell’ambito dell’unità previsionale di base (UPB) 17041 (Commercio e artigianato Promozione e credito al commercio Tit. I spese correnti) e 50.000,00 euro per la spesa in conto capitale iscritta nell’ambito della unità previsionale di base (UPB) 17042 (Commercio e artigianato Promozione e credito al commercio Tit. II spesa in conto capitale) del bilancio pluriennale 2007-2009 si provvede con le modalità previste dall’art. 8 della l. r. 11 aprile 2001, n. 7(Ordinamento contabile della Regione Piemonte) e dall’art. 30 della l.r.4 marzo 2003, n. 2 (legge finanziaria per l’anno 2003)”.

¹³⁴ All’art. 10 del presente progetto di legge si dispone che “Entro centottanta giorni dall’entrata in vigore della presente legge, la Giunta Regionale, con provvedimento attuativo, individua: a) i requisiti che devono possedere gli enti che rilasciano il riconoscimento di organizzazione del commercio equo e solidale ovvero l’accreditamento degli altri enti ai sensi dell’articolo 4, comma 2, lettera a); b) i requisiti che devono possedere gli enti che rilasciano la certificazione di prodotto del commercio equo e solidale ai sensi dell’articolo 4, comma 2, lettera d); c) i requisiti che devono possedere gli enti di cui all’articolo 4, comma 2, lettera c) per ottenere l’iscrizione nell’Elenco regionale; d) le modalità di iscrizione e di funzionamento dello stesso Elenco di cui all’articolo 4, comma 3; e) gli accantonamenti, i criteri, le priorità e le modalità delle iniziative che potranno essere finanziate.... Il dirigente della struttura competente approva l’Elenco regionale ai sensi dell’articolo 4 e le iniziative di cui all’articolo 8... Il provvedimento attuativo potrà essere aggiornato, integrato e modificato sulla base dei risultati conseguiti in ogni ambito di interventi”.

3.8 c) I progetti di legge della Regione Veneto (nn. 191/06 e 203/06)

Il primo intervento posto in essere nel settore del Cees, a cura della Regione Veneto, consta di un progetto di legge, n. 191 del 2006 dal titolo “ *Interventi regionali a favore del commercio equo e solidale per valorizzare produzioni, tradizioni e culture nei paesi in via di sviluppo*” promosso su iniziativa dei Consiglieri del partito dell’Ulivo¹³⁵.

Anche tale progetto, in realtà, non si discosta molto da quelli appena esaminati, ragion per cui si cercherà di riportarne i caratteri più salienti, a completamento del quadro degli interventi legislativi.

Particolarmente interessanti risultano, ad esempio, le riflessioni che accompagnano la relazione introduttiva al progetto, concernenti sia la descrizione dell’evoluzione del fenomeno del Cees¹³⁶, connessa all’esigenza di regolamentare la materia, sia la portata del movimento all’interno della Regione Veneto. Nelle prime pagine della suddetta relazione si legge “...*In Italia la prima esperienza nasce a Bolzano ed ha in Verona la sede operativa di maggior*

¹³⁵ Franchetto, Causin, Frigo, Berlatto Sella, Diego Bottacin, Michieletto, Trento, Variati e Frasson (UDC).

¹³⁶ Nelle pagine della Relazione al progetto si richiamano i risultati della ricerca “*Fair Trade in Europe 2005*”, condotta in 25 paesi europei, sottolineando il notevole aumento delle vendite di prodotti equo solidali. Si legge, infatti, “...*i valori di vendita al dettaglio hanno ormai superato i 660 milioni di euro annui. Cifre e volumi impensabili soltanto pochi anni fa sui quali "pesa", e non poco, la diffusione dei prodotti equi nelle grandi catene della Grande Distribuzione Organizzata...I prodotti solidali infatti sono sugli scaffali di oltre 55.000 supermercati e hanno raggiunto, in alcuni Paesi, delle quote di mercato impressionanti.....Dai suoi modesti inizi negli anni '50, il movimento del commercio equo è cresciuto coinvolgendo nel suo circuito più di 5 milioni di produttori, 200 organizzazioni importatrici, 2.800 Botteghe del Mondo, 100.000 volontari. Sono questi i numeri degli attori che ogni giorno, con il loro lavoro, contribuiscono alla diffusione dei prodotti equo solidali in Europa.....In Italia, dove il movimento del commercio equo si è diffuso a partire dagli anni '80, il fatturato delle nove maggiori organizzazioni importatrici ha raggiunto gli oltre 41 milioni di euro. In particolare, il consorzio Cooperativa Terzo Mondo (CTM) Altromercato, ormai una delle organizzazioni più grandi in Europa, ha visto in soli due anni una crescita del proprio fatturato da 22.4 a 34.3 milioni di euro. Positivi anche i dati delle vendite dei prodotti a marchio Fairtrade TransFair Italia che hanno raggiunto i circa euro 20 milioni.....Oltre alle Botteghe del Mondo, circa 500 in tutta Italia, i prodotti solidali sono ormai disponibili in oltre 4.000 supermercati. Ma, al di là dei numeri, quello che emerge dal rapporto, è sicuramente un aumento della conoscenza del commercio equo e dei suoi principi. Dall'Associazione dei parlamentari per il commercio equo (AIES), alle leggi regionali sul commercio equo, dalla nascita dell'AGICES (Assemblea generale italiana per il commercio equo e solidale) alle esperienze di fair procurement, le evoluzioni del Fair Trade nel nostro Paese.....ciò che dimostra che il commercio equo non rappresenta un fenomeno di moda o un mercato di nicchia, ma un modello di sviluppo efficace e capace di produrre un'alternativa sostenibile nel Nord e nel Sud del mondo.....Le organizzazioni che operano per un commercio equo e solidale sono accreditate a livello mondiale e monitorate da specifiche organizzazioni. Per l'Italia c'è l'AGICES (Assemblea generale italiana del commercio equo e solidale) che accredita e monitora le organizzazioni italiane e i produttori che lavorano con esse....Il sistema di accreditamento e monitoraggio delle organizzazioni equo solidali si basa su standard definiti a livello mondiale da IFAT (International Federation for Alternative Trade) e declinati in indicatori specifici regionali o nazionali. L'intero sistema è orientato a verificare che l'organizzazione persegua effettivamente le finalità del commercio equo e solidale in un'ottica di effettivo supporto per i piccoli produttori e di trasparenza verso i consumatori....In Italia le Associazioni impegnate nel commercio equo e solidale hanno approvato una “Carta italiana dei criteri del commercio equo e solidale” che indica non solo i valori umanitari di solidarietà e partecipazione e le norme di comportamento e ma anche la mission, cioè la Missione riconosciuta anche dalla risoluzione del Parlamento europeo n. 198/98, grazie alla quale il commercio equo e solidale esce dall'ambito riduttivo di forma nobile di assistenza e viene riconosciuta come un efficace prospettiva di sviluppo, trade not aid, capace di dare un contributo non solo all'economia ma allo sviluppo dei valori civili: democrazia, rispetto dei diritti...”.*

rilievo... In Italia i punti di vendita di commercio equo e solidale sono 374 e coinvolgono 1.500 volontari per un fatturato superiore a euro 16.100.000; i supermercati che vendono prodotti equo solidali sono 2.620...In Veneto si contano oggi circa 25 botteghe del mondo (intese come persone giuridiche, associazioni o cooperative) che gestiscono complessivamente oltre 60 punti vendita in regione, animati da gruppi di volontari. In complesso sono più di mille i volontari impegnati con continuità nelle botteghe venete, e circa 100 addetti regolarmente retribuiti in Veneto.....A Verona è attivo il magazzino e la sede operativa della più grande organizzazione italiana di commercio equo e solidale (la seconda al mondo per dimensioni e attività), il Consorzio CTM Altromercato...Indubbiamente, quanto premesso connota di un alto indice valoriale il presente progetto di legge che si propone di promuovere e sostenere il commercio equo e solidale sul territorio Veneto, di riconoscerne l'importante ruolo educativo nella nostra società e di favorirne lo sviluppo, attraverso la promozione e il sostegno dei soggetti del commercio equo e solidale...”

Orbene, alla luce di tali rilievi introduttivi occorre ora fare particolare riferimento agli articoli di cui si compone il presente progetto di legge.

Dopo aver definito in modo sintetico le finalità della legge e gli obiettivi in relazione ai quali è necessario che il consumatore responsabile dia il proprio contributo, il progetto di legge passa, attraverso l'articolo 2, a definire la connessa attività commerciale e ad individuare i soggetti che la esercitano e i codici di comportamento, il tutto, in un unico articolo. Ciò spiega, probabilmente anche perché la definizione di Cees, contenuta all'interno di tale documento, appaia piuttosto riduttiva¹³⁷.

All'articolo 3 sono, invece, definite le caratteristiche dei prodotti oggetto del commercio equo, con l'intento di prevenire ogni degenerazione e garantire il consumatore non solo circa la bontà e provenienza del prodotto, ma anche circa il rispetto delle finalità distintive di tale attività commerciale.

Per questo si fa rinvio ad uno specifico disciplinare di prodotto e ad organismi di certificazione individuati in accordo con le Associazioni.

¹³⁷ *La formulazione dell'art. 2 in effetti appare assai sintetica, inglobando in un'unica previsione tre differenti disposizioni: la definizione di Cees, l'individuazione dei soggetti del Cees e l'aspetto concernente la certificazione dei prodotti. Si legge, infatti, “Con commercio equo e solidale (Fair trade) si intende quella forma di attività commerciale, anche internazionale, nella quale l'obiettivo primario non è la massimizzazione del profitto, bensì di garantire ai produttori ed ai lavoratori dei Paesi in via di sviluppo un trattamento economico e sociale equo e rispettoso che si contrappone alle pratiche di commercio basate sullo sfruttamento.*

2. Sono soggetti del commercio equo e solidale, le persone giuridiche senza scopo di lucro che conformano la propria attività ai contenuti della “Carta italiana dei criteri del commercio equo e solidale”.

3. La certificazione dei prodotti di cui all'articolo 3 deve trovare complementarietà nella definizione, attraverso il regolamento di cui all'articolo 5, di codici di comportamento per coloro che esercitano l'attività di commercio equo e solidale anche con riferimento a la Clean Clothes Campaign e la Ethical Trading Initiative, nonché dall'applicazione trasparente di criteri e meccanismi di controllo autonomi e condivisi”.

Viene istituito, attraverso l'art. 4, il Registro regionale del Cees con specifico riferimento ai criteri già assunti per l'iscrizione al Registro italiano delle organizzazioni di commercio equo e solidale (*Rioces*) e validati dall'associazione Assemblea generale italiana del commercio equo e solidale (*Agices*), organismo che raggruppa tutte le organizzazioni riconosciute in Italia.

Si dispone altresì che gli obiettivi umanitari e le finalità non lucrative del Cees, di cui si discorre all'art. 6, meritino maggiore attenzione da parte delle pubbliche amministrazioni specialmente nel sostenere l'informazione e l'educazione al consumo consapevole presso le giovani generazioni.

L'articolo 7 riconosce ed estende alle organizzazioni iscritte nel Registro regionale del commercio equo i benefici previsti per le altre attività commerciali, sia nell'ambito della qualità e dell'innovazione, del turismo e dei servizi che per quanto riguarda l'accesso al credito e l'attività nelle aree pubbliche. Alle organizzazioni è riconosciuta ogni priorità nell'accesso agli aiuti finanziari regionali del settore.

Le attività di commercio equo sono peraltro strettamente legate alla cooperazione internazionale che la legge regionale 16 dicembre 1999, n. 55 già sostiene¹³⁸. Per questo l'attività del commercio equo è da intendersi strettamente connessa anche con le azioni ivi previste, specialmente nell'ambito del programma triennale degli interventi di promozione dei diritti umani e della cultura di pace.

Al fine di alimentare la sensibilità nelle persone verso i problemi del Terzo mondo e sostenere l'attività del commercio equo le organizzazioni sono direttamente protagoniste de *"La giornata veneta del mercato equo e solidale e del consumo critico"*, già prevista dalla citata legge regionale n. 55/1999, ma a cui ci si propone di dare impulso e diffusa realizzazione.

¹³⁸ Si precisa che tale legge dal titolo *"Interventi regionali per la promozione dei diritti umani, la cultura della pace, la cooperazione allo sviluppo e la solidarietà"*, n. 55 del 16/12/1999, pubblicata sul B.U.R. n. 40 del 1999, già discorreva, al suo art.20 in maniera esplicita e diretta di commercio equo e solidale. Il disposto dell'articolo 20, intitolato *"Conferenza regionale, manifestazione sulla cooperazione allo sviluppo e promozione del commercio equo e solidale"*, precorre, in maniera davvero sorprendente, i tempi in quanto nomina il fenomeno del Cees espressamente; ciò che invece non può dirsi degli altri interventi regionali precedentemente menzionati ed orientati alla cooperazione internazionale. Tali interventi, infatti, seppur sottendono tale riferimento non lo nominano mai in modo diretto. Occorrerà attendere le prime leggi o proposte rivolte esplicitamente al tema. Ritornando proprio all'art. 20 della l. r. 55/99, si riporta di seguito il dettato dell'art. 20 al fine di cogliere appieno tale interessante riferimento al Cees: *"la Giunta regionale convoca, con scadenza biennale, una conferenza sulla cooperazione allo sviluppo quale occasione di incontro e confronto di esperienze tra i soggetti presenti nel territorio regionale che operano nel campo della cooperazione e della solidarietà internazionale, nonché di verifica delle iniziative intraprese in attuazione della presente legge...Nell'ambito della conferenza, la Giunta regionale promuove: a) una manifestazione finalizzata alla presentazione di progetti, iniziative ed attività collegate alla cooperazione allo sviluppo; b) una manifestazione denominata la giornata veneta del mercato equo e solidale e del consumo critico per promuovere la vendita dei prodotti, provenienti dai relativi paesi internazionalmente riconosciuti in via di sviluppo, da parte di istituzioni e associazioni italiane o di immigrati provenienti dai relativi paesi che si occupano, senza fini di lucro, di commercio equo e solidale"*.

Si prevede altresì che una rappresentanza dei soggetti che si dedicano al commercio equo integri, così come disposto dall'art. 10, il Comitato per la cooperazione allo sviluppo previsto dall'articolo 14 della legge regionale n. 55/1999, evitando così la moltiplicazione di ulteriori organismi aventi medesime finalità.

Del tutto assente, invece, la norma concernente la previsione di spesa destinata a tali attività; tale previsione compare invece nel secondo progetto di legge n. 203 del 2006¹³⁹, dal titolo *“Interventi in materia di promozione e sostegno del commercio equo e solidale nella Regione Veneto”*.

La formulazione di tale progetto risulta, per verità maggiormente dettagliata già a partire dall'art. 1 in cui si descrivono principi e finalità della proposta. All'interno di tale articolo la Regione Veneto esprime il proprio sostegno per la diffusione delle attività di commercio equo e, dopo aver menzionato gli interventi più significativi posti in essere in tale settore a livello comunitario, precisa in dettaglio *“...riconosce il ruolo da questo svolto: a) nella creazione di un'economia solidale, in particolare nel miglioramento dell'accesso al mercato dei produttori svantaggiati dei Paesi del Sud del mondo; b) nell'approccio alternativo al commercio convenzionale finalizzato all'estensione della giustizia ed equità sociale ed economica, dello sviluppo sostenibile ed eco-compatibile e dei sistemi di partecipazione consapevole; c) nella diffusione di scambi economici basati sul rispetto delle persone e, soprattutto, della loro dignità; d) nel sostegno alle forme di microcredito, alla finanza etica e alla cooperazione sociale....La Regione favorisce lo sviluppo sul territorio Veneto di reti locali, a livello cittadino, provinciale e regionale, delle botteghe e del commercio equo e solidale e a tal fine istituisce l'Albo regionale del commercio equo e solidale....La Regione, promuove azioni e iniziative volte alla diffusione di una cultura della cooperazione internazionale ispirata a principi di solidarietà, educazione alla pace e alla mondialità tutela dei diritti delle persone, dell'ambiente e delle comunità, nell'ottica di uno sviluppo globale sostenibile ed eco-compatibile, anche attraverso il finanziamento di progetti di commercio equo e solidale nei Paesi del Sud del mondo, di cui all'articolo 6...La Regione promuove altresì attività educative, di informazione e di sensibilizzazione sul tema del commercio equo e solidale e dei comportamenti etici, in ambito scolastico ed extra scolastico, a livello comunale, provinciale e regionale”*.

¹³⁹ Presentata a cura dei Consiglieri: Piccolo (UDC), De Boni (UDC), Valdegamberi (UDC), Silvestrin (UDC), Buzzoni (F.I.), Bonfante (ULIVO), Fontanella (F.I.), Bertipaglia (F.I.), Cancian (Lega Nord), Frigo (ULIVO), Zabotti (P.P.I.), Berlato Sella (ULIVO), Trento (ULIVO), Teso (A.N.).

In realtà, la similitudine rispetto ad altri interventi regionali emerge in questa sede solo a livello di contenuti in quanto, sotto il profilo della forma, la presente proposta mostra proprie peculiarità.

In relazione ad esempio al suddetto art. 1, è evidente come la descrizione dei principi di commercio equo e delle iniziative di sostegno in favore di questo siano esposte, in unico, assieme all'istituzione dell'Albo regionale; ciò che certamente sorprende rispetto all'impostazione scelta dalle altre leggi e proposte elaborate in tema, che dedicano al contrario ad ognuno di tali aspetti un articolo specifico.

L'art. 2 della proposta di legge in esame, rappresenta quasi una prosecuzione del precedente articolo in quanto elenca in dettaglio gli obiettivi della Regione in termini di agevolazioni e sostegno alle attività equo solidali. All'interno di tale elenco si discorre, dunque, della necessità di favorire lo sviluppo di una rete di soggetti attivi nel settore del Cees all'interno del territorio Veneto e della relativa istituzione di un organo di coordinamento degli enti del Cees, si accenna anche alla necessità di fornire ai consumatori, sia pubblici che privati, garanzie di trasparenza e correttezza sui prodotti e sull'attività degli enti del Cees, così come si indicano, tra gli obiettivi della Regione, la diffusione dei prodotti del Cees anche fra gli enti locali, gli enti pubblici, le istituzioni e gli organismi della Regione; ancora, si riconosce agli enti iscritti all'Albo regionale la possibilità di usufruire di agevolazioni e contributi, a seguito dell'elaborazione di progetti destinati a Paesi del Sud del mondo, precisando che la stessa Regione deve compiere azioni di sensibilizzazione e informazione nel territorio veneto sul fenomeno equo e solidale e sulle tematiche ad esso connesse, anche attraverso iniziative di tipo culturale ed educativo.

Sempre a prosecuzione di quanto appena detto, l'art. 3 indica e precisa le funzioni spettanti alla Regione Veneto per la realizzazione delle finalità di cui all'art. 1, tra cui rientrano la predisposizione del regolamento attuativo della stessa legge, l'elaborazione di apposite linee per lo sviluppo di una rete a livello locale dei soggetti del Cees iscritti all'Albo regionale, la determinazione delle modalità di funzionamento, di gestione e aggiornamento del citato Albo regionale, oltre ai criteri e ai requisiti per l'iscrizione nonché le modalità organizzative e procedurali connesse all'assegnazione dei contributi per i progetti del Cees e le modalità operative, di funzionamento e di gestione del Coordinamento regionale. Dunque, la definizione di quegli strumenti di incentivazione per l'inserimento di prodotti certificati di Cees in osservanza delle linee guida predisposte dall'Unione europea per le "*Green and Fair Procurement*", la promozione, in accordo con il Coordinamento regionale, di attività educative sul tema e di comportamenti etici in ambito scolastico ed extra scolastico a livello comunale,

provinciale e regionale, così come la promozione di attività di sensibilizzazione dell'opinione pubblica volte alla diffusione di una cultura della cooperazione internazionale ispirata a principi di solidarietà, educazione alla pace e alla mondialità, tutela dei diritti delle persone, dell'ambiente e delle comunità, la vigilanza, infine, sull'attività degli enti del commercio equo e sull'applicazione della presente legge.

L'art. 4, invece, elenca minuziosamente la composizione del Coordinamento regionale della rete del Cees, stabilendone altresì durata e designazione¹⁴⁰, e prevedendo all'interno del comma 3 le funzioni ad esso spettanti¹⁴¹.

Altrettanto dettagliata la formulazione dell'art. 5 laddove si prevede che la Regione istituisca l'Albo regionale del Cees e ne regolamenti con apposita disciplina il funzionamento, verificando periodicamente il rispetto degli adempimenti connessi all'iscrizione nel suddetto Albo. Ai commi successivi si prevede che possano iscriversi a tale Albo le organizzazioni senza scopo di lucro che svolgano attività stabilmente sul territorio regionale da almeno un anno, precisando che l'iscrizione è condizione necessaria per poter usufruire di convenzioni da parte di enti locali, aziende sanitarie, scuole, biblioteche civiche e musei, case circondariali, istituzioni e organismi pubblici comunali, provinciali e regionali e di eventuali contributi regionali, a seguito dell'elaborazione di progetti destinati ad interventi e iniziative da realizzarsi nei Paesi del Sud del mondo.

Il resto della proposta prosegue in maniera abbastanza simile rispetto alle altre precedentemente esaminate prevedendosi nei successivi articoli le agevolazioni in favore degli

¹⁴⁰ *La Regione istituisce il Coordinamento regionale della rete del commercio equo e solidale, composto da: a) l rappresentante delle Organizzazioni del commercio equo; b) l rappresentante del Forum del Terzo settore; c) l rappresentante del volontariato e dei centri di servizio per il volontariato; d) l rappresentante dell'associazionismo di promozione sociale; e) l rappresentante della cooperazione sociale; f) l rappresentante della finanza etica; g) l rappresentante delle ONG e della cooperazione internazionale; h) l rappresentante degli enti di servizio civile; i) l rappresentante degli enti locali (comuni/comuni associati, province); j) l rappresentante delle organizzazioni di certificazione secondo quanto definito a livello europeo e comunitario sul tema; k) l funzionario regionali delegati dalla direzione regionale, competenti nelle materie inerenti il mondo del non profit; l) l funzionario regionale delegato dalla direzione regionale, competente in materia di cooperazione internazionale; m) l'Assessore regionale competente in materia presiede il Coordinamento regionale della rete del commercio equo e solidale... La Giunta regionale stabilisce, con proprio atto, la durata e la designazione dei componenti del Coordinamento. Il Coordinamento adotta, con proprio atto, il regolamento che ne disciplina il funzionamento....”.*

¹⁴¹ Nell'art. 4 al comma 3 si legge infatti “Il Coordinamento, in linea con gli obiettivi della presente legge, provvede a:

a) attivare le linee regionali per lo sviluppo di una rete a livello locale: comunale, provinciale e regionale, delle botteghe e degli enti del commercio equo e solidale, iscritti all'Albo regionale; b) attuare le linee guida individuate dalla Regione per raccordare l'attività degli enti componenti il Coordinamento regionale; c) individuare, coordinare e realizzare iniziative in favore del commercio equo e solidale, volte alla diffusione di una cultura della cooperazione internazionale ispirata a principi di solidarietà, educazione alla pace e alla mondialità, tutela dei diritti delle persone, dell'ambiente e delle comunità, nell'ottica di uno sviluppo globale sostenibile ed eco-compatibile; d) individuare e svolgere attività educative e culturali di sensibilizzazione sul tema del commercio equo e solidale e dei comportamenti etici sia nelle scuole che in campo extrascolastico a livello comunale, provinciale e regionale; e) effettuare, sulla base dell'autorizzazione e della delega regionale, un controllo di qualità sulle modalità organizzative relative all'attività svolta dagli enti iscritti all'Albo regionale”.

enti del Cees e dunque l'inserimento di prodotti equo solidali nelle procedure d'asta pubblica, licitazione privata, appalto concorso e trattativa privata; l'istituzione della giornata regionale del Cees; ed una serie di ulteriori attività di promozione del fenomeno, per verità già ampiamente descritte negli articoli precedenti¹⁴².

La proposta termina con la previsione di una norma c.d. "finanziaria", che potrebbe definirsi quasi una costante a partire dalla elaborazione della legge umbra, volta a garantire ed a confermare il senso concreto delle molteplici iniziative elencate. Si legge dunque che *"La Regione Veneto garantisce il finanziamento per l'istituzione e la tenuta dell'albo regionale del commercio equo e solidale; assicura la copertura delle spese legate alle iniziative e alle attività di promozione del commercio equo e solidale in Veneto e quelle concernenti l'attività del Coordinamento regionale della rete del commercio equo e solidale e della Conferenza regionale, sulla base di appositi programmi che verranno redatti congiuntamente agli organismi preposti....Alle spese correnti derivanti dall'attuazione della presente legge, quantificate in euro 100.000,00 euro per gli esercizi 2007 e 2008, si fa fronte utilizzando le risorse allocate sull'upb U0185 "Fondo speciale per le spese correnti", del bilancio pluriennale 2006-2008; contestualmente lo stanziamento dell'upb U0070 "Informazione, promozione e qualità per il commercio" viene aumentato di euro 100.000,00 per la sola competenza negli esercizi 2007 e 2008"*.

Orbene, dall'analisi dei progetti esaminati fin ora, appare possibile ricavare due riflessioni fondamentali, l'una concernente la similitudine di fondo che caratterizza i su descritti interventi, l'altra riguardante, invece, la scelta di prevedere un apposito bilancio per il sostegno delle iniziative del Cees. A ben vedere, però, attraverso un'attenta valutazione, è possibile notare come tale ultima previsione, riferita al bilancio, sia in realtà presente solo nelle previsioni delle più recenti leggi regionali, umbra e ligure, le uniche, appunto, a prevedere una spesa reale da destinare a tali scopi; di qui che la condivisione di intenti cui si accennava rileva essenzialmente sotto il profilo degli orientamenti piuttosto che sotto quello dei contenuti .

¹⁴² Si legge infatti all'art. 8 che *"La Regione, su proposta del Coordinamento regionale della rete del commercio equo e solidale, promuove: a) iniziative culturali a livello comunale, provinciale e regionale sulle tematiche del commercio equo e solidale; b) azioni educative nelle scuole, al fine di informare le nuove generazioni sui temi del commercio equo e solidale, in particolare sul consumo critico e consapevole e sulla pratica di comportamenti etici nell'ambito economico; c) azioni di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sui temi del commercio equo e solidale, volte alla diffusione di una cultura della cooperazione internazionale ispirata a principi di solidarietà, educazione alla pace e alla mondialità, tutela dei diritti delle persone, dell'ambiente e delle comunità, nell'ottica di uno sviluppo globale sostenibile ed eco-compatibile, realizzate anche attraverso manifestazioni ed eventi di vario genere a livello comunale, provinciale e regionale....Tali attività sono coordinate dal Coordinamento della rete del commercio equo e solidale, realizzate nei singoli Comuni o Comuni associati con la collaborazione degli enti iscritti all'Albo regionale del commercio equo e solidale, degli enti componenti il Coordinamento regionale della rete del commercio equo e solidale effettuate anche grazie alla partecipazione di altri enti senza scopo di lucro o appartenenti al mondo del non profit"*.

Poste tali divergenze, non si può non rilevare una ulteriore problematica in quanto, se da un lato, tale fenomeno, mostra il delinearsi di profili analoghi, dall'altro pone il problema di comprendere se e in che misura tali orientamenti possano risultare conformi rispetto ad un intervento sovranazionale, che da più tempo si attende in materia.

In secondo luogo, oltre al dato positivo certamente evidenziabile nel tentativo di regolamentare il fenomeno - la dimensione regionale risulta allo stato il livello più prolifero ed attivo nel settore del Cees - occorrerebbe guardare anche all'altro lato della medaglia, vale a dire considerare il rischio di un eccesso di regolamentazione che potrebbe prodursi in tale settore e le problematiche ad esso ovviamente connesse.

3.9 Altri interventi a livello regionale: la Deliberazione della Giunta Regionale del Trentino Alto Adige sul commercio equo e solidale

Ma il quadro degli intenti legislativi posti in essere a livello regionale non sarebbe completo se non si menzionasse un ulteriore intervento realizzato sempre in tale contesto ad opera della Regione Trentino Alto Adige e risalente precisamente al 2005.

Prima di addentrarsi nello specifico e di analizzare compiutamente il suddetto intervento occorre tuttavia spendere qualche considerazione introduttiva sulla scelta di collocare la sua trattazione in un momento successivo rispetto all'ordine cronologico cui si è fatto fin qui riferimento.

Tale intervento, come anticipato, risulta in effetti posto in essere in epoca certamente più risalente rispetto a quelli fin ora esaminati. La ragione, allora, di tale collocazione e di tale scelta espositiva è da rinvenirsi alla luce della natura del suddetto intervento, trattandosi nel caso della Regione Trentino Alto Adige di una integrazione di legge.

Orbene, per quanto attiene alla suddetta integrazione è senz'altro il caso di notare come con deliberazione della Giunta Regionale n. 232 del 27 luglio del 2005 si sia provveduto ad inserire il tema del Cees anche nell'ambito della legislazione regionale del Trentino. Più precisamente tale integrazione è stata realizzata attraverso una modifica del regolamento di esecuzione della legge regionale 22 ottobre 1988, n. 24 e successive modificazioni recante *“Norme in materia di cooperazione di solidarietà sociale”*.

Nella sopra citata deliberazione espressamente si legge che *“La Giunta regionale vista la propria deliberazione del 21 ottobre del 2004, n. 2286 con la quale è stato approvato l'ultimo Regolamento di esecuzione della legge regionale 22 ottobre 1988, n. 24 e successive modificazioni recante Norme in materia di cooperazione di solidarietà sociale....visto il Decreto del Presidente della Giunta regionale 21 ottobre 1994, n. 10/L con il quale è stato emanato il predetto regolamento....rilevata la necessità di integrare la definizione delle attività delle cooperative sociali disciplinate dall'art. 5-bis del Regolamento approvato con il predetto DPGR 21 ottobre 1994, n. 10/L, in quanto la gestione di servizi diretti alla sensibilizzazione ed alla diffusione organizzata della cultura al sostegno e all'aiuto a favore delle comunità estere, nonché la gestione delle botteghe del commercio equo e solidale, perseguono lo scopo richiamato dall'art. 3 comma 1, della legge, della legge regionale 22 ottobre 1988, n. 24 e s.m....tanto premesso....ad unanimità di voti legalmente espressi...delibera di modificare il Regolamento di esecuzione della legge regionale 22 ottobre 1988, n. 24 e successive modificazioni recante Norme in materia di cooperazione di solidarietà sociale emanato con*

DPGR 21 ottobre 1994, n. 10/L, inserendo all'art. 5-bis, dopo il comma 1, il seguente comma 1-bis: Perseguono altresì lo scopo richiamato dall'art. 3, comma 1, della legge regionale, la gestione di servizi diretti alla sensibilizzazione e alla diffusione organizzata della cultura al sostegno e all'aiuto a favore delle comunità estere, nonché la gestione delle botteghe del commercio equo e solidale".

Dalla lettura di quanto appena esposto si ricava chiaramente la volontà e l'intenzione esplicita, anche di tale Regione, di intervenire nel settore del commercio equo, seppur in maniera assai meno significativa rispetto ai precedenti interventi oggetto di indagine, esistendo, dunque, anche all'interno di tale contesto regionale una evidente presa di coscienza del fenomeno equo e solidale; ciò che lascia ben sperare in termini di elaborazione di una futura legge in tema.

3.10 Riflessioni conclusive per una sistematizzazione degli interventi nel settore

L'analisi degli interventi condotta fin'ora mostra, in maniera evidente, l'enorme proliferazione di leggi e progetti di legge in materia e consente altresì di elaborare qualche riflessione conclusiva in ordine all'efficacia dei suddetti schemi legislativi.

In primo luogo vale senz'altro la pena di riflettere sulle circostanze che hanno determinato la notevole evoluzione del quadro legislativo regionale rispetto a quello nazionale, oltre che sovranazionale; tali considerazioni, infatti, lungi dal sembrare irrilevanti, appaiono assai significative sotto il profilo degli interessi sottesi e consentono altresì di riconoscere un enorme merito ai su citati intenti (regionali) in termini di spinta e di impulso nel percorso di elaborazione di una specifica legge nazionale in materia.

E' appena il caso di notare, come in effetti l'esigenza di pervenire ad una regolamentazione del settore, anche di carattere nazionale, si sia manifestata proprio sull'onda dei numerosi progetti intrapresi in tale contesto a livello regionale, e come la stessa sia risultata una scelta "quasi doverosa" in vista delle tante istanze di protezione giuridica sollevate a partire dai livelli più bassi.

Tale constatazione è, d'altro canto, verificabile dalla lettura del discorso introduttivo al recente disegno di legge nazionale, tenuto dinanzi alla Camera dei Deputati, all'interno del quale si legge espressamente che "*...alla luce delle Risoluzioni del Parlamento Europeo e delle numerose leggi approvate a livello regionale, risulta opportuno promuovere il commercio equo e solidale attraverso l'elaborazione di un apposito intervento in tema, di livello nazionale....*".

Se la necessità di pervenire all'elaborazione di una compiuta disciplina a livello nazionale trova, dunque, stimolo e motivazione alla luce dei predetti interventi regionali, non si può neppure tacere l'importanza del ruolo svolto in tale contesto dalle organizzazioni di settore, le quali, con sforzi notevoli, sono riuscite ad addentrarsi nei percorsi legislativi intrapresi dalle varie regioni e a far contemplare le proprie esigenze all'interno di specifiche norme.

Orbene, i rilievi appena esposti consentono di tracciare un preciso *iter* degli eventi, a partire dall'intensa attività svolta sul territorio dagli operatori del Cees dalla quale deriva il fermento legislativo caratterizzante l'ambito regionale, il quale sarebbe, a sua volta, ragione di un intervento di carattere nazionale.

Se il merito ascrivibile agli interventi regionali è incontestabile alla luce delle osservazioni appena svolte, occorre però a questo punto cercare di comprenderne meglio la portata al fine di poterne valutare l'efficacia.

Pur premettendo che gli interventi di cui si discorre si presentano, nella loro eterogeneità, contraddistinti da una “linea di fondo” comune, essendo gli stessi fortemente incentrati sulla necessità di fornire un sostegno concreto al movimento equo e solidale ed agli operatori del settore, risulterà senz’altro opportuno, ai fini della presente analisi, valutare le singole leggi nonché progetti di legge differenziandole per tipologie.

In tal senso, è possibile discorrere di tre diverse categorie di interventi, vale a dire, del primo, del secondo e del terzo tipo.

Negli interventi del primo tipo rientrerebbero i progetti di legge della Regione Veneto, della Regione Lombardia e della Regione Piemonte. Tali interventi, infatti, lungi dall’essersi tradotti in leggi, presentano ancora più di un’incertezza.

Negli interventi del secondo tipo rientrerebbero invece le leggi della Regione Toscana e della Regione Abruzzo, nonché l’art. 26 della Regione Friuli Venezia Giulia, le quali, nonostante gli interessanti profili legislativi, appaiono per certi versi incomplete e piuttosto sommarie.

Maggiormente notevoli, al contrario, sembrano gli interventi del terzo tipo, tra i quali è senz’altro il caso di annoverare le recenti leggi della Regione Umbria, Liguria e Marche. Tali interventi, si mostrano, infatti, rispetto ai precedenti, molto più dettagliati e precisi risultando più efficaci per quanto attiene alla gestione della materia nonché più concreti sotto il profilo degli strumenti da adottare.

La ragione di tale maggiore efficacia non è d’altro canto casuale ed invita a riflettere profondamente sullo stile e sul carattere dei suddetti schemi di legge, consentendo di rilevare una interessante condivisione di intenti e di forme rispetto al recentissimo disegno di legge nazionale.

Come si è già avuto modo di osservare in precedenza, le citate leggi, rientranti negli interventi del terzo tipo, si muovono sulla stessa linea della proposta di legge nazionale richiamandone, in più di una occasione, definizioni e contenuti.

Tale circostanza al di là dell’univocità di prospettiva, consente una ulteriore deduzione concernente, nello specifico, la rilevanza della citata proposta di legge nazionale, la quale seppur non ancora approvata, costituisce già nella pratica un valido modello al quale ispirare i singoli interventi locali.

Le osservazioni appena svolte appaiono tra l’altro utili ed imprescindibili proprio nell’ottica di una auspicabile sistematizzazione degli interventi di carattere regionale.

L’importanza, infatti, di un quadro organico ed ordinato - quale potrebbe essere appunto quello dettato da una scelta normativa di ordine nazionale - sulla base del quale orientare e

modellare gli interventi regionali, si configurerebbe in tale contesto come un'operazione necessaria e doverosa di fronte alle costanti richieste di tutela provenienti dall'interno del settore - dunque dalle organizzazioni - e dall'esterno - dunque dai consumatori; ciò al fine di evitare orientamenti difformi e disomogenei e di scongiurare il pericolo che gli interventi regionali prendano, per così dire, strade diverse.

PARTE III

MODELLI COMPARATI DI REGOLAMENTAZIONE GIURIDICA DEL FAIR TRADE

CAPITOLO PRIMO

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE IN CANADA: QUALI TEORIE PER QUALI PRATICHE?

1.1 Introduzione e piano di lavoro

A partire dagli anni novanta ed in particolare dopo l'introduzione dell'etichetta "*fair trade certified*", il fenomeno del commercio equo e solidale ha conosciuto una considerevole crescita anche in Nord America.

Recenti studi e sondaggi condotti in tema¹⁴³ mostrano, in effetti, come, negli ultimi anni, la diffusione di tali prodotti sui mercati canadesi sia notevolmente aumentata, e per certi versi addirittura esplosa, raggiungendo, in alcuni casi, percentuali davvero altissime.

Tali dati sono particolarmente visibili, ad esempio, con riguardo al mercato del caffè, il quale costituisce, più di ogni altro, un modello rappresentativo in proposito.

Orbene, l'analisi che segue intende articolarsi proprio a partire da tali statistiche e più specificamente da quelle relative al "*fair trade coffee*" e ciò allo scopo di valutare, al di là dell'entità del fenomeno in sé e dei suoi profili storico-evolutivi, l'inevitabile complessità che connota e caratterizza, attualmente, il mercato dei "*fair trade products*" in Canada; in tal senso, e a scopo esemplificativo, si analizzeranno alcuni tra i più noti marchi di caffè equo solidale commercializzati nel paese ed in parte certificati da "*Transfair Canada*".

Attraverso tali dati sarà dunque possibile esplorare più da vicino l'atteggiamento dei consumatori canadesi e soprattutto riflettere in maniera compiuta sul clima di diffidenza e di incertezza che caratterizza allo stato il contesto in oggetto, soffermandosi in particolare sugli effetti delle cc.dd. "pratiche eque" e sull'esigenza di elaborare un quadro giuridico in materia, in virtù del quale colmare un vuoto normativo pericoloso per il consumatore.

Molte imprese, infatti - così come si è avuto modo di osservare d'altro canto anche in Europa - mosse unicamente dalla logica del profitto, hanno ritenuto assai proficuo insinuarsi all'interno di tale settore pur senza dividerne principi e criteri ma semplicemente sfruttando il crescente interesse nutrito dal pubblico verso tali tipi di prodotti; tale atteggiamento, il quale ha finito per corrispondere ad una impressionante moltiplicazione di marchi e di etichette dal

¹⁴³ Sul punto si veda il recente studio condotto da D. Cuming e pubblicato da *L'Union des consommateurs* dal titolo "*Commerce équitable: bâtir des règles de marché claires pour les consommateurs*", Montréal (Québec), Juin 2002.

valore alquanto impreciso e discutibile, solleva e pone questioni di legittimità nonché di trasparenza e di protezione nei confronti dei consumatori e invita a riflettere, dunque, sulla necessità di pervenire all'elaborazione di strategie e strumenti volti a regolamentare il settore.

Ebbene, proprio nell'ambito delle osservazioni inerenti l'assenza di un inquadramento giuridico attuale in materia, si collocano le riflessioni aventi ad oggetto le iniziative volontarie messe a punto in tema di qualificazione dei prodotti equo-solidali, con riferimento dunque sia a "*les auto-déclarations équitables*" che a "*les certifications équitables*", strutturate al loro interno in "*certification par une tierce partie*" e "*certification de seconde partie*".

Alla luce di tali riflessioni ci si soffermerà, dunque, con maggiore precisione e accuratezza, sulle strategie e sulle tecniche adoperabili nell'ottica di una regolamentazione giuridica ufficiale del "*fair trade*" in Canada.

Più dettagliatamente, sotto tale ultimo profilo, l'analisi si articolerà a partire da una ricognizione critica di alcuni interventi normativi - di rango federale e provinciale - già esistenti e potenzialmente atti, secondo una parte della dottrina canadese, ad incorporare il fenomeno, quali appunto la "*loi sur les marques de commerce*", la "*loi sur les aliments et drogues*", la "*loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*", la "*loi canadienne sur la concurrence*"; in particolare, sempre nell'ambito di tali interventi, ci si soffermerà su "*la loi québécoise sur les appellations réservées*" la quale rappresenta, nell'opinione di alcuni autori, una proposta interessante in termini di modello cui ispirarsi nella costruzione di una futura legge sul commercio equo e solidale.

Al di là degli intenti giuridici appena menzionati risulterà altresì interessante, sempre in termini di possibili strategie d'azione applicabili in tema, riflettere su "*le droit du consommateur à une information claire et précise*", diritto quest'ultimo, in grado di legittimare ulteriormente l'esigenza di pervenire ad una precisa definizione giuridica del fenomeno in esame, nonché di giustificare, eventualmente, la creazione di un sistema di certificazione o accreditamento statale (obbligatorio o facoltativo). In parallelo, e sempre a scopo esemplificativo, risulterà altresì importante soffermarsi sull'analisi di quegli interventi elaborati a livello locale, cc.dd. "*policies*", le quali risultano, seppur in un'ottica piuttosto ristretta, diretta espressione di una tecnica regolamentativa differente, vale a dire di "*bottom up*".

Una volta esaminati tali percorsi e indipendentemente dalla forma o dalla veste giuridica che un'azione normativa in materia dovrebbe avere, risulterà senz'altro opportuno spendere qualche considerazione conclusiva in ordine agli elementi ed ai connotati cc.dd. "essenziali" che dovrebbero comunque caratterizzare e dunque necessariamente essere presenti all'interno di un intervento di questo tipo; nell'ambito di tali considerazioni sarà quindi possibile sottolineare le

condizioni e le raccomandazioni, per così dire auspicabili, nell'ottica di un intervento ragionato in materia, in vista degli scenari futuri e dalle scelte legislative che saranno oggetto di applicazione concreta nel suddetto campo.

1.2 Il “Fair Trade” in Canada: analisi storica e profili attuali a partire da alcuni dati significativi, con particolare riguardo al mercato del caffè

Come si accennava, sul finire dagli anni novanta, e precisamente dopo l'introduzione dell'etichetta “*fair trade certified*”, il fenomeno del commercio equo e solidale è cresciuto considerevolmente anche in Nord America.

Secondo quanto riportato, ad esempio, in uno studio condotto sul mercato del caffè, da “*Transfair U.S.A.*” nel 1997, il 49% dei consumatori (sia statunitensi che canadesi) si era dichiarato, già all'epoca, disposto ad acquistare caffè equo e solidale, purché certificato e di qualità, e circa la metà della percentuale sondata (dunque quasi il 25%) aveva affermato di essere persino pronta a pagare 1\$ in più (a libbra) per tale tipo di prodotto.

Un altro studio, condotto solo qualche anno dopo, e precisamente nel 1999, da “*Evans/McDonough Company*” (*État de Washington*)¹⁴⁴, aveva addirittura mostrato dei dati ancor più significativi in proposito, evidenziando che ben il 77% delle persone intervistate si era dichiarato disposto ad acquistare caffè equo solidale e ciò nella misura in cui lo stesso fosse risultato comparabile, in termini di costi e di qualità, rispetto ad un caffè “tradizionale”; gli stessi dati erano stati poi successivamente aggiornati, a distanza di poco tempo, al fine di sottolineare il sorprendente mutamento di coscienza e di consapevolezza del pubblico rispetto a tali prodotti, il 69% dei consumatori aveva, infatti, dichiarato, nel 2001, di essere propenso a tali tipi di acquisti anche in presenza di un prezzo superiore.

Concordi anche le percentuali rilevate, negli stessi anni, dalla Commissione Nord Americana di Cooperazione Ambientale (*The Nord American Commission for Enviromental Cooperation*) nell'ambito di un'inchiesta dal titolo “*Mesurer l'intérêt du consommateur pour le café d'ombre du Mexique: une évaluation des marchés canadiens, mexicains et américains*”, dalle quali traspare una tendenza, particolarmente accentuata nel pubblico canadese (rispetto a quello messicano e statunitense), a pagare un prezzo maggiore per l'acquisto di un caffè di qualità, prodotto senza l'uso di pesticidi né fertilizzanti da parte dei piccoli coltivatori¹⁴⁵.

L'indice di maggiore gradimento e la notevole inclinazione del pubblico verso i prodotti del mercato equo solidale, ed in particolare del mercato del “*fair trade coffee*”, risultano tra l'altro confermate anche da recenti ricerche e sondaggi¹⁴⁶, nell'ambito dei quali è dato altresì

¹⁴⁴ Cfr. Dati estratti da uno studio condotto da *Evans/McDonough Company* per la *Foundation Songbird Benchmark* 1999/2001.

¹⁴⁵ Si noti in particolare che sebbene lo studio non riguardi direttamente il mercato dei prodotti equo solidali, lo stesso appare alquanto significativo e rappresentativo sul punto.

¹⁴⁶ Un recente studio, riportato, sul sito di *Transfair Canada* nella sezione statistiche, ha in effetti evidenziato una interessante e sempre più costante inclinazione dei consumatori canadesi verso il caffè equo solidale. All'interno

evincere una percentuale davvero sorprendente, in termini di vendita di tali prodotti¹⁴⁷, discorrendosi di un aumento pari addirittura al 100% annuo¹⁴⁸.

Orbene, i dati appena menzionati meritano di essere altresì valutati ed approfonditi alla luce di una serie di considerazioni storiche relative all'evoluzione del "fair trade market" in Canada, le quali valgono a sottolineare con maggiore intensità la sorprendente ed inaspettata crescita di tale mercato solo nel corso di pochi decenni.

In effetti, se la posizione del Canada, in termini di percentuali relative ai consumi di caffè, è cresciuta considerevolmente e costantemente nel periodo immediatamente successivo alla seconda guerra mondiale¹⁴⁹, al contrario è possibile affermare che il suo contributo storico nei confronti del "fair trade coffee market" non è risultato altrettanto incisivo, rivelando - in principio - addirittura percentuali piuttosto scarse in termini di apertura nei confronti del fenomeno, soprattutto se comparate con quelle dei paesi europei¹⁵⁰.

del documento si legge, infatti, ".....coffee is the number one beverage for Canadians...two thirds of Canadian adults drink coffee every day....and more than 80 per cent are occasional coffee drinkers. The average Canadian drank 93.7 litres of coffee in 2004. A popular stimulant, over 70 per cent of coffee in Canada is consumed before noon...." Considerato dunque che il caffè rappresenta la bevanda preferita per eccellenza dai consumatori canadesi e considerate appunto le percentuali di caffè bevuto, non sorprende che le percentuali relative alle vendite di caffè equo solidale siano altrettanto alte all'interno del paese; si legge, ancora ".....sales of fair trade coffee in Canada are growing rapidly each year. In 2005, 1,368,193 Kg of Fair Trade certified roasted coffee were sold in Canada, generating CA \$4.1 million in retail sales....".

¹⁴⁷ Secondo quanto affermato da Chantal Havard, Media and Public Relations - Transfair Canada, in una intervista rilasciata il 15 Aprile del 2006 al Journal de Montréal, le vendite dei prodotti equo solidali, nell'anno 2005, hanno sfiorato i 45 milioni di dollari. Tale valutazione, confrontata con le percentuali attualmente riportate sul sito di Transfair Canada, evidenzia un aumento più che considerevole in termini di fatturato; le ultime statistiche mostrano infatti che nell'anno 2006 le vendite di tali prodotti hanno raggiunto gli 80 milioni di dollari e nel 2007 hanno addirittura sfiorato i 120 milioni.

¹⁴⁸ Sul punto si veda il recente studio pubblicato da *L'Union des consommateurs*, op. cit., pp. 4 e ss. E nello specifico l'Annexe 2, dalla lettura del quale è dato ricavare che il consumo di caffè equo e solidale in Canada è aumentato, a partire dal 1998, del 100% annuo. In particolare, all'interno del suddetto documento, il quale consta altresì di una serie di interviste dirette con Transfair USA e Transfair Canada, si legge "...entre 1999 et 2001, les ventes de café équitable aux USA ont augmenté de 30 à 40 % par an. Au Canada, les ventes ont augmenté de presque 100% par an depuis 1998.....".

¹⁴⁹ Sul punto si vedano in particolare le statistiche on line di UNCTAD, Handbook of statistics, <http://stats.unctad.org>. Ebbene, proprio sulla base di tali dati è possibile osservare come, facendo seguito alla tendenza generale che ha caratterizzato le vendite del caffè nei paesi del c.d. "capitalismo avanzato", anche il Canada ha mostrato delle altissime percentuali in termini di consumo di tale prodotto classificandosi, nel periodo successivo alla seconda guerra mondiale, come una delle maggiori "consuming-coffee nation". Negli anni 70/80 il Canada ha importato circa il 2% del caffè del mondo (78,000 tonnellate), anche se, la vera e propria espansione dell'industria canadese nell'ambito del mercato del caffè è iniziata a partire dal 2000, anno in cui tale paese si è classificato al settimo posto tra i più grandi importatori di caffè al mondo, contando circa il 3% delle importazioni di caffè (171,000 tonnellate). In particolare il boom, verificatosi appunto in termini di aumento delle vendite del caffè, può essere attribuito ad una serie di fattori differenti, tra cui le campagne pubblicitarie avviate dalle società coinvolte nel settore, desiderose di espandere il loro mercato, ma anche il rapido declino dei prezzi del caffè a seguito del crollo dell'ICA (International Coffee Agreement) nel 1989; ciò che ha giocato un ruolo significativo in termini di crescita della domanda di questo tipo di prodotto da parte dei consumatori. Dal 1986 al 2001 la percentuale di importazione totale di caffè in Canada è cresciuta di oltre il 75%.

¹⁵⁰ Sul punto, si vedano, in particolare, le statistiche on line di International Coffee Organization (2005), *Historical data*, <http://www.ico.org/asp/display3.asp>. e di FLO (2005), sulla pagina web, <http://www.fairtradenet/sites/products/coffee/markets.html>

La storia del “*fair trade network*” in Canada può, dunque, essere tracciata a partire dagli anni 40/50 attraverso gli sforzi compiuti dai missionari cristiani particolarmente impegnati nella vendita di prodotti di artigianato provenienti dai paesi del Sud; tuttavia, al di là di tali lodevoli sforzi, occorre senz’altro segnalare, più di ogni altro, l’impegno profuso in tale contesto delle cc.dd. associazioni di commercio alternativo, tra cui spiccano in particolare il “*Mennonite Central Committee (MCC)*”, cui va il merito di aver intrapreso i primi progetti di sostegno e promozione delle attività in tale contesto¹⁵¹, e “*Bridgehead Trading*”¹⁵², la prima ATOs ad importare “*fair trade commodities*” in Canada, ed più precisamente la prima ad aver introdotto il “*fair trade coffe*” nel paese¹⁵³.

Orbene, a parte il fermento iniziale che ha indiscutibilmente contraddistinto le prime iniziative intraprese nel settore¹⁵⁴, e che potrebbe qualificarsi quale “effetto quasi naturale” di ogni nuovo mercato, occorre tuttavia sottolineare, come si accennava poc’anzi, la lenta evoluzione che ha contrassegnato la crescita e l’espansione del fenomeno all’interno del paese, la quale, trova più di una risposta nel difficile ruolo svolto dalle ATOs, in quanto principali vettori del “*fair trade movement*”.

In tal senso, un maggiore approfondimento dei caratteri fisionomici delle stesse e del cambiamento che ha interessato la loro struttura nel corso dell’ultimo ventennio, consentirà di

¹⁵¹Tra cui appunto il “*Selfhelp Crafts program*” un’interessante iniziativa che si è trasformata poi nel 1996 in “*Ten Thousand Village*”, un’organizzazione no profit, membro di IFAT, che oggi opera con successo nel campo del commercio equo. In particolare, secondo quanto reperito su www.tenthousandvillages.com “*Ten Thousand Villages began in 1946 when Edna Ruth Byler, a Mennonite Central Committee (MCC) worker, visited volunteers in Puerto Rico who were teaching sewing classes in an effort to help improve the lives of women living in poverty. From this trip, Edna brought several pieces of embroidery home to sell to friends and neighbours. The pieces became quite popular and she soon added cross-stitch needlework from Palestinian refugees and hand carved Haitian woodenware to her inventory. In the early 1970s, the flourishing project moved out of Byler’s basement and became SELFHELP CRAFTS, an official MCC program. Thousands of loyal customers and volunteers have helped to build this program into the strong alternative trading organization that, in 1996, became known as Ten Thousand Villages*”. Oggi il suo volume d’affari annuale si è esteso dai 3 ai 15 milioni di dollari.

¹⁵² Bridgehead, creata negli anni 80, era in origine una associazione dedita al commercio alternativo, sul modello delle ATOs, volta dunque a favorire la commercializzazione di prodotti alimentari e di artigianato provenienti dai paesi del sud. In seguito alla sua ristrutturazione, Bridgehead si è specializzata nella vendita di caffè equo certificato da Transfair Canada conoscendo, negli ultimi anni una espansione davvero considerevole dati, appunto, i notevoli incrementi relativi alle vendite del “*fair trade coffee*”; la stessa è giunta addirittura ad ampliare e quasi a triplicare il proprio volume di vendite annuali, che ammonta, oggi, a più di 3 milioni di dollari.

¹⁵³ All’inizio, tale organizzazione, composta da “*ministers of United Church*” e da attivisti nel campo della giustizia sociale, era dedita per lo più ad attività di compra-vendita del caffè, prodotto dai piccoli coltivatori del Nicaragua, allo scopo di contrastare gli effetti dell’embargo commerciale degli Stati Uniti nonché quelli della guerra civile sponsorizzata contro il governo socialista dell’epoca durante questi anni la stessa svolgeva le attività di vendita di tali prodotti all’interno dei seminterrati delle Chiese di Toronto. Col tempo tuttavia, e più precisamente sul finire degli anni 90, il supporto nei confronti della suddetta organizzazione è cresciuto notevolmente anche e soprattutto grazie all’impegno profuso in tal senso da Oxfam Canada, cui si deve tra l’altro il merito di aver avviato iniziative di diffusione ed informazione nel settore del “*Fair Trade*”, nonché di sensibilizzazione dei consumatori nei confronti dei prodotti realizzati nell’ambito di tale mercato.

¹⁵⁴ In particolare per un maggior approfondimento sul punto si veda il recente studio di G. Fridell, *Fair Trade Coffee. The Prospects and Pitfalls of Market-Driven Social Justice*, Toronto, 2007, pp. 232 e ss.

riflettere più accuratamente su tale circostanza e di ricavare dei dati significativi proprio in ordine ai differenti andamenti e sviluppi del “*fair trade movement*” in Canada.

A partire dal 1970, dunque, e per tutto il corso del ventennio seguente, fino al 1997, è possibile osservare come il mercato del “*fair trade*” in Canada non conosca particolari sviluppi, assestandosi piuttosto su percentuali molto basse in termini di vendite e di diffusione di tali tipi di prodotti, e come lo stesso si sia per così dire “liberato” solo sul finire degli anni novanta¹⁵⁵.

Proprio a partire da tali anni, come si diceva, è possibile datare, infatti, la lenta espansione del fenomeno, la quale si è effettivamente realizzata in coincidenza con la fase di profondo cambiamento che ha interessato le organizzazioni di commercio alternativo all’interno del paese.

Tali anni, infatti, hanno rappresentato un momento di significativa evoluzione e riorganizzazione per le “*fair trade ATOs*” in Canada, le quali si sono trovate a dover fronteggiare, in ragione dei naturali cambiamenti socio-economici, una serie di notevoli difficoltà inerenti la mancanza di capitale e soprattutto le scarse strategie manageriali; alla luce di tali esigenze, le stesse hanno per così dire intrapreso dei percorsi di professionalizzazione volti a promuovere lo sviluppo di nuove tecniche organizzative e l’adozione di iniziative di marketing in virtù delle quali poter diffondere i “*fair trade products*” e poter dunque competere con le corporazioni cc.dd. convenzionali.

Guardando ad associazioni quali “*Selfhelp*” ma anche “*Bridgehead*”, ad esempio, è possibile valutare e cogliere a pieno le fasi di mutamento del fenomeno all’interno del paese e comprendere nella specie come il profondo cambio di struttura e di organizzazione delle stesse associazioni abbia coinciso con la crescente espansione del movimento; in tal senso c’è chi discorre propriamente di un cambiamento che ha portato alla rinascita del settore¹⁵⁶.

¹⁵⁵ Si noti, ad esempio, come le percentuali di vendita di *Selfhelp Ccrafts*, le quali risultavano stagnanti negli anni 90, abbiano conosciuto un clamoroso decollo sul finire degli stessi anni e siano appunto cresciute tra gli 1.4 e gli 1.7 milioni di dollari per anno a partire dal 1998. Ed in particolare come, l’adozione delle nuove strategie commerciali e tecnico-organizzative, ancor più accentuate dalla trasformazione di *Selfhelp Ccrafts* in *Ten Thousand Villages Canada*, abbia determinato una repentina crescita delle suddette percentuali di vendita, le quali hanno raggiunto i 4.67 milioni di dollari nel 2003.

¹⁵⁶ Per un più ampio approfondimento sul punto si veda G. Fridell, *Fair Trade Coffee. The Prospects and Pitfalls of Market-Driven Social Justice*, op. cit., pp. 233 e ss., il quale sottolinea precisamente tale situazione. In particolare, all’interno del suo recente contributo, dedicato, come si diceva, proprio all’analisi del *fair trade market* in Canada, ed il quale consta tra l’altro di recenti aggiornamenti in tema, si legge espressamente “.....*These changes have led to revival of sales growth...in 1999, TTV Canada’s annual sales leapt up to \$2.37 million and grew steady up to \$4.67 million in 2003...*”. Lo stesso si sofferma in particolare sulle nuove strategie adoperate da *Ten Thousand Villages* spiegando come tali cambiamenti abbiano profondamente inciso sulla rinascita e sul rilancio delle vendite nel settore in esame. Sul punto si legge “...*The new strategy adopted by TTV entailed two major changes in its purchasing and product development policies. First, TTV abandoned its tradition of honouring artisans’ indigenous knowledge and artistic skills through limited product intervention in favour of purchasing products based on saleability and suggesting changes to meet market trends...Second, TTV redirected the majority*

Il passaggio da associazioni ad organizzazioni, infatti, così come la scelta di dedicare maggiore attenzione alle aspettative ed ai bisogni dei consumatori e di sviluppare delle nuove politiche in linea con i *trends* del mercato, o ancora, il rinnovamento del direttivo e nel caso di “*Selfhelp*” anche il la trasformazione in “*Ten Thousand Villages*”, si configurano quali elementi-chiave nel percorso storico-evolutivo del “*fair trade movement*”, e consentono di spiegare, in parte, le ragioni del rapido decollo del settore.

Non è un caso, infatti, che il cambio di gestione di “*Bridgehead*”, ad esempio, venduta nel 1998 a “*Shared Interest*”, una cooperativa di credito inglese, e la scelta di specializzare ed orientare la propria attività solo sul mercato del caffè abbia coinciso con il rilancio dell’organizzazione stessa e con l’apertura di nuovi punti vendita con conseguenti ripercussioni positive in termini di maggiore diffusione e vendita dei “*fair trade products*” nel paese.

Nell’analisi dei profili storico-evolutivi del “*fair trade phenomenon*” in Canada, occorre altresì menzionare il significativo contributo apportato dalla campagne di boicottaggio realizzate ad opera dei “*canadian social justice activist*”, le quali hanno spinto pure in maniera notevole verso un ampliamento del settore. Su tutte si pensi, ad esempio, alla famosa campagna avviata ad esempio da “*Équiterre*”¹⁵⁷, che ha avuto come bersaglio una delle più grandi compagnie di caffè canadesi e che è consistita nelle incessanti richieste rivolte all’azienda dai *supporters* di “*Équiterre*” - i quali per circa 3 anni hanno inviato milioni di cartoline all’amministratore di “*Van Houtte*” - e orientate a richiedere alla stessa di includere anche il “*fair trade coffee*” all’interno della propria attività di commercializzazione; tali sforzi hanno visto i risultati sperati, nel 2002, anno in cui la compagnia ha ceduto alle pressioni, scatenando una sorta di effetto a catena anche su altre note compagnie quali “*Starbucks Canada*” e “*Timothy’s World Coffee*” le quali hanno dunque iniziato ad includere tra la loro gamma di prodotti anche il “*fair trade coffee*”.

Orbene, oltre al notevole impegno profuso dagli attivisti del settore nonché al contributo delle prime ATOs, cui si accennava nelle pagine precedenti, occorre altresì evidenziare come il recente sviluppo del settore sia anche la risultante di un ulteriore e quanto mai significativo

of its purchases towards larger, more sophisticated Southern partners who were willing and able to invest over a three-year period in becoming more technically efficient, increasing volume, producing more quickly, and expanding its product line....”.

¹⁵⁷ Fondata negli anni 90 ed operante per lo più nella provincia del Quebec, tale organizzazione è particolarmente impegnata in progetti riguardanti “*ecological agriculture, fair trade, sustainable transportation and energy efficiency*”.

Nello specifico, per quanto attiene alle iniziative sul *Fair Trade*, secondo quanto reperito sul sito internet www.equiterre.org, “*Equiterre’s Fair Trade program was created to enable consumers to use their buying power to oppose existing inequalities in international trade. In purchasing fair trade products certified by Transfair Canada, the consumer-actor allows small farmers in the South to obtain a fair price for the products they cultivate, such as coffee, tea, sugar and cocoa*”.

fattore, concernente precisamente le iniziative di certificazione dei prodotti, e nello specifico la creazione di sistemi atti a tali scopi. Così come nel resto del mondo, dunque, anche in Canada l'incremento del "fair trade network" merita di essere letto e soprattutto spiegato anche alla luce del ruolo svolto da organizzazioni quali "Transfair Canada"¹⁵⁸.

Recenti studi¹⁵⁹, condotti in tema, confermano in effetti tali riflessioni, e consentono propriamente di legare il decollo del "fair trade market" all'introduzione del marchio "fair trade certified", sottolineando come le vendite dei "fair trade products", tanto in Canada quanto negli Stati Uniti, ed in particolare quelle relative al mercato del caffè, siano aumentate sorprendentemente proprio in ragione dell'importante attività svolta da tali tipi di organizzazioni di certificazione.

In tal senso c'è chi discorre di un vero e proprio cambiamento strutturale che ha interessato i mercati canadesi dei prodotti equo solidali¹⁶⁰ - che ha determinato effetti sorprendenti quali il quadruplicarsi delle vendite nell'arco di soli due anni - e che è merita di essere attribuito proprio a "Transfair Canada", che, oltre ad qualificarsi come il primo organismo di certificazione dei "fair trade products" comparso sui mercati canadesi, permane tutt'ora quale unica organizzazione atta a svolgere tale attività all'interno del paese.

¹⁵⁸ *Transfair Canada*, conosciuta all'origine con il nome di *Fair Trade Mark*, è stato il primo organo di certificazione del commercio equo a comparire sui mercati canadesi e permane tutt'ora quale unica organizzazione indipendente di certificazione in Canada di prodotti appartenenti a questo tipo di mercato; la stessa aderisce alle norme stabilite da FLO e, come si legge sul suo sito internet www.transfair.ca, "...la mission de cet organisme est d'améliorer les revenus et la qualité de la vie des petits producteurs des pays de Sud en favorisant le commerce de produits équitables au Canada...et de sensibiliser et fidéliser les consommateurs aux produits équitables vendus au Canada". *Transfair Canada* è stata fondata nel 1994 ma ha iniziato a svolgere effettivamente la propria attività solo a partire dal 1997/1998; allo stesso modo *Transfair U.S.A.* è stata fondata nel 1995, ma ha iniziato a rilasciare certificazioni solo a partire dal 1998. Per un più ampio approfondimento sul punto si veda G. Fridell, *Fair Trade Coffee. The Prospects and Pitfalls of Market-Driven Social Justice*, op. cit., pp. 234 e ss., il quale sottolinea con maggior vigore come il decollo del fenomeno del fair trade sia iniziato proprio a partire da tali anni in conseguenza dell'attività svolta da tali organizzazioni. A tal proposito si legge, all'interno del capitolo dedicato all'evoluzione del fenomeno del Fair Trade in Canada, "*Transfair Canada was founded in 1994 but not was fully operational and did not give out its first certification seal until 1997, nearly nine years after Max Havelaar had been established in the Netherlandsr.....Since then, sales of fair trade certified coffee have grown rapidly, quadrupling in Canada and multiplying by thirty-seven in the United States from 1998 to 2000....*"

¹⁵⁹ *Id.*, pp.235 e ss.

¹⁶⁰ Nel recente studio pubblicato da *L'Union des consommateurs*, op. cit., pp. 13 e ss. si discorre precisamente di un cambiamento che ha inciso radicalmente sulla struttura dei mercati canadesi dei prodotti equo solidali e che si è verificato a partire dal 1994 con l'arrivo di *Fair Canada*. Più specificamente all'interno del documento si legge "...*Fair Canada, un label indépendant pou le café, créé sur le modale de Max Havelaar...en 1997 Fair Canada devient un membre officiel du FLO.Grâce à una campagne menée en 1997 et 1998 sur le café équitable, campagne qui a suscité l'intérêt du public, les industriels se sont intéressés au commerce équitable du café et en 2001, plus de 60 entreprises signaient des accords de licence. Le volume des ventes du café équitable est passé de 22 tonnes métriques en 1998 à 260 tonnes métriques en 2001...Fair Canada a changé de dénomination sociale et est devenu Transfair Canada en 2000. Depuis 2001, il suit le modèle du FLO en diversifiant les produits offerts pour licence. Ainsi, en 2002, Transfair Canada a lancé sur le marché canadien d'autres produits certifiés soit le cacao, le thé et le sucre...*". Tali dati mostrano in maniera più che evidente il sorprendente aumento verificatosi in termini di volume di vendite di questi prodotti in seguito all'azione di *Fair Canada*.

Le statistiche più recenti¹⁶¹ segnalano, infatti, che il totale delle vendite dei prodotti “*fair trade certified*” in Canada, è in costante incremento e che, a parte i soddisfacenti risultati inerenti il mercato del caffè, è altresì possibile verificare, allo stato, anche sostanziali aumenti nelle vendite di altri tipi di “*fair trade products*”, recanti tale marchio, quali ad esempio il cacao, le banane, lo zucchero, il tè, il riso, il cotone, il vino e persino i fiori, i quali aumenti sono tra l’altro particolarmente visibili con riferimento agli anni 2005, 2006 e 2007.

Altrettanto crescente risulta il numero dei punti vendita impegnati nel settore, ed in particolare in quello del “*fair trade coffee*”, all’interno del quale si contano circa 600 “*outlets nationally*”, di cui 284 (circa il 47% del totale) situati nella provincia del Quebec¹⁶², il 21% in Ontario, il 17% in British Columbia, il 7% in Alberta ed il restante 7% nel resto del Canada¹⁶³.

Tali dati risultano ancor più significativi se si considera che a partire dal 1997/98 ad oggi tale mercato ha conosciuto uno sviluppo costante, quasi del tutto privo di inflessioni, ma caratterizzato, al contrario, da percentuali tutt’ora in netta ascesa¹⁶⁴.

¹⁶¹ Relative all’anno 2008 e pubblicate sul sito www.transfair.ca.

¹⁶² La concentrazione quasi “sproporzionata” dei punti vendita dei “*fair trade products*” nella provincia del Quebec, che ha quasi la metà di tutti i negozi presenti in Canada, può probabilmente essere spiegata alla luce degli sforzi e del notevole impegno profuso in tal senso dalle associazioni attive nel settore, quali ad esempio *Montreal-based NGO Équiterre*, cui si accennava tra l’altro nelle pagine precedenti, e cui si deve l’ampia diffusione del fenomeno. Inoltre, occorre pure considerare tra i fattori particolarmente incidenti in tal senso, anche il differente stile di vita e le diverse abitudini degli abitanti del Quebec, i quali sono tradizionalmente più inclini a tali tipi di consumi, preferendo inoltre realizzare i propri acquisti alimentari all’interno di piccoli negozi specializzati, piuttosto che all’interno delle grandi catene distributive. Il *Fair trade coffee*, ad esempio, è venduto quale “*gourmet product*” ed il suo prezzo è notoriamente più alto rispetto a quello del caffè tradizionale ed esistono, nella suddetta provincia, numerosi negozietti specializzati nella vendita di questo prodotto. Tali considerazioni trovano conferma nelle recenti inchieste condotte in tema da cui emerge, ad esempio, che nel 2001 la media delle famiglie in Quebec ha dedicato il 12% in più della sua spesa settimanale all’acquisto di caffè e il 28% in più nell’acquisto di prodotti venduti all’interno di negozi di specialità alimentari; tali percentuali, rilevate rispetto alla media nazionale, indicano una maggiore preferenza degli abitanti del Quebec per il “*fair trade coffee*” ed in generale per i prodotti speciali.

¹⁶³ Sul punto, si vedano, in particolare, le statistiche on line presenti sul sito di transfair www.transfair.ca.

¹⁶⁴ I dati appena menzionati risultano tra l’altro particolarmente apprezzabili considerato l’attuale momento di crisi economica mondiale. Sul punto si notino ad esempio i commenti e le opinioni espresse durante il *World Export Development Forum (WEDF)*, tenutosi nell’ottobre dello scorso anno (8-11 Ottobre 2008) presso l’*International Trade Centre- Montreux (Switzerland)*, nel corso del quale si è discusso proprio sulle sorti future di un mercato quale appunto quello del *Fair Trade*. “...*The market for such goods will likely take a temporary hit, but will bounce back, they predicted. In fact, the sector continues to be a good investment. The market is relatively robust. Given the current downturn, there will likely be a short-term hit, but there is much more potential than its current size...*”. Secondo quanto espresso, dunque, da Gareth Thomas, *UK Minister of State at the Department for International Development*, il mercato dei prodotti del *fair trade* continua ad essere un buon investimento, in quanto il mercato è relativamente robusto e soprattutto presenta un alto potenziale in termine di investimenti future; in particolare lo Thomas si è soffermato su alcune percentuali relative alle vendite di tali prodotti nel Regno Unito affermando che “...*that UK sales of fair-trade labelled goods rose 1000% in the last decade, with a 50% increase in the past quarter compared to a year earlier...*”. Concorde anche il parere di Alex Brigham, *Executive Director of The Ethisphere Institute, based in the US* il quale in proposito ha dichiarato “*Not only is the market for ethically grown and traded products here to stay, it is a growth market...*”...incitando ad investire nel settore “...*Strong organizations invest in times of trouble... Indications are that fair trade products keep their market when the price premium stays below 3%...*”.

1.2 a) (Segue) “*les pratiques du commerce équitable*”: analisi di alcune “*réclames équitables*” e valutazione delle conseguenze di tali pratiche sui consumatori canadesi

Orbene, l’analisi che segue intende articolarsi, come s’accennava, proprio a partire dalle percentuali appena esposte, al fine di sottolineare l’attuale complessità che caratterizza oggi il mercato del “*fair trade*” in Canada ed il conseguente bisogno di chiarezza e trasparenza nei confronti dei consumatori che si rivolgono a tale tipi di prodotti.

In tal senso, l’esame delle cc.dd. “pratiche eque”, diffuse nel settore, può rappresentare una ulteriore chiave di lettura, consentendo di inquadrare ancor più da vicino le proporzioni e la complessità del fenomeno e di esplorare l’atteggiamento dei consumatori canadesi nonché il clima di diffidenza e di incertezza che caratterizza allo stato il contesto in oggetto; ciò che legittima ancor di più, come si dirà in seguito, l’esigenza di elaborare un quadro giuridico in materia, in virtù del quale colmare un vuoto normativo pericoloso per il consumatore.

Ebbene, le pratiche commerciali poste in essere, ad esempio, con riguardo al mercato del caffè, rivelano l’esistenza, in Canada, di una grande varietà di pratiche cc.dd. “eque”, le quali rientrano sommariamente tutte all’interno di tale unica nozione.

Analizzando alcuni tra i più noti marchi di “*fair trade coffe*” commerciati nel paese, e fatta eccezione ovviamente per quelli certificati da “*Transfair Canada*”, è possibile in effetti prendere ancor più contezza di tale ampio assortimento, nonché verificare la scarsa rispondenza della maggior parte di queste pratiche ai criteri propri del “*fair trade*”; molte di esse, infatti, come si avrà modo di notare a breve, risultano semplicemente orientate al rispetto di finalità sociali o solidali, disattendendo poi, in sostanza, i principi propri del settore¹⁶⁵.

In generale, e secondo l’impostazione suggerita da alcuni recenti studi in tema¹⁶⁶, è possibile suddividere tali pratiche in quattro macro-blocchi rispettivamente inerenti: le pratiche che si appoggiano, per così dire, a sistemi di certificazione internazionalmente riconosciuti ed il rispetto dei quali requisiti è garantito da un organismo indipendente; le pratiche che pur appoggiandosi ad un sistema di certificazione internazionalmente riconosciuto non sono sottoposte al controllo di alcun organo; le pratiche che si fondano essenzialmente sulla nozione di carità; ed infine, le pratiche che si fondano su dichiarazioni di una più grande giustizia globale e che pertanto perseguono l’equità commerciale e la giustizia sociale.

Per quanto attiene alla prima categoria, occorre sottolineare come all’interno della stessa rientrino essenzialmente tutte quelle pratiche esercitate dalle imprese la cui attività è certificata

¹⁶⁵ In tal senso si precisa che i dati reperiti risultano aggiornati attraverso una recente intervista (maggio 2009) a Michael Zelmer, Community Relations Manager di Transfair Canada.

¹⁶⁶ Sul punto si veda il recente studio pubblicato da *L’Union des consommateurs*, *op. cit.*, pp. 32 e ss.

da “*Transfair Canada*”, e che devono dunque rispondere a specifici requisiti, primo fra tutti il rispetto dei criteri stabiliti da FLO, nonché il “*monitoring*” e le verifiche puntuali e costanti¹⁶⁷. All’interno di tale categoria è possibile dunque ricomprendere imprese come “*Bridgehead*”¹⁶⁸, *Level Ground Trading*¹⁶⁹, *Thimothy’s Coffees of the World*¹⁷⁰, *Multatuli Coffee Merchants*¹⁷¹, *Second Cup*¹⁷², *Starbucks Coffee Company*¹⁷³”, le quali, si precisa, hanno ottenuto la suddetta licenza solo di recente¹⁷⁴.

¹⁶⁷ Per un elenco completo delle imprese certificate da *Transfair Canada* si consulti il sito www.transfair.ca ed in particolare la sezione relativa alle licenze nella quale sono indicate tutte le organizzazioni e le compagnie canadesi attualmente autorizzate ad apporre sui propri prodotti il logo “*fair trade certified*”. L’elenco è aggiornato al 2009 e le licenze concesse allo stato sono circa 278.

¹⁶⁸ Fino al 2001, *Bridgehead* fondava la certificazione dei suoi prodotti non sulla base della licenza concessa da *Transfair Canada*, bensì sull’associazione del suo nome con una delle organizzazioni faurici e sostenitrici del “*fair trade*” in Canada, affermando in particolare che il suo ruolo di pioniera in Canada e la sua adesione all’IFAT fossero requisiti sufficienti a garantire i consumatori sul carattere equo e solidale dei propri prodotti. Attualmente, come riportato nel testo, *Bridgehead* gode della licenza di *Transfair Canada*, (fonte) intervista a Michael Zelmer, Community Relations Manager di *Transfair Canada*.

¹⁶⁹ E’ situato a Victoria (Colombie-Britannique) e commercia gran parte del suo caffè attraverso la famosa catena *Ten Thousand Villages*. Inizialmente, nel 1997, l’impresa nasce con precise finalità sociali, così come dichiarato nello stesso sito internet www.levelground.com “...l’entreprise à été créée pour lutter contre les inégalités des échanges commerciaux entre les pays du Nord et les pays du Sud qui sont en voie de développement...”. Alcuni dei suoi prodotti sono certificati da *Transfair Canada*, ma si precisa che le sua licenza è abbastanza recente, 2004, (fonte) intervista a Michael Zelmer, Community Relations Manager di *Transfair Canada*.

¹⁷⁰ Con oltre 100 magazzini e la recente acquisizione di Grabbajba a Calary, *Timothy’s* rappresenta la terza più grande catena di caffè diffusa nel paese dopo *Second Cup* e *Starbucks*. Anche tale impresa affermava fino a non molto tempo fa, che la qualità del caffè equo e solidale fosse direttamente legata all’idea di responsabilità sociale ed ambientale; in particolare, così come riportato nello studio condotto da *L’Union des consommateurs*, op. cit., p. 29 “...la qualité du café est liée directement à la responsabilité sociale et environnementale”. Attualmente anche tale impresa è legittimata ad apporre a pieno titolo sui propri prodotti il logo “*fair trade certified*”. Per ulteriori approfondimenti si consulti il suo sito internet www.thimothys.com.

¹⁷¹ *Multatuli Coffee Merchants* de Kingston (Ontario). Dalle informazioni reperite sul suo sito internet www.multatuli.ca e secondo quanto reperito nella recente intervista a Michael Zelmer, Community Relations Manager di *Transfair Canada*, la compagnia è attualmente certificata da *Transfair Canada*, sebbene anche la sua licenza sia piuttosto recente e contemporanea a quella di *Level Ground Trading*. In particolare si precisa che l’impresa in oggetto, la quale deteneva in un primo tempo la licenza di *Transfair Canada*, ha scelto nel 1999 di porvi fine per poi rinnovarla come si diceva nel 2004. L’impresa, infatti, aveva scelto, in un secondo tempo, di fare a meno di tale licenza e di servirsi del marchio “*le producteur d’abord, commerci équitable*” (*Farmer First, Fairly Traded*). A tal proposito si noti come tali politiche aziendali, le cui motivazioni sono spesso sconosciute dai consumatori, incidano inevitabilmente sulle scelte di questi ultimi e contribuiscano ad incrementare la confusione che pervade di per sé il settore in discorso, posto che non sempre, e a dire il vero quasi mai, è dato al consumatore sapere quando e perché una determinata impresa decida di richiedere una specifica certificazione e ancor meno di venire a conoscenza della decisione di quest’ultima di porvi fine. Tale esempio consente, probabilmente più di ogni altro, di avvalorare le osservazioni fin qui svolte e relative al clima di profonda incertezza e diffidenza che caratterizza il mercato del “*fair trade*”.

¹⁷² Anche i prodotti commercializzati da *Second Cup* risultano attualmente certificati da *Transfair Canada*, tuttavia anche a tal proposito vale la pena di notare come anche tale compagnia (la quale si pone come la più grande catena di caffè del Canada) rientrasse fino a non molto tempo fa tra quelle compagnie tendenti ad associare l’idea di responsabilità sociale con quella di prodotto equo solidale. In particolare, così come riportato nel più volte citato studio condotto da *L’Union des consommateurs*, op. cit., p. 30 “...quant à l’expression commerce équitable, *Second Cup* insiste sur le fait qu’elle paye des prix élevés afin d’obtenir un café de qualité supérieure...”. Ad oggi, secondo i dati pubblicati sul sito ufficiale di *Transfair Canada* nella sezione dedicata alle licenze, anche i prodotti di *Second Cup* rientrano tra quelli “*fair trade certified*”. Per ulteriori informazioni si veda il sito internet www.secondcup.com.

¹⁷³ Fino al 2002 *Starbucks* fondava la propria attività nel settore del “*fair trade*” sulla base del sostegno prestato in favore di progetti di sviluppo all’interno dei paesi produttori di caffè e dunque su tutte quelle opere benefiche e di carità nei confronti di quelle realtà in via di sviluppo, richiamando in generale i concetti di responsabilità sociale e

All'interno della seconda categoria, è possibile invece ricomprendere quelle pratiche contraddistinte essenzialmente dalla scelta delle imprese di versare, direttamente ai produttori, delle somme superiori rispetto a quelle definite dal mercato e calcolate sulla base del volume dei benefici, così come definiti da FLO. E' il caso di imprese tipo "Cafè Etico de Codevelopment Canada"¹⁷⁵ e "Pistol and Burnus"¹⁷⁶, le quali pur affermando che il loro caffè

di commercio socialmente responsabile. Attualmente anche tale compagnia gode della licenza rilasciata da *Transfair Canada*. Per ulteriori informazioni si consulti il sito internet www.starbuks.com.

¹⁷⁴ Dati reperiti attraverso intervista e colloquio con Jean-Friederic Lemay – Equiterre – Québec, ed aggiornati al 07/05/2009 (Multatuli Coffe Merchants e Level Ground Trading hanno ottenuto la licenza nel 2004; Timothy's Coffees of the World nel 2003; Starbucks Coffee Company nel 2002; Bridgehead nel 2001)

¹⁷⁵ Cfr. Intervista diretta a Michael Zelmer, Community Relations Manager di *Transfair Canada* "...Cafè Etico is a social enterprise set up by de solidarity charity called Codevelopment Canada. None of their coffees are certified by us, but that's also because none of their source communities are certified by FLO. Cafè Etico uses our standards to determine what they should pay for their coffee (It's usually the minimum price plus an extra amount)..". Per un più ampio approfondimento si vedano le informazioni riportate sul sito internet www.codev.org, ove si legge che Codevelopment Canada (o Codev) è una ONG "située à Vancouver qui entretient des relations étroites avec le mouvement syndical de Colombie-Britannique et des relations commerciales en Amérique centrale et plus particulièrement au Nicaragua. Depuis 1996, Codev a importé du café du Nicaragua, du Mexique et de Cuba, sous la marque Café Etico..."...lo stesso sito, tra l'altro, menziona che Café Etico commercia "...café organique, écologique et certifié équitable et aide de plusieurs façons a soutenir les familles de producteurs qui cultivent ce café..". Cafè Etico afferma inoltre che "...le producteurs de coopératives qu'elle soutient bénéficient d'un prix d'achat de leur culture nettement supérieur au prix du marché et sont donc à l'abri de risque de fluctuations des cours mondiaux du café.....Café Etico offre trois primes supplémentaires..une pour la production du café organique, une pour le café cultivé sous couvert ombragé et une troisième pour le développement de la communauté et c'est pourquoi l'entreprise prétend faire partie des meilleurs acheteurs...Elle affirme également offrir un café cultivé sous couvert ombragé, un café organique de coopératives qui encouragent la biodiversité...". Orbene, per un quadro completo in tal senso si riportano pure le informazioni reperite con riguardo ad un ulteriore marchio, tale *World Community Coffee*, il quale, secondo quanto riportato nell'intervista a Michael Zelmer, è altresì suscettibile di essere ricompreso all'interno della suddetta categoria posto che questa impresa acquista caffè da *Cafè Etico* "...and have it roasted by someone else...". Infatti, per come si legge nello studio condotto e pubblicato da *L'Union de consommateurs*, op. cit., pp.27, "...Codev travaille avec World Community Development Education Society, une ONG qui vend du café équitable sous la marque de World Community Coffee. WCDES récolte des fonds pour des projets au Nicaragua grâce à la vente de café dans la région de la vallée Comox, dans l'île de Vancouver...". Secondo quanto reperito sul suo sito internet www.internet.net/worldcom/fairtrade.htm, l'impresa insiste nel sottolineare in particolare i vantaggi finanziari del commercio equo affermando che "...offre un prix de vente du café bien supérieur au prix du marché mondial et protège les producteurs contre les chutes de prix causées par la spéculation des marchés financiers des pays du Nord et sur le prix plancher de 1.26 \$ la livre, assorti d'un accès u crédit qui ne laisse plus les fermiers à la merci des taux d'intérêt élevés de prêteurs ou des négociants de café...". Sebbene, dunque, si tratti di una organizzazione non a scopo di lucro, la quale garantisce dei prezzi minimi ai produttori, nonché dei contratti a lungo termine, la stessa non è in grado di certificare le sue pratiche, non risultando tra l'altro neppure sottoposta al controllo di un organo indipendente.

¹⁷⁶ Cfr. Intervista a Michale Zelmer, Community Relations Manager di *Transfair Canada* "...This was one of the first companies to have coffee certified by Transfair Canada, but they left and established their own brand called Farmer friendly". In particolare *Pistol and Burnes Coffee de Delta* (Colombie-Britannique) afferma sul suo sito internet www.pistoladnburnes.com di vendere caffè equo sotto "l'appellation le producteur d'abord, commerce équitable" specificando in particolare che il commercio equo e solidale merita di essere inteso come "un état d'esprit et non un ensemble de règles qui peuvent être établies et consignées....elle affirme acheter ses produits de coopératives reconnues, d'exploitations familiale set d'importateurs respectant l'éthique et qu'elle favorise la création de relations commerciales durables avec des producteurs de café défavorisés....elle prétend également que le café Pistol and Burnes est acheté auprès de coopératives qui figurent sur le registre du FLO...quanta u café vendu par des coopératives qui ne figurent pas sur ce registre, on ne sait pas si Pistol and Burnes respecte les critères de relations commerciales à long terme, du financement aux producteurs par des avances sur les achats ainsi que l'importance de l'organisation démocratique et transparente des coopératives de producteurs....Pistol and Burnes affirme également avoir des pratiques responsables au plan environnemental, comme le recours à la culture sous couvert forestier pour protéger les oiseaux, et que l'entreprise est en relation avec una entreprise

proviene da cooperative aderenti a FLO, non consentono l'esercizio di alcuna attività di verifica esterna.

In tal modo, tali imprese pretendono di legittimare l'apposizione di etichette o la diffusione di campagne pubblicitarie recanti l'appellativo "equo", e, poiché le stesse non menzionano tra l'altro alcuna attività di certificazione, ritengono di poter sostenere che le loro pratiche non costituiscono fonte di inganno per i consumatori.

In realtà, così come nelle categorie che seguono, anche in tal caso l'impossibilità di verificare il rispetto di tali requisiti per mezzo di un organo indipendente, nonché l'assenza quasi totale di trasparenza e l'assoluta discrezionalità che ispira certi tipi di politiche aziendali, rende il pubblico privo della possibilità di valutare l'impatto sociale delle su citate politiche, costringendolo dunque, ancora una volta, a rimettersi alla buona fede degli stessi imprenditori.

All'interno della terza categoria sono, poi, incorporabili quelle pratiche poste, per così dire in essere, da quelle imprese che pretendono di definire i loro prodotti equi, o addirittura, certificati come tali, in virtù della percentuale, derivante dalle loro vendite, e che le stesse versano in favore di opere caritatevoli o di quelle opere che finanziano i progetti di sviluppo all'interno dei paesi poveri; ciò che si pone nettamente agli antipodi in termini di filosofia e di principi posti alla base del commercio equo, posto che ciò di cui qui si discorre è "trade" e "not aid"¹⁷⁷.

Un valido esempio in tal senso può essere costituito dallo stesso "Pistol and Burnus", o da marchi quali "Terra Coffee"¹⁷⁸, "Bien Tostado Coffee Roaster"¹⁷⁹ e "Aladdin Coffee"¹⁸⁰.

canadienne du nom de Enviro Treks qui est en faveur du label organique...enfin Pistol and Burnes offre, à la demande de l'acheteur, un café portant le label Just Coffee de la Canadian Catholic Organization for Development and Peace (CCODP) et offre un rabais de 4% du prix de gros à la CCODP qui, en retour, l'aide à récolter des fonds pour de nombreux projets au Chiapas, au Mexique...".

¹⁷⁷ Sul punto si consideri che, in base a quanto riportato all'interno dello studio condotto da da *L'Union des consommateurs*, op. cit., p. 33 e ss, fino a non molto tempo fa (2001/2002) all'interno di tale categoria erano altresì ricompresi marchi quali *Level Ground Trading*, *Thimothy's*, *Starbucks* e *Multatuli*, i quali invece hanno poi ottenuto, vd. Nota precedente, le rispettive licenze da *Transfair Canada*.

¹⁷⁸ Sul punto si veda quanto riportato all'interno del più volte citato studio pubblicato da *L'Union de consommateurs*, op. cit., pp. 28 e ss. Laddove si legge che "...Terra Coffee de Montréal présente son café sous la marque Humani Terra comme étant un café plus qu'équitable...elle affirmé que Transfair Canada n'est pas la seule agence de certification du Canada et que le café Terra est certifié par Codev Canada, que ne prétend pas être un organisme de certification auprès de Transfair...". Orbene, nè il sito internet, www.terraccf.ca, nè le sue brochures precisano come ed in che termini i produttori hanno un accesso facilitato al credito, o se i contratti favoriscono effettivamente le relazioni commerciali su una base per così dire democratica e trasparente, in quanto, così come si legge nel sito "...bien que leur café est issu de coopératives gérées démocratiquement, il n'est pas en mesure de donner le nom de ces coopératives..". In particolare all'interno del sito si sottolineano i programmi orientati a fornire aiuti medici ai produttori cubani di caffè, o l'esistenza di programmi quali ad esempio *Club des petits déjeuners* che consentono di fornire aiuti e sostegni di vario genere ai bambini degli istituti scolastici più svantaggiati in Montréal. Ciò consentirebbe di qualificare, secondo i rappresentanti della compagnia, il caffè di loro produzione come *café plus qu'équitable*, valutazione, questa, fondata come ben si comprende non certo su criteri specifici attinenti ad esempio alle condizioni di fabbricazione del caffè. Le attività di *Terra Coffee* si qualificano dunque piuttosto quali attività di ordine caritatevole e non commerciale, ciò che consente di

Attraverso tale categoria, probabilmente in maniera ancora più evidente, è possibile constatare come la nozione di “*fair trade*” subisca in realtà una manipolazione, discostandosi dai principi che contraddistinguono in realtà l’attività propria del settore, quale settore commerciale, e traducendosi in una sorta di “dono di carità”, ciò che determina, come è ovvio, una falsa rappresentazione del fenomeno, la quale è a sua volta fonte di inganno per il consumatore.

L’ultimo macro-blocco, concerne, come si diceva, le pratiche esercitate da quelle imprese che si dicono particolarmente sensibili ai bisogni del commercio equo ed ai temi di giustizia sociale e responsabilità sociale. Tali imprese, le quali definiscono appunto le loro pratiche quali “pratiche socialmente responsabili” sfruttando la particolare inclinazione del pubblico, specie negli ultimi anni, rispetto a quelle scelte cc.dd. “eticamente e socialmente orientate”, manipolano - allo stesso modo di quelle appartenenti alla terza categoria - la nozione di “*fair trade*” determinando una maggiore confusione a danno dei consumatori; le stesse, infatti, lungi dall’impiegare direttamente il termine “*fair trade*” per contraddistinguere i loro prodotti, si servono di formule simili o in qualche modo volte a richiamare indirettamente tale nozione¹⁸¹. E’ il caso, ad esempio, di marchi come “*Tim Hortons Coffee*”, uno dei più diffusi marchi di caffè in Canada, il quale annovera, tra le proprie attività, iniziative socialmente responsabili nonché progetti di sostegno e sviluppo intrapresi a favore delle comunità del Guatemala, Colombia, Brasile e richiama, in tal modo, un’idea seppur vaga di commercio equo e solidale¹⁸².

annoverare anche tale impresa tra quelle che pretendono di giustificare l’*appellation équitable* sulla base delle loro opere caritatevoli.

¹⁷⁹ Secondo quanto riportato all’interno del suo sito internet, www.island.net/stevecar, e valutando, in combinato, le informazioni contenute all’interno dello studio pubblicato da *L’Union de consommateurs*, op. cit., pp. 28 e ss, *Bien Tostado* è un torrefattore della Colombia-Britannica che pretende qualificare il proprio caffè quale *café équitable* sulla base della particolare natura degli accordi commerciali posti in essere con i produttori. In particolare all’interno del citato studio si legge che l’impresa vende solo caffè del Guatemala precisando che si tratta di un caffè “...*issu de commerce équitable mais pas de café certifié équitable...*” e cioè a sottolineare che l’assenza di una certificazione non impedisce di qualificare tale prodotto quale caffè equo solidale; in particolare ivi si legge che “...*la distinction entre ces deux termes n’était qu’une question de certification et que leur café non certifié était équitable car il a été acheté directement d’une coopérative du Guatemala...*”, intendendo con ciò precisare che il loro caffè non possiede tale certificazione non perché non sia equo e solidale ma piuttosto perché proviene direttamente da una cooperativa del Guatemala, circostanza questa idonea di per sé, nell’opinione dei rappresentanti dell’impresa, a giustificare l’assenza di una certificazione sul prodotto.

¹⁸⁰ Cfr. Intervista a Michael Zelmer, Community Relations Manager di Transfair Canada “*Aladdin Coffee has established something called the Canadian Fair Trade Association, and seems to be little more than a trade association owned/controlled by them. There doesn't appear to be any certification system, but they do make it appear as though products have some form of third-party Fair Trade certification when they actually do not. Nevertheless, they aren't a major actor on the Fair Trade scene*”.

¹⁸¹ Era ad esempio il caso, fino a poco tempo fa, di marchi quali *Starbucks*, *Timothy’s* e *Second Cup*, prima di ottenere la certificazione da parte di *Transfair Canada*.

¹⁸² Sul suo sito internet si legge, “...*Tim Hortons has a long standing tradition of making a true and meaningful difference in the communities where we do business. Our philosophy is to take the same approach of community involvement not just to communities that enjoy our products - and coffee - but also to those communities that*

Ebbene, al di là delle categorie menzionate occorre altresì ricomprendere all'interno di tale intricato panorama tutte quelle imprese che si avvalgono di una certificazione propria e che utilizzano a tale scopo dei sistemi diversi da "Transfair Canada"; è il caso, ad esempio di "Pistol and Burns", il quale possedeva in un primo tempo il marchio "fair trade certified" e che ha optato successivamente per un sistema di certificazione differente¹⁸³, o di "Aladdin Coffee" i cui prodotti sono certificati da "CFTA" (Canadian Fair Trade Association)¹⁸⁴.

produce our coffee. The Tim Hortons approach to coffee sustainability is to be directly involved with coffee producing communities by providing direct financial assistance for technical training to improve the quantity and quality of coffee produced and assist farmers in getting their coffee to market at the best time and for the best price. Assistance is also provided on environmental management, in both proper farming techniques and reforestation projects, led by Tim Hortons. Tim Hortons also recognizes the need for direct involvement with coffee growing communities for their social programs - providing assistance primarily in education and medical care. The Tim Hortons approach is different from other world wide sustainable coffee initiatives. While admirable, some programs may require certification on behalf of the farmers which is an expense they cannot afford, plus the price provided may be less than what it should be and may have no relation to the quality of the coffee produced. In addition, the programs can have little or no involvement on the part of the coffee retailer. The Tim Hortons program ensures that the money spent actually reaches or benefits the coffee grower and the surrounding community. In 2005, we launched our first community partnership program in the Oriente coffee region in Guatemala. In this region, ACCSO (Asociacion Comercializadora Cafe Sostenible Oriente) - a growers' co-op was created and today, has 900 members providing a direct benefit to approximately 4500 people in the region. Tim Hortons is working with the Association to create and implement effective development, accountability and local management of both technical training and social programs. The Tim Hortons program is unique in helping local growers raise their professionalism to become business men and woman who by understanding the coffee market can improve their income. For the Farmers - Tim Hortons is proud that since this pilot program was developed, the local growers have had significant benefit. Local growers are now producing a better grade of coffee and improved yields, allowing them to invest back into their business in areas such as improved fertilization and the creation of drying patios and improved buying stations. Local growers are selling coffee in a more finished form, and the quality of the coffee is being recognized by buyers, allowing for more consistent, and fair pricing. For the Farmer's Community - Improvements have been made in the community. Local children typically only had the opportunity to reach the level of Grade Six, but with an investment in school books, and video teaching aids made possible by Tim Hortons in partnership with the Guatemalan government, children are now able to attend school an additional three years. This year, 300 students will graduate from the extended school program. In total, there are 720 students enrolled in Tim Hortons supported schools. In health care, the Tim Hortons sponsored medical clinics have been a benefit to over 400 local families. For other Farmers and their Communities - In 2006, Tim Hortons launched two additional sustainable coffee projects in Colombia and Brazil with the result that Tim Hortons' involvement now provides a benefit to 9000 people. The Tim Hortons practise of direct community involvement is just under three years old and while the results have been positive, there is a long way to go. Our goal is to work closely with our coffee suppliers to create additional community partnership programs, and to ensure that we continue to build on making a true difference to coffee producing communities....".

¹⁸³ Per un ulteriore approfondimento sul punto vd. nota 167.

¹⁸⁴ Cfr. Intervista a Michael Zelmer, Community Relations manager di Transfair Canada "...CFTA is an association owned controlled by Aladdin. It's telling that, even seven years after the Québec report, they still aren't significant in the fair trade market. I don't think they're a threat to fair trade at all...". In generale, secondo quanto reperito sul suo sito internet www.fair-trade.ca/en/index.php?i=faqs, si tratta di una organizzazione senza scopo di lucro volta a migliorare la qualità di vita dei produttori e delle famiglie dediti alla coltivazione del caffè nei paesi in via di sviluppo. "...L'association est un organisme indépendant servant d'intermédiaire entre les consommateurs et les fermiers. Elle offre un certificat de pratiques commerciales et un permis aux torréfacteurs, aux détaillants, aux grossistes, au importateurs et aux exportateurs ainsi qu'aux partenaires. En retour, ils doivent remettre à l'Association 10 cents pour chaque livre de café qu'ils vendent. L'Association utilise cet argent pour aider les fermiers à améliorer leur qualité de vie et leur permettre de s'offrir des soins de santé adéquats, une éducation et une habitation pour eux-même et leur famille. Cette différence substantielle et ce revenu les aident à sortir de la pauvreté. C'est en grande partie grâce à ces fermiers que les commerçants de café qui choisissent de partager deviennent prospères...". Orbene, secondo quanto riportato anche all'interno dello studio de *L'Union des consommateurs*, op. cit., pp. 23 e ss., tale organizzazione discorre dell'aiuto profuso in favore dei produttori dei

Orbene, tali sistemi oltre a risultare non conformi, per quanto attiene ai criteri di certificazione, ai parametri di FLO (la “CFTA”, ha sviluppato dei criteri propri basati su principi di carità senz’altro lodevoli ma che si mostrano poco responsabili nei confronti del consumatore) risultano altresì poco attendibili nonché, per certi versi, anche molto autoreferenziali, se si considera, ad esempio, la circostanza che “Aladdin” è membro di “CFTA”.

Il quadro appena esposto, vale a sottolineare, come si diceva, in maniera ancor più evidente la varietà, o forse meglio la complessità, che connota attualmente il panorama del “fair trade” in Canada e mostra altresì come la definizione stessa di commercio equo vari a seconda dell’ideologia dell’impresa e del tipo di pratiche che la stessa decida di mettere in campo.

Le categorie appena esposte evidenziano precisamente come, nonostante l’esistenza nel settore di alcune imprese che operano in conformità ai principi del commercio equo, rispettandone criteri e valori (così come stabiliti a livello internazionale), sussistano tuttavia ancora molte altre imprese che continuano ad operare in tale contesto, per così dire, senza alcun titolo e che pretendono di qualificare la propria attività quale “fair trade activity” pur non ottemperando di fatto ai principi propri del settore né tantomeno ai criteri internazionalmente stabiliti, o che addirittura, si definiscono conformi ai “fair trade principles” invocando principi morali e sociali, in virtù dei quali legittimare l’uso di tale termine; una siffatta circostanza determina, com’è ovvio intuire, una distorsione ancora maggiore del termine in sé nonché del suo preciso significato, il quale rischia di essere inteso ora in un modo, ora in un altro, prestandosi a molteplici interpretazioni e incarnazioni.

In presenza di un tale stato di cose appare più che comprensibile l’atteggiamento di diffidenza nutrito dal pubblico¹⁸⁵, vittima impotente dinanzi a cotanta confusione, e al tempo stesso autore inconsapevole di scelte guidate “dalla mano del mercato”¹⁸⁶.

paesi in via di sviluppo, ma non precisa in sostanza i criteri sottesi alla propria attività di sostegno, né tantomeno se i produttori siano effettivamente ben pagati per il caffè che gli stessi producono, ciò che appare, per come ribadito nel suddetto studio, particolarmente significativo in termini di differenza rispetto alle norme stabilite ad esempio da FLO. Allo stesso modo, poi, l’assenza di criteri precisi concernenti la salvaguardia ed il rispetto dell’ambiente, consente di affermare che tali norme non risultano conformi a quelle stabilite dagli organismi internazionali del commercio equo. Sebbene dunque anche la CFTA, così come *Transfair Canada*, si configuri quale organizzazione senza scopo di lucro – così come definita dalla *Loi canadienne sur les Sociétés*, art.2, “*Sociétés sans capital social*” – questa non sembra mostrare quegli stessi connotati di indipendenza e autonomia di quest’ultima e ciò in ragione della strana commistione che sussiste con i torrefattori che la stessa certifica. Non è un caso, ad esempio, che il Consiglio direttivo di CFTA abbia lo stesso indirizzo di *Cafè Aladdin Coffee Inc.*, una impresa privata di caffè con sede ad Hall, Québec e che il direttore di *Cafè Aladdin Coffee Inc.* sia lo stesso di quello di CFTA. Ciò risulta, come è ovvio immaginare, completamente agli antipodi rispetto a la *Loi sur les Marques de commerce*, la quale precisa che un marchio di certificazione non può essere adottato o depositato da una persona che se ne serva per fini inerenti la fabbricazione, la vendita di beni o la prestazione di servizi che suiano uguali a quelli per cui il marchio di certificazione è impiegato. In tal senso non è mancato chi ha sottolineato in maniera esplicita l’assenza di trasparenza o addirittura l’assenza di legami e relazioni tra CFTA e quelle organizzazioni internazionalmente riconosciute come IFAT e FLO i quali impongono il rispetto di criteri rigorosi nonché un sistema di controllo indipendente.

¹⁸⁵ *Id.*, pp. 34 e ss.

Ebbene, nonostante le percentuali, relative alle vendite dei prodotti appartenenti a tale mercato, siano, come si è detto, tutt'ora sorprendenti¹⁸⁷, c'è da chiedersi se il profondo clima di incertezza che avvolge il mercato del “*fair trade*” in Canada (così come del resto anche a livello internazionale), non finisca per tradursi, tra qualche tempo - stante l'assenza di una regolamentazione in materia - in una sorta di “effetto negativo” in termini di indice di gradimento del pubblico rispetto a tali prodotti.

L'attuale apprezzamento mostrato nei confronti di tale mercato, così come non si è mancato di osservare in precedenza, potrebbe, in effetti, anche qualificarsi quale semplice “effetto naturale” di ogni nuovo mercato, del quale occorre tuttavia testare la continuità e la forza espansiva; e d'altro canto il fatto che molti consumatori, in assenza di riferimenti precisi, scelgano comunque di accontentarsi di prodotti “più o meno equi”¹⁸⁸ costituisce un segnale alquanto preoccupante, in quanto tale atteggiamento rischia di minare, proprio alla base, il mercato, per così dire “autentico” del “*fair trade*” in Canada, così come nel resto del mondo.

¹⁸⁶ *Id*, pp. 35 e ss.

¹⁸⁷ Per una ulteriore percezione dell'entità del fenomeno all'interno del paese si veda “*Le commerce équitable: beaucoup plus qu'un marché de niche*” in <http://www.transfair.ca/fr/mediauniversitaires/communiqués/10.2.6/> (2006).

¹⁸⁸ Sul punto, si veda in particolare il prezioso studio di A. Tremblay e M.C. Desjardins, *Le commerce équitable au Québec*, in *Revue juridique des étudiants et étudiantes de L'Université Laval*, 17 R.J.E.U.L.(2003-2004) pp. 113.

1.3 L'assenza di un inquadramento giuridico attuale: un vuoto normativo pericoloso per il consumatore

Nonostante il numero delle licenze concesse, ad oggi, da “*Transfair Canada*” ammonti a 278 - riferimento, questo, più che apprezzabile se si considera il notevole incremento che ha avuto luogo a partire dal 1997 (solo 5 licenze) ad oggi¹⁸⁹ - non è tuttavia possibile discorrere, allo stato attuale, di una piena garanzia in termini di sicurezza né tanto meno di chiarezza offerta nei riguardi del consumatore rispetto a tali tipi di prodotti, e ciò date soprattutto le attuali dimensioni del settore e l'assenza di una precisa regolamentazione all'interno dello stesso.

In tal senso, i risultati di uno studio condotto dalla “*SCAA*” (*Speciality Coffee Association of America*) e risalente solo a qualche anno fa¹⁹⁰, evidenziavano che una considerevole percentuale di “*fair trade coffee*” venduto nel paese non era né certificato né sottoposto ad alcun controllo da parte un organismo indipendente; lo stesso studio mostrava, nello specifico, come su 82 imprese intervistate, solo il 36% affermava di vendere “*fair trade coffee*” e che, di questo 36%, solo il 20% possedeva la certificazione da parte di “*Transfair Canada*”.

Ora, sebbene i dati rilevati attraverso il citato sondaggio siano risalenti al 2003 e sebbene, dunque, da allora ad oggi, il numero delle licenze concesse sia senza dubbio aumentato, tale pericolo non può dirsi del tutto scongiurato, e ciò anche alla luce delle riflessioni svolte nel paragrafo precedente le quali, oltre ad evidenziare il permanere di una profonda situazione di incertezza nel settore, segnalano altresì l'assenza per il consumatore, di strumenti concreti sulla base dei quali verificare l'autenticità e la serietà dei marchi utilizzati da certe imprese.

Com'è noto, infatti, la nozione di “*fair trade*” non riposa su criteri riguardanti le caratteristiche fisiche o, per usare un termine ancora più incisivo, la “*performance*” del prodotto, ma attiene più che altro al processo, al metodo di fabbricazione ed alla relativa introduzione sul mercato di tali tipi di prodotti, ciò che non consente in alcun modo al consumatore di valutare, come si diceva, l'autenticità degli stessi. La circostanza, poi, che certi marchi non rechino addirittura alcuna certificazione da parte di organismi indipendenti contribuisce ulteriormente ad aggravare tale situazione e ad ingenerare altresì una profonda confusione nelle scelte dei consumatori, i quali, ad esempio non possono verificare se il prezzo

¹⁸⁹ Per un approfondimento più puntuale in ordine a tali dati si consulti il sito di *Transfair Canada* nella sezione dedicata alle statistiche dove si legge che il numero delle licenze concesse nel 1997 ammontava solo a 5, nel 1998 a 13, nel 1999 a 30, nel 2000 a 65, nel 2001 a 77, nel 2002 a 97, nel 2003 a 110, nel 2004 a 124, nel 2005 a 145, nel 2006 a 185 e nel 2007 a ben 239.

¹⁹⁰ Sul punto si veda il recente studio pubblicato da *L'Union des consommateurs*, *op. cit.*, p. 21 e ss

elevato di tali prodotti sia attribuibile ai costi effettivamente sostenuti lungo tutta la catena produttiva-commerciale o sia piuttosto il frutto dell'abuso perpetrato da alcune aziende.

In tal senso, dunque, non può dirsi che l'espansione del fenomeno sia stata priva di conseguenze, dato che se è vero come è vero che in Canada, negli ultimi anni, il mercato del "fair trade" ha raggiunto percentuali soddisfacenti, è allo stesso tempo pur vero che tale aumento ha prodotto, quale effetto quasi proporzionale, una smodata proliferazione del numero delle imprese operanti, con e senza titolo, nel settore.

Orbene, in presenza di un tale stato di cose la preoccupazione dei sistemi di governo canadesi - in linea con quelli internazionali - e l'intenzione degli stessi di pervenire all'elaborazione di una regolamentazione precisa in materia, sembra legittima e più che fondata, e ciò non solo in vista della necessità di tutelare quelle imprese che operano correttamente e rispettosamente in tale contesto, ma anche in vista dell'ulteriore bisogno di offrire maggiore protezione al consumatore, consentendogli di compiere delle scelte consapevoli e ragionate; e d'altro canto, come non si è mancato di sottolineare più volte, anche nei capitoli precedenti, tali obiettivi concorrerebbero a scongiurare il rischio che le attuali percentuali di crescita del settore si convertano, nel breve periodo, in dati negativi, in assenza di quel necessario sentimento di fiducia che deve contraddistinguere le scelte del pubblico acquirente¹⁹¹.

Attualmente in Canada, come nel resto del mondo, nonostante l'inevitabile presa di coscienza del fenomeno, permane ancora una sorta di freno in ordine alla messa in campo di un preciso sistema di norme in materia, ciò che costituisce, come ben si comprende, un vuoto normativo pericoloso per il consumatore.

Nonostante, infatti, l'esistenza di numerose iniziative volontarie sviluppate nel settore, atte ad operare quali meccanismi di controllo e di cui si dirà a breve, permangono molteplici interrogativi in ordine all'efficacia di tali strumenti di autoregolamentazione - elaborati, a dire dei più, quasi al margine della sfera del diritto¹⁹² - e all'effettiva capacità degli stessi di tutelare i consumatori nonché di proteggere lo spirito stesso del commercio equo.

¹⁹¹ Sul punto, si veda in particolare il citato studio di A. Tremblay e M.C. Desjardins, *Le commerce équitable au Québec*, in *op. cit.*, pp. 113, all'interno del quale gli autori, nell'ambito di una riflessione generale sulla necessità di regolamentare il settore, espongono la preoccupazione di una potenziale riduzione delle prospettive di mercato del "fair trade" in Canada, come diretta conseguenza della mancanza di fiducia del consumatore. Si legge, infatti, ".....Nous considérons également que cette confusion entraîne une division artificielle des parts du marché du commerce équitable. En effet, si une certaine proportion des consommateurs adhérant à l'idéologie du commerce équitable que le mot figurant sur son emballage, c'est le marché des produits équitables en entier qui en souffre, voyant sa clientèle diluée au profit de produits qui sont plus ou moins équitables.....cet état de fait mène à se questionner sur l'encadrement normatif du commerce équitable au Canada.....".

¹⁹² Su tutti si veda il parere di J. Jacquiau, *Les coulisses du commerce équitable, mensonges et vérités sur un petit business qui monte*, in *Mille et une nuits*, Paris, 2006.

Tali iniziative private, in effetti, siano esse qualificabili come “*autodéclarations équitables*”¹⁹³ o “*certifications équitables*”(a loro volta suddivisibili in “*certification de seconde et de tierce partie*”), non sembrano in grado, al di là del loro apprezzabile valore, di rispondere ai su menzionati bisogni e, d’altro canto, come si è già avuto modo di illustrare ampiamente nel capitolo relativo alle tecniche di autoregolamentazione - le quali considerazioni sono da intendersi interamente richiamate in questa sede - le stesse presentano notevoli inconvenienti e limiti.

Com’è noto le norme elaborate nell’ambito dei sistemi di autocertificazione, ad esempio, oltre a risultare poco uniformi, per non dire in alcuni casi addirittura dissimili tra un’impresa ed un’altra, impediscono di fatto al consumatore di accertare la veridicità delle informazioni dichiarate, e ciò data l’assenza di verifica e controllo da parte di un organo indipendente; circostanza, questa, atta ad alimentare ed accrescere ulteriormente il rischio di confusione in ordine a tali tipi di prodotti.

Allo stesso modo, anche le iniziative intraprese nell’ambito dei sistemi di certificazione, sebbene meno aleatorie, in quanto fondate su una certificazione dai connotati più ufficiali, quale quella rilasciata ad esempio da “*Transfair Canada*” (*certification par une tierce partie*), o da “*IFAT*” (*certification de seconde partie*), risultano a loro modo alquanto lacunose e per certi versi anche imperfette¹⁹⁴.

Orbene, alla luce di quanto appena esposto e superando, sulla base degli approfondimenti precedenti, le considerazioni inerenti le problematiche connesse ai sistemi di autoregolamentazione, appare a questo punto doveroso dedicare le osservazioni che seguono all’analisi di quelle scelte e di quei percorsi orientati alla costruzione di un intervento di diversa natura all’interno del settore, soffermandosi, in particolare, sulle strategie elaborate e potenzialmente applicabili nell’ottica di una regolamentazione giuridica ufficiale del “*fair trade*” in Canada.

¹⁹³ La gamma di prodotti “*commerce équitable*” dell’impresa di cosmetici *The Body Shop* costituisce un buon esempio in tema di “*autodéclarations équitables*”. Dal sito internet della stessa azienda è possibile altresì ricavare la genericità e la vaghezza dei procedimenti inerenti la valutazione del carattere equo di tali prodotti. Orbene, senza voler assolutamente mettere in dubbio la buona fede dall’azienda in questione, appare comunque doveroso avanzare qualche perplessità in ordine all’impossibilità per il consumatore di ricavare certe informazioni e di verificare soprattutto il rispetto dei principi propri del settore equo e solidale.

¹⁹⁴ Anche sul punto si rimanda alle riflessioni critiche sviluppate all’interno della Parte I, Capitolo secondo, concernenti in particolare le certificazioni sulle organizzazioni e sui prodotti nell’ambito dei sistemi rispettivamente elaborati da FLO (Fair Trade Labelling Organizations International) che attribuisce appunto al prodotto l’etichetta “Fairtrade”, o da IFAT (International Fair Trade Association), la quale invece esercita la propria attività monitorando e certificando, come s’accennava, l’intero operato delle FTO (Fair Trade Organizations) che aderiscono ai suoi criteri.

1.4 Riflessioni e proposte per una regolamentazione giuridica ufficiale del “*fair trade*” in Canada

Nell’ambito delle riflessioni inerenti l’opportunità di pervenire all’elaborazione di un intervento che presenti i connotati di una vera e propria legge sul “*fair trade*” in Canada, appare in primo luogo doveroso spendere qualche considerazione preliminare in ordine al valore di alcuni significativi richiami contenuti all’interno de “*La Charte canadienne des droits et libertés*”¹⁹⁵ nonché de “*La Charte québécoise des droits et libertés de la personne*”¹⁹⁶.

Nonostante l’assenza, infatti, anche nell’ordinamento canadese, di un esplicito riferimento alle attività del “*fair trade*”, occorre notare come i principi sottesi al fenomeno in questione ritrovino numerosi spunti e interessanti accenni proprio all’interno dei su citati documenti, non risultando, dunque, affatto estranei neppure a tale sistema giuridico.

Il riconoscimento di uguale valore e di uguale dignità tra le persone umane, principio questo posto alla base delle attività di commercio equo e solidale, si evince, ad esempio, in maniera espressa all’interno del preambolo de “*La Charte québécoise des droits et libertés de la personne*”, laddove si legge chiaramente che “...*Considérant que tout être humain possède des droits et libertés intrinsèques, destinés à assurer sa protection et son épanouissement.....Considérant que tous les êtres humains sont égaux en valeur et en dignité et ont droit à une égale protection de la loi.....Considérant que le respect de la dignité de l’être humain, l’égalité entre les femmes et les hommes et la reconnaissance des droits et libertés dont ils sont titulaires constituent le fondement de la justice, de la liberté et de la paix....Considérant que les droits et libertés de la personne humaine sont inséparables des droits et libertés d’autrui et du bien-être général....Considérant qu’il y a lieu d’affirmer solennellement dans une Charte les libertés et droits fondamentaux de la personne afin que ceux-ci soient garantis par la volonté collective et mieux protégés contre toute violation....*”.

¹⁹⁵ Adottata nel 1982, “*La Charte canadienne des droits et libertés*” (Carta canadese dei diritti e delle libertà) garantisce e protegge i diritti e le libertà in essa enunciati, stabilendo altresì che gli stessi possono essere oggetto di limitazione solo per effetto di una regola di diritto, precisando tuttavia che ciò può avvenire nei limiti che siano ragionevoli e la cui giustificazione possa dimostrarsi nel quadro di una società libera e democratica.

¹⁹⁶ Adottata nel 1975, “*La Charte québécoise des droits et libertés de la personne*” (Carta quebecchese dei diritti e delle libertà della persona) stabilisce e protegge anch’essa i diritti fondamentali, politici, giudiziari e all’eguaglianza, nonché le libertà che vi sono enunciate. In particolare, i quebecchesi considerano i diritti riconosciuti nella suddetta Carta come universali e, pertanto, si impegnano in maniera significativa in programmi di azione umanitaria internazionale.

Così come si evince dalle informazioni reperite sul sito del governo del Québec, www.gouv.qc.ca/portail/quebec/international/italie/quebec/valeurs/solidarite/action_internationale/, gli stessi hanno particolarmente a cuore il fatto di svolgere un ruolo in seno alla comunità internazionale e di farvi valere numerosi principi quali l’equità sociale, la giustizia, l’apertura, la partecipazione civica, il rispetto reciproco, la tolleranza. Lo Stato quebecchese appoggia questa volontà ed incoraggia le iniziative di aiuto reciproco e di solidarietà attraverso l’intermediazione di programmi specificamente concepiti per sostenere i progetti a vocazione internazionale.

Nei vari *consideranda*, infatti, si stabilisce e si riconosce l'esistenza di diritti e libertà intrinsecamente connesse alla sfera dell'individuo inteso quale essere umano, le quali, così come si legge, sono destinate ad assicurare la sua protezione ma anche il suo sviluppo; nello specifico, al di là dell'affermazione inerente il fatto che tutti gli esseri umani hanno uguale valore e dignità, appare particolarmente indicativo il riferimento ai suddetti valori quali presupposti di giustizia, libertà e pace, così come altrettanto significativo risulta il richiamo al nesso esistente tra i diritti e le libertà della persona umana e quelli degli altri esseri umani, i quali trovano a loro volta una giustificazione superiore nel benessere generale.

Lo stesso principio sancito all'art. 46, della stessa Carta, ove si legge che ogni individuo che lavora ha diritto, a norma di legge, a condizioni di lavoro eque e ragionevoli e soprattutto rispettose della salute, sicurezza ed integrità fisica della persona, così come pure quello sancito nell'articolo seguente, ispirato invece al diritto di ognuno di vivere e lavorare in un ambiente sano, trovano più di un riscontro nei valori caratterizzanti le attività di commercio equo e solidale¹⁹⁷; senza contare l'importanza che il sistema di governo del Québec riconosce alla tutela dell'ambiente e che pure trova piena condivisione in relazione ai presupposti fondanti il commercio equo¹⁹⁸.

Altrettanto significativo appare il richiamo contenuto all'interno dell'art. 15 de "*La Charte canadienne des droits et libertés*" nella parte in cui si riconosce espressamente l'uguaglianza tra individui ed il rifiuto di ogni forma di discriminazione; nella specie ivi si legge "...*La loi ne fait acception de personne et s'applique également à tous, et tous ont droit à la même protection et au même bénéfice de la loi, indépendamment de toute discrimination,*

¹⁹⁷ In particolare si noti come la solidarietà venga intesa e concepita in Québec quale strumento atto a contribuire allo sviluppo ed alla coesione della società. In tal senso sia il governo che gli organismi promuovono programmi ed iniziative volte al rafforzamento della vita sociale, valorizzando, dunque, in modo significativo, il lavoro dei volontari. In Québec il Segretariato all'azione autonoma collettiva e alle iniziative sociali ha come missione la promozione e l'appoggio del volontariato, il quale viene supportato con due mezzi principali: in primo luogo informando gli organismi sui programmi e sulle risorse governative messe a loro disposizione, in secondo luogo, sottolineando l'eccellenza e l'abnegazione dei volontari e degli organismi collettivi con il *prix Hommage bénévolat-Québec*.

¹⁹⁸ Per trarre profitto dalle proprie risorse tenendo conto della capacità del mondo fisico e biologico di sostenere lo sviluppo economico, il Québec si è impegnato sulla strada dello sviluppo duraturo. Tra gli obiettivi fondamentali che guidano questo approccio rilevano in particolare l'integrità ecologica, l'equità fra gli individui, le generazioni e le nazioni e l'efficacia economica. La *Loi sur le développement durable* (Legge sullo sviluppo duraturo), adottata all'unanimità dai membri dell'Assemblée nationale du Québec (Assemblea nazionale del Québec) nell'aprile del 2006, permette al Québec di figurare fra le rare entità politiche insieme ad alcuni stati americani, al Manitoba, ma anche al Lussemburgo e al Belgio, ad essersi dotati di una legislazione portante specificatamente sullo sviluppo duraturo. Questa legge instaura un nuovo quadro di gestione all'interno della pubblica amministrazione, affinché l'esercizio dei suoi poteri e delle sue responsabilità si inserisca nella ricerca di uno sviluppo duraturo. Il Québec è la provincia canadese che emette la minor quantità di gas ad effetto serra (GES) proporzionalmente alla sua popolazione; questa situazione è largamente attribuibile al fatto che ricorre all'energia idroelettrica, una fonte di energia pulita e rinnovabile. Nel giugno del 2006 il Québec ha reso pubblico il terzo piano d'azione del Québec sui cambiamenti climatici 2006-2012, che si caratterizza per una visione coerente riguardo alla riduzione delle emissioni di GES, nel rispetto degli obiettivi del protocollo di Kyoto.

notamment des discriminations fondées sur la race, l'origine nationale ou ethnique, la couleur, la religion, le sexe, l'âge ou les déficiences mentales ou physiques...Le paragraphe (1) n'a pas pour effet d'interdire les lois, programmes ou activités destinés à améliorer la situation d'individus ou de groupes défavorisés, notamment du fait de leur race, de leur origine nationale ou ethnique, de leur couleur, de leur religion, de leur sexe, de leur âge ou de leurs déficiences mentales ou physiques.”.

Tale articolo afferma, dunque, il principio di eguaglianza di tutte le persone senza discriminazioni di natura etnica e riconosce la legittimità di “*affirmative actions*” finalizzate a migliorare le condizioni di svantaggio di individui o di gruppi determinate da ragioni di “...*race, national or ethnic origin, colour, religion, sex, age, or mental or physical disability.*” esprimendo in tal modo una concezione davvero ampia ed estesa del concetto stesso di eguaglianza, la quale merita di essere letta ed interpretata al di là della finalità puramente protettiva, onde riconoscerne altresì il valore propulsivo; nella suddetta disposizione, infatti, non solo si discorre della necessità di eliminare qualunque forma di discriminazione ma si sottolinea al tempo stesso l'utilità di quei programmi di promozione sociale, orientati a tali scopi.

Ora, sebbene tali principi si configurino quali principi propri del sistema nazionale e risultino pertanto essenzialmente rivolti ai cittadini canadesi e quebecchesi, è possibile, a parere di chi scrive, superare il carattere limitativo della nazionalità ed optare per una posizione di apertura in tale contesto e ciò al fine di evidenziare l'esistenza di validi presupposti atti a giustificare il riconoscimento del fenomeno in discorso; tali principi potrebbero altresì essere rintracciati attraverso una operazione logico-interpretativa ispirata alla valutazione del carattere pluralistico e multiculturale proprio della società canadese.

Il documento costituzionale, infatti, se per un verso esprime l'intento di creare una base di diritti comuni per tutti i cittadini canadesi, per un altro verso, si premura di evitare che sia posto in ombra il carattere multiculturale, tollerante e democratico del paese, non limitandosi dunque a codificare i diritti propri di ogni canadese, ma constando altresì anche di una serie di norme finalizzate a riconoscere, all'interno di un contesto unitario, le ragioni di un'idea universalistica di eguaglianza, la quale passa, come è stato efficacemente affermato, attraverso il riconoscimento del pluralismo culturale e deve necessariamente estendersi oltre i confini del singolo stato¹⁹⁹, per tradursi, ove possibile, in iniziative di sostegno e solidarietà.

¹⁹⁹In tal senso, il rapporto, inteso quale nesso esistente, tra il principio multiculturale ed il principio di eguaglianza sancito dall'art.15 della Carta, merita di essere letto non già in senso restrittivo ma piuttosto in senso estensivo, non interpretando dunque l'eguaglianza in termini di uniformità ed omogeneità, ma valorizzandola proprio quale espressione di diversità e di autenticità. In particolare, il principio multiculturale, costituendo un elemento

Il richiamo al principio multiculturalista costituisce, dunque, senza alcun dubbio, un profilo altrettanto interessante ai fini dell'analisi che qui si sta conducendo, trattandosi di un principio che in quanto inteso quale clausola aperta, e pertanto estendibile a più livelli²⁰⁰, consente di riconoscere il valore fondamentale della persona umana e di tutti quei principi ad essa riconducibili in quanto tale.

Proprio alla luce di una siffatta interpretazione estensiva sarebbe dunque probabilmente auspicabile argomentare il fondamento di certi valori, posto che i principi appena richiamati - e sottesi nell'ambito dei suddetti articoli - offrono molteplici spunti di riflessione in tema e consentono dunque di rintracciare, senza troppe difficoltà, l'esistenza di validi presupposti in termini di riconoscimento del "*fair trade phenomenon*".

Orbene, al di là dell'interpretazione più o meno elastica eventualmente applicabile alle suddette disposizioni ed assodata comunque l'importanza dell'apporto fornito dal disposto costituzionalistico in tema, appare a questo punto doveroso soffermarsi, con maggior dettaglio, sull'analisi di quegli strumenti legislativi attualmente in vigore e sulla valutazione dell'efficacia degli stessi in termini di riconoscimento e potenziale disciplina del fenomeno in esame.

1.4 a) sintesi e ricognizione critica degli interventi normativi esistenti e potenzialmente atti ad incorporare il fenomeno

L'analisi che segue, si articola, in effetti, proprio a partire da una ricognizione critica di tali interventi normativi già esistenti e valutati, almeno in un primo tempo, secondo una parte della dottrina canadese²⁰¹, come potenzialmente atti ad incorporare il fenomeno, quali appunto la "*loi sur les marques de commerce*", la "*loi sur les aliments et drogues*", la "*loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*", la "*loi canadienne sur la concurrence*", "*la loi québécoise sur les appellations réservées*"; i predetti schemi legislativi, infatti, sebbene non precisamente attinenti al contesto in esame, presentano al loro interno,

costitutivo della società democratica del Canada, è stato utilizzato per specificare la nozione di *free an democratic society* richiamata dall'art.1 della Carta. Utilizzando le parole pronunciate dal giudice Quigley in occasione della decisione *Keegstra (R.v.Zudel, 1992)*, si può affermare di poter ritenere che sia libera e democratica una società che riconosce i valori dell'egualitarismo e del multiculturalismo.

²⁰⁰ In proposito, appare particolarmente significativa l'opinione della Corte Suprema, la quale ha precisato che la tutela del multiculturalismo impone di vietare forme di discriminazione anche indiretta (*Canadian National Realways v.Bhinder, 1985*).

²⁰¹ Il riferimento, in tal senso, è ai Proff. A. Tremblay e M.C. Desjardins de la Université de Laval, Quèbec, e a tutta quella parte della dottrina canadese particolarmente incline al riconoscimento giuridico ufficiale del fenomeno.

come si avrà modo di notare a breve, riferimenti e spunti interessanti, oltre che utili, nel percorso di costruzione di una futura legge in tema.

In particolare, l'esame di tali interventi, si configura appropriato sotto un duplice profilo: se da una parte, infatti, gli stessi sono suscettibili di essere qualificati come strumenti giuridici di supporto nonché di indirizzo in termini di strategie applicabili nel settore, dall'altra è interessante notare come essi siano al tempo stesso rappresentativi di scelte e procedure articolate su piani e livelli differenti, e nella specie sul piano provinciale oltre che federale; tale ultimo aspetto risulta, tra l'altro, particolarmente significativo nell'ambito di quelle riflessioni inerenti la scelta del livello di regolamentazione più adeguato.

Ora, sebbene tali leggi non siano atte di per sé da sole a rappresentare il terreno più adeguato per un riconoscimento ufficiale del fenomeno e pur premettendo che si è ancora ben lontani dell'approvazione di una legge sul "*fair trade*" in Canada, risulterà certamente interessante servirsi di tali strumenti legislativi al fine di ripercorrere, a grandi linee, i profili evolutivi e le spinte normative attuate nel settore nonché le tappe più significative di tale percorso, ivi comprese le molte incertezze che tutt'ora lo caratterizzano.

Tali interventi infatti, al di là dei singoli punti di forza e di debolezza, consentono di individuare diverse strategie di inquadramento del fenomeno e di rinvenire una serie di elementi e di suggerimenti utili ai fini di un intervento ragionato in materia.

- La "*loi sur les marques de commerce*"

La legge canadese sui marchi commerciali si colloca senza dubbio nell'ambito di quegli intenti inerenti il percorso di elaborazione di una cornice regolamentare in tema di "*fair trade*"; tale legge, la quale stabilisce le regole vigenti in tema di registrazione di un marchio di certificazione²⁰², merita, infatti, di essere annoverata nell'alveo di quegli strumenti legislativi individuati, almeno in un primo tempo, come potenzialmente atti ad inglobare il fenomeno in esame, presentando delle caratteristiche e dei riferimenti assai compatibili rispetto al tema in discorso.

In particolare, all'interno della suddetta legge si prevede che la certificazione possa essere utilizzata per distinguere prodotti o servizi rispondenti ad una serie di criteri, quali, ad esempio, (a) le caratteristiche o qualità del prodotto o servizio, (b) le condizioni di fabbricazione del bene o del servizio, (c) i differenti soggetti che hanno prodotto il bene o consentito di usare il servizio, o infine, (d) la regione in cui il bene è stato prodotto o quella in cui il servizio è stato

²⁰² Cfr. http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/tm/tm_main-e.html

fornito; proprio in ragione di ciò non è mancato chi ha ipotizzato la possibilità di utilizzare tale schema allo scopo di disciplinare il fenomeno del “*fair trade*”.

Tuttavia, sebbene sia possibile registrare la denominazione “*fair trade*” come marchio di certificazione, occorre considerare le tante problematiche connesse ad una scelta di questo tipo, la quale si rivela, in verità, sotto molteplici profili, assai lacunosa.

Malgrado, infatti, tale legge precisi che la certificazione possa essere utilizzata per distinguere prodotti o servizi nell’ambito dei criteri anzi menzionati, la stessa non specifica nel dettaglio nè i criteri da rispettare al momento della registrazione di un marchio di certificazione, né tanto meno le condizioni inerenti i termini utilizzati o la verifica dei criteri, limitandosi a prevedere soltanto che l’entità che certifica non può essere la stessa di quella che produce o commercia poi il prodotto certificato²⁰³.

A ciò si aggiunga che il rispetto della legge è affidato a “*l’Industrie Canada*” ed in particolare a “*l’Office de la propriété intellectuelle du Canada*” (OPIC), il quale tuttavia non opera come ente di controllo o sorveglianza all’interno del suddetto ambito, in quanto, così come previsto sul sito internet, “...*il incombe au propriétaire de la marque de surveiller le marqué pour découvrir les cas de violation et de prendre, au besoin, les mesures légales qui s’imposent...*”²⁰⁴, vale a dire l’onere di sorvegliare il marchio e di segnalare eventuali casi di violazione incombe sul proprietario del marchio stesso, ciò che si configura quale ulteriore lacuna in tale contesto, soprattutto in vista della menzionata esigenza di assicurare maggiore protezione alle entità che operano a pieno titolo nel settore e dunque per effetto anche al consumatore.

E, anzi, sotto tale profilo, occorre osservare che pur volendo condividere l’opinione di chi ha suggerito di affidare ad un organismo di certificazione quale “*Transfair Canada*” il compito di esercitare tali attività di controllo, tale scelta non è neppure priva di critiche nel senso che l’idea di concepire un solo organismo di certificazione come unico detentore del diritto esclusivo su tale denominazione non coincide con l’ideologia e gli obiettivi propri del fenomeno; al contrario, il mercato del commercio equo, nonché in generale l’uso del termine equo sulle etichette o nelle strategie pubblicitarie dovrà risultare accessibile, e dunque il più aperto possibile, onde consentirne il pieno sviluppo, sempre a condizione che vengano rispettate le regole di base e che vi sia a monte il controllo da parte di un ente indipendente²⁰⁵.

²⁰³ Cfr. section 23. (1) “...*La certification d’une marque doit être adoptée et déposée par toute personne qui n’è aucune relation quant à la fabrication, la vente de produits ou services pour lesquels la marque certifiée y est apposée...*”

²⁰⁴ Cfr. http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/help/faq_tm-f.html

²⁰⁵ Così come affermato, in effetti, da Michael Zelmer, Community Relations Manager di Transfair Canada, (intervista maggio 2009) “*Around 2004, TransFair Canada announced its intention to put a legal trademark on the*

In tal senso sarebbe dunque auspicabile che il governo canadese stabilisse un quadro giuridico che oltre a garantire la trasparenza delle cc.dd. pratiche commerciali eque e la responsabilità delle parti interessate, concedesse ad altri organismi di certificazione il diritto di utilizzare un marchio tipo quello di “*Transfair Canada*”.

Ebbene, al di là dei possibili spunti di riflessione e delle strategie auspicabili e potenzialmente deducibili a partire da tale schema legislativo, lo stesso non risulta, alla luce di quanto appena esposto, perfettamente idoneo a contenere il fenomeno in questione.

- La “*loi sur les aliments et drogues*”

Probabilmente più adeguata, almeno per quanto attiene ai presupposti e dalle finalità - ma non per questo priva di lacune - risulterebbe la legge sugli alimenti e sulle droghe²⁰⁶. Tale legge, la quale disciplina l’etichettatura dei prodotti alimentari e la pubblicità ingannevole, nonché alcune norme da applicare all’agricoltura biologica, si configurerebbe, infatti, nell’opinione di alcuni²⁰⁷, come potenzialmente suscettibile di conformarsi bene al fenomeno in esame, soprattutto in termini di protezione e garanzie offerte ai consumatori.

In tal senso l’art. 5.1 stabilisce espressamente che “...*il est interdit d’étiqueter, d’emballer, de traiter, de préparer ou de vendre un aliment - ou d’en faire la publicité - de manière fausse, trompeuse, ou mensongère ou susceptible de créer une fausse impression quant*

term "Fair Trade" and (possibly) "commerce équitable", however the general Fair Trade community reacted strongly against it. ...This was before I began working for TransFair (I've been here since last November), but I was heavily involved with Fair Trade at the time. The Fair Trade community was quite correct to react the way it did because neither TransFair Canada nor FLO invented Fair Trade, and it would be inappropriate for the organization to have legal rights over the term. Instead, TransFair Canada registered trademarks on the terms "Fair Trade Certified" and "Certifié Équitable" to prevent others from claiming their products were certified when no other Fair Trade certification system existed. I would suggest this is an interesting measure. On the one hand, it is easier to achieve than a formal legal definition and is, perhaps, a good way to ensure standards related to Fair Trade aren't diluted through a federal definitions process (more on that later). On the other hand, it puts control over those terms squarely in the hands of TransFair Canada. This may be fine as long as TransFair/FLO have the strictest Fair Trade standards, but it remains to be seen what would happen if another organization/system emerged with even stricter standards and whether or not TransFair would permit the alternative/competing system to use the trademarked terms. Given that the legitimacy of TransFair and the current Fair Trade Certification system is predicated on the collective acceptance of both being trustworthy and fair, it would be difficult for TransFair Canada to prevent an equivalent or superior competing system from using "Fair Trade Certified" without completely undermining its own claim of integrity. To some extent, I think this limits the danger of one organization owning these trademarks. Another reason why a trademark approach may be superior in this case is, as mentioned earlier, formal standards for Fair Trade could actually become lowered through a process of definition. For instance, many groups in the United States felt the USDA standards for organics were inferior to their own standards when they were first adopted several years ago. If the FLO/TransFair standards are the most stringent of Fair Trade standards that currently exist, then one could imagine that a federal commission would adopt lower standards in an effort to accommodate other actors... ”.

²⁰⁶ L.R.C. (1985), ch. F-27

²⁰⁷ In particolare sul punto si richiama, ancora una volta, il recente studio pubblicato da *L’Union des consommateurs*, op. cit., pp. 36 e ss.

à sa nature, sa valeur, sa quantité, sa composition, ses avantages ou sa sûreté...”²⁰⁸, sottolineando dunque in maniera chiara il divieto di etichettatura, imballaggio, messa in commercio di quei prodotti suscettibili di ingenerare confusione nel pubblico acquirente; anche la “*Guide d’étiquetage et de publicité sur les aliments de l’Agence canadienne d’inspection des aliments*”²⁰⁹ sottolinea tale divieto in maniera esplicita prescrivendo, all’interno del suo art. 3.4 che “...le mots sans signification précise, utilisés pour décrire des aliments, sèment le doute ou la confusion sur la nature des aliments et peuvent, dans bien des cas, provoquer une mauvaise interprétation du sens du message pour le consommateur. Ainsi l’emploi de tels mots, à moins d’en préciser le sens, est à éviter en publicité..”.

Orbene, sulla base di quanto appena esposto sembrerebbe possibile ritenere applicabile tale legge anche ai “*fair trade products*”, come il caffè per esempio, il quale, in quanto prodotto alimentare, rientrerebbe a pieno titolo all’interno delle suddette previsioni, ciò che consentirebbe dunque di qualificare come ingannevoli ed illegali tutte quelle pubblicità atte ad esempio ad ingenerare nel consumatore false aspettative o comunque una falsa descrizione delle caratteristiche proprie di quell’alimento.

Tuttavia, nonostante gli indiscutibili punti di forza connessi a tale schema legislativo, occorre menzionare altresì le problematiche e i cc.dd. punti oscuri da cui lo stesso risulta, per così dire, affetto.

In primo luogo, infatti, come più volte precisato, tale legge attiene esclusivamente agli alimenti, di qui che se per un verso questa risulta applicabile a prodotti quali il caffè, per un altro verso la stessa finisce per lasciare inevitabilmente scoperti quei settori non qualificabili come alimentari e che comunque caratterizzano e connotano ad ampio raggio l’attività del “*fair trade*”.

A tale insormontabile lacuna si aggiunga poi il fatto che la maggior parte degli strumenti e dei mezzi su menzionati non possiedono un carattere coercitivo; la stessa “*Guide d’étiquetage et de publicité sur les aliments*”, ad esempio, si configura e si pone quale semplice strumento di autoregolamentazione, il quale non costituisce, di per sè da solo, alcun obbligo ufficiale in termini di procedure o termini da rispettare.

Tale circostanza, ed in sostanza tale limite, è altrettanto visibile guardando al difficile ruolo svolto nel settore da “*Transfair Canada*”, poiché se è vero che la stessa aderisce a dei criteri stabiliti e riconosciuti a livello internazionale, e che costituiscono senz’altro un buon punto di partenza nell’*iter* di elaborazione di una legge sul “*fair trade*”, risulta allo stesso tempo pur

²⁰⁸ Cfr. <http://lois.justice.gc.ca/fr/f-27/5001.html>

²⁰⁹ Cfr. <http://www.inspection.gc.ca/francais/bureau/labetsi/guide/guidef.shtml>

vero che in assenza di una legge specifica in materia non esiste maniera di impedire a certe imprese di commerciare prodotti detti equi ma non rispondenti in realtà agli standards sopraesposti.

Anche in tal senso, dunque, è possibile osservare come, al di là dei limiti intrinseci connessi all'una o all'altra legge, il problema principale continui a risiedere nell'assenza di una definizione chiara e precisa in tema, in ragione della quale legittimare determinati obblighi nonché diritti.

Come non si è mancato di osservare da più parti²¹⁰, infatti, l'assenza di una definizione precisa del fenomeno rende impossibile l'individuazione degli ambiti di riferimento nonché lo sviluppo di quelle tutele necessarie per il consumatore, le quali possono validamente operare solo sulla scorta del carattere coercitivo di una legge.

Di qui che prima di interrogarsi sulla validità e sulla compatibilità dello schema legislativo appena citato, e senza con ciò volere disconoscerne i pregi, sarebbe probabilmente più opportuno interrogarsi preliminarmente sulla necessità di sviluppare un sistema di disciplina specifico sul *"fair trade"*²¹¹.

- La *"loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation"*

Le osservazioni svolte nel paragrafo antecedente sono suscettibili di essere applicate e di valere anche con riguardo alla legge sull'imballaggio e sull'etichettatura dei prodotti di consumo²¹².

Tale legge, infatti, vieta, alla stregua della precedente, di apporre informazioni false ed ingannevoli sulle etichette dei prodotti di consumo, prescrivendo, in particolare, all'interno del suo art. 7 che *"...un fournisseur ne peut apposer sur un produit un étiquetage qui contient de l'information fausse ou trompeuse se rapportant au produit – ou pouvant raisonnablement donner cette impression – ni vendre, importer ou annoncer un produit ainsi étiqueté..."*.

Orbene, anche in tal senso, è evidente come, nonostante la forte attinenza e la compatibilità in termini di intenti ed obiettivi rispetto al fenomeno in discorso, specie per ciò che attiene alla tutela del consumatore, l'assenza di una specifica definizione di *"fair trade"* impedisca ed ostacoli le valutazioni inerenti la possibilità di applicare la suddetta legge all'interno di tale

²¹⁰ In particolare e su tutti, si veda il citato studio di A. Tremblay e M.C. Desjardins, *Le commerce équitable au Québec*, in *op. cit.*, pp. 116 e ss.

²¹¹ Ancora sul punto si richiama il recente studio pubblicato da *L'Union des consommateurs*, *op. cit.*, pp. 37, ove si legge *"...avant de savoir si la Loi sur les aliments et drogues constitue un bon outil de réglementation du commerce équitable ou si une nouvelle législation est nécessaire, les premiers pas vers l'établissement d'un cadre pour le commerce équitable au Canada est l'instauration d'une définition légale du commerce équitable..."*.

²¹² L.R.C. (1985), ch. C-38.

contesto, le quali occupano un piano secondario rispetto alla prioritaria esigenza di circoscrivere e dettagliare al meglio l'ambito in discorso.

- La *“loi canadienne sur la concurrence”*

Altrettanto interessanti e meritevoli di nota, appaiono gli spunti ricavabili dalla lettura del capitolo VII della legge canadese sulla concorrenza²¹³, la quale si presta, in maniera davvero interessante ad essere applicata, nonché utilizzata quale modello di riferimento per ciò che attiene al fenomeno in esame.

Particolarmente significativi risultano, in effetti, gli artt. 52.1²¹⁴. e 74.1²¹⁵ i quali appaiono espressamente orientati nell'ottica di tutela del consumatore, inibendo qualsiasi azione volta a trarre in inganno, coscientemente o no, il pubblico acquirente circa l'acquisto di un prodotto o la fornitura di un servizio²¹⁶.

Tuttavia, anche in tal caso, occorre guardare oltre la meritevolezza degli intenti e constatare i limiti e le problematiche che affliggono anche tale schema di legge per ciò che attiene alla possibilità di riprodurlo ed utilizzarlo come potenziale modello di riferimento. Tale legge, infatti, la quale fa capo, per ciò che attiene al rispetto dei suoi requisiti, ad un *“Commissarie a la concurrence au Bureau de la concurrence d'Industrie Canada”*, prevede che sia lo stesso Commissario a tutelare gli interessi civili dinanzi al Tribunale *“de la concurrence”* ed a sottoporre le questioni penali all'esame della Corte federale, demandando, dunque, unicamente a tale figura la possibilità, ed in sostanza il potere, di ricorrere per così dire alla giustizia²¹⁷, ed impedendo, dunque, ai consumatori di agire direttamente per la tutela dei propri interessi.

Una siffatta circostanza costituisce, com'è ovvio immaginare, un forte limite per il pubblico acquirente, ed in particolare per quello del *“fair trade market”*, il quale aspira, al di là

²¹³ <http://lois.justice.gc.ca/fr/C-34/index.html>. In particolare la *“Loi est administrée par un Commissarie à la concurrence au Bureau de la concurrence d'Industrie Canada..”* così come si ricava dal sito <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ct01250f.html>

²¹⁴ L'art. 52.1 della suddetta legge recita *“...Nul ne peut, de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'utilisation d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, donner au public, sciemment ou sans se soucier des conséquences, des indications fausses et trompeuses sur un point important...”*.

²¹⁵ L'art. 74.1 della suddetta legge recita *“...Est susceptible d'examen le comportement de quiconque donne au public de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'utilisation d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, des indications fausses et trompeuses sur un point important...”*.

²¹⁶ <http://lois.justice.gc.ca/en/C-34/30583.html>

²¹⁷ In tal senso, vale comunque la pena di segnalare la proposta di un recente emendamento volto a consentire ai concorrenti la possibilità di intentare azioni, ma solo in ipotesi precise quali ad esempio il rifiuto o la c.d. restrizione della domanda.

del bisogno di maggiore trasparenza e fiducia nei confronti dei prodotti equo solidali, ad un migliore accesso per ciò che attiene alle procedure ed agli strumenti di difesa contro i possibili abusi nel settore.

Al contrario, l'attuale rigidità che caratterizza le procedure di ricorso da parte del "*Commissarie a la concurrence*" non solo impedisce ai consumatori di proporre querele, e quindi di smascherare con maggiore facilità eventuali abusi, quanto scoraggia fortemente gli stessi e ciò nella misura in cui non consente loro di venire a conoscenza degli esiti delle querele proposte e delle azioni eventualmente iniziate. In tal senso è possibile affermare che si sia in presenza di una procedura "interna", la quale per le modalità che la contraddistinguono, mal si concilia con le esigenze di un mercato quale quello del "*fair trade*", bisognoso, soprattutto di trasparenza e chiarezza.

Orbene, alla luce dell'analisi sin qui condotta, e pur considerando la validità degli spunti forniti dalle leggi appena esaminate - per quanto attiene alla loro efficacia in termini di applicabilità al settore del commercio equo - non si può, a questo punto, non concordare con l'opinione di chi suggerisce²¹⁸, quali necessari, una serie di emendamenti volti non solo ad ampliare il potere di azione e di intervento, in termini di accesso alla giustizia, delle associazioni, così come dei consumatori e delle imprese operanti nel settore²¹⁹, ma soprattutto volti a pervenire all'elaborazione di una definizione precisa del fenomeno, in ragione della quale legittimare a pieno titolo le suddette azioni.

In tal senso è possibile affermare come l'inquadramento normativo del "*fair trade*" si ponga addirittura quale passaggio preliminare e ancor più che doveroso se si considera che, nella maggior parte dei casi, lo scarso valore coercitivo delle leggi sembra trovare una significativa risposta proprio nell'assenza di una definizione giuridica del fenomeno in discorso.

In mancanza di tale definizione risulterà, in effetti, piuttosto arduo, per quel giudice che si troverà a dover decidere sulla controversia, stabilire se, e in che misura, l'uso del termine equo risulti nel caso di specie falso o menzognero²²⁰, o addirittura qualificare, ad esempio, come pratiche ingannevoli le pratiche - cc.dd. eque - poste in essere da quelle imprese che qualificano il loro caffè come "*fair trade coffee*" in virtù del semplice versamento di una piccola

²¹⁸ Cfr. In particolare e su tutti, si veda il citato studio di A. Tremblay e M.C. Desjardins, *Le commerce équitable au Québec*, in *op. cit.*, pp. 116 e ss.

²¹⁹ Tali adeguamenti consentirebbero probabilmente di qualificare la "*loi canadienne sur la concurrence*" quale interessante modello-guida nell'ottica di costruzione di una legge in tema di "*fair trade*".

²²⁰ Per una riflessione più ampia in tema si veda l'ulteriore contributo di A. Tremblay e M.C. Desjardins, *Des produits vraiment équitables? Réflexions sur l'opportunité d'un encadrement juridique des produits équitables au Canada* in *JSDLP (McGill International Journal of Sustainable Development Law and Policy)* Vol. 3, Issue 2, 2007, pp. 162

percentuale delle loro vendite direttamente ai produttori, (ritenendo in tal modo di assicurare loro un ricavato soddisfacente)²²¹; sebbene tali imprese agiscano del tutto arbitrariamente nel settore e non conformandosi tra l'altro neppure ai criteri internazionalmente stabiliti, non esiste allo stato, come si diceva, in assenza di specifici strumenti giuridici, un modo per sanzionare tali comportamenti²²².

L'uso dell'appellativo "equo" non è soggetto, infatti, di per sé ad alcuna verifica da parte degli organi di Governo, di qui che l'attività di controllo ed il conseguente potere sanzionatorio restano, stanti le circostanze, inevitabilmente subordinati alla previa qualificazione delle suddette pratiche quali fraudolente.

1.4 b) Il riconoscimento normativo del "*commerce équitable*" sull'onda de "*la loi québécoise sur les appellations réservées*": una proposta interessante

Su un piano completamente differente, per ciò che attiene al regime ed al livello regolamentativo²²³, nonché ai contenuti, si pone la "*la loi québécoise sur les appellations réservées*"²²⁴, la quale si configura quale proposta concreta, in termini di prototipo di riferimento, nell'ottica di un riconoscimento ufficiale del fenomeno del "*fair trade*".

Tale schema legislativo, risulterebbe infatti idoneo, nell'opinione di una autorevole parte della dottrina canadese²²⁵, a rappresentare una possibile soluzione in termini di inquadramento del fenomeno equo e solidale e ciò in ragione delle profonde affinità e dei molteplici punti di contatto che sussistono tra i due contesti in esame.

²²¹ Sul punto, si noti, ad esempio, il commento del presidente di *Café Aladdin*, il quale, come già accennato, rappresenta una di quelle compagnie che operano nel settore ma che non possiedono la certificazione da parte di *Transfair Canada*. Lo stesso, ha recentemente affermato, "...en l'état actuel de la législation ...personne n'à plus qu'une autre sait la vérité sur la façon d'établir des liens équitables entre Nord et Sud...".

²²² Per uno sguardo d'insieme sulla necessità di pervenire ad una precisa regolamentazione in materia si veda F. Deglise, *À quand l'appellation équitable? Le concept équitable n'a pas encore trouvé sa place dans les instances réglementaires des pays où il se promène*, in *Le Devoir (de Montréal)* 7 giugno 2003 B1.

²²³ A tal proposito si noti in effetti come tale proposta, elaborata a livello provinciale- trattasi per l'appunto di una legge della provincia del Québec - presenti caratteri e peculiarità molto più simili ai sistemi giuridici europei e ciò posto che, come noto, il Québec rappresenta l'unica provincia in Canada (in cui vige il sistema di common law) all'interno del quale territorio è invece in vigore il sistema di Civil law.

²²⁴ http://www.caqbio.org/francais/loi_appellationreservee.htm

²²⁵ In tal senso il riferimento è al citato studio dei Proff. A. Tremblay e M.C. Desjardins, *Faculté de Droit, Université Laval, Québec Des produits vraiment équitables? Réflexions sur l'opportunité d'un encadrement juridique des produits équitables au Canada* in *op. cit.*, pp. 162, all'interno del quale gli stessi propongono l'inquadramento giuridico del "*fair trade*" sull'egida della "*loi sur les appellations réservées*", e nella specie la creazione di una nuova "*appellation réservée*", quale appunto quella di "*fair trade*" o "*commerce équitable*" considerato che il Québec appartiene alla parte del Canada c.d. francese.

Orbene, la “*loi sur les appellations réservée*” concerne, come si comprende, il riconoscimento di particolari denominazioni che sono attribuite a prodotti agricoli ed alimentari al fine di attestarne le specifiche modalità di produzione, i luoghi di provenienza, nonché le stesse peculiarità²²⁶; si tratta, dunque, di prodotti cc.dd. “di nicchia” o di prodotti che rientrano, per la loro particolare natura, all’interno di un mercato a “più alto valore aggiunto” e che in quanto tali si differenziano profondamente dai prodotti di massa, meritando dunque una regolamentazione a parte²²⁷. Tali prodotti sono quindi idonei a conferire, per le loro caratteristiche intrinseche, un plus valore ai consumatori, i quali, di contro, hanno diritto ad esigere e comprovare mediante procedure trasparenti l’autenticità degli stessi²²⁸; a tale fine la legge affida al “*Conseil d’accréditation du Québec*” la responsabilità di accreditare quelle organizzazioni di certificazione cui incombe l’onere di certificare, a loro volta, i prodotti recanti le “*appellations réservées*”²²⁹ nonché il compito di sovrintendere al corretto utilizzo di tali denominazioni e di verificare e sorvegliare il rispetto dei requisiti sopra esposti²³⁰.

E’ proprio tale organo, infatti, a detenere, in virtù di tale investitura, il potere di proporre ricorsi penali contro chiunque utilizzi, mediante etichette o strategie pubblicitarie, tali

²²⁶ Come è stato commentato, infatti, da più fronti, la messa in campo di tale legge, approvata il 13 aprile 2006, si configura quale strumento chiave in quanto volta a favorire la realizzazione di quegli obiettivi fondamentali afferenti allo sviluppo regionale, allo sviluppo sostenibile ed ovviamente anche allo sviluppo dei mercati. In tal senso per un più ampio approfondimento sul valore e la significatività della legge in discorso si veda MAPAQ, *Entrée en vigueur de la législation sur les appellations réservées*, communiqué de presse du 1997-10-17 <http://www.agr.gouv.qc.ca/info/cpresse/97124.htm>; ma si veda pure *le discours du ministre lors du Colloque sur l’agrotourisme à Bécancour le 1996-11-29* <http://www.agr.gouv.qc.ca/info/discoursm/dm29196.htm> : “*Cette nouvelle loi (..) permettra d’apporter une valeur ajoutée aux produits locaux et régionaux. Elle sera donc un stimulant pour le développement de l’agrotourisme...*”; e si veda pure *le discours du ministre lors Congrès de l’Union de producteurs agricoles à Québec le 1996-12-04*

<http://www.agr.gouv.qc.ca/info/discoursm/dm041296.htm> : “*L’adoption récente de la Loi sur les appellations réservées ouvre de nouveaux horizons pour la promotion des produits régionaux, de spécialité et biologiques. Les appellations réservées présentent un potentiel énorme sur le plan commercial....pensons notamment au veau de Charlevoix, à l’agneau de prés salés ou au blé d’inde de Neuville. Avec cette loi, l’industrie agroalimentaire québécoise dispose d’un outil additionnel pour caractériser ses produits, les mettre en valeur et mieux les vendre, ici et partout dans le monde...*”.

²²⁷ In particolare all’interno del recente studio pubblicato da *L’Union des consommateurs*, *op. cit.*, si legge “...*En général l’offre est plutôt restreinte et la demande relativement forte. Aussi les productions sont généralement très encadrées et doivent répondre à un chapeau de charges précis de façon à justifier auprès des consommateurs la différence de valeur marchande qui leur est attribuée...*” pp. 39 .

²²⁸ <http://www.caqbio.org/francais/reservationappellationhtml.htm#Introduction>

²²⁹ “...*conformément à l’article 6, une appellation réservée n’est reconnue que sur recommandation du Conseil d’accréditation après que ce dernier ait accrédité l’organisation de certification. Celle-ci doit se conformer aux critères élaborés sur la base des exigences contenues dans les Guides ISO/CEI 63/63/65. Selon la Loi, une organisation peut regrouper les producteurs, les distributeurs, les détaillants, et d’autres afin que l’encadrement du processus se fasse au sein d’intervenants représentatifs du milieu de la production du produit pour lequel une appellation va être accordée. Lorsque que le contrat d’accréditation est signé, l’organisme certificateur s’engage à fournir au Conseil, à chaque trimestre, certain renseignements sur les producteurs, la production et les ventes du produit certifié...*”.

²³⁰ Nello specifico è il *Ministre de l’Agriculture* ad essere incaricato della applicazione di questa legge.

denominazioni per indicare o contraddistinguere prodotti che in realtà non sono certificati da alcun organismo preposto a tali scopi²³¹.

Ebbene, i rilievi appena espressi valgono di per sé da soli ad evidenziare l'esistenza di una forte compatibilità rispetto al settore del commercio equo e consentono, per come si vedrà a breve, di giustificare il percorso di costruzione di una legge in tema, ricalcata sull'egida, per così dire, de la "*loi sur les appellations réservée*".

In tal senso vale innanzitutto la pena di precisare come, nell'opinione dei sostenitori di tale proposta²³², la realizzazione di uno schema legislativo, ispirato al suddetto modello, debba necessariamente implicare e supporre, a monte, la creazione di una nuova "*appellation réservée*", quella appunto "*équitable*", la quale varrebbe a ricomprendere soltanto quei prodotti la cui catena di produzione assicuri il rispetto di elevati standards sociali ed ecologici volti a soddisfare l'esigenza di equità e di rispetto dell'ambiente e ciò al fine di pervenire ad uno sviluppo realmente sostenibile.

Orbene, anche tale operazione di "trasposizione", per così dire, "normativa" consente, dunque, di ribadire, prima di tutto, la necessità di pervenire all'elaborazione di una precisa definizione giuridica in tema, posto che, affinché il "*Ministre de l'Agriculture*", accetti di riservare e dunque riconoscere "*l'appellation équitable*", è necessario che lo stesso abbia presente un ambito di riferimento preciso, vale a dire, che abbia chiari i criteri cui deve specificamente corrispondere questa nozione.

In particolare sul punto i fautori di tale proposta indicano quali idonei criteri di riferimento quelli stabiliti da FLO sottolineando come tali considerazioni trovino d'altro canto ampio sostegno nella legge in discorso; infatti, come non si è mancato di osservare²³³, anche nel caso de "*l'appellation biologique*", ci si è ispirati a quelle norme elaborate da un organismo internazionale, stabilendosi - nel "*Règlement sur les appellations réservée*"²³⁴ - che fino all'adozione di direttive specifiche "*...i prodotti devono soddisfare una serie di requisiti quali*

²³¹ Come si legge, infatti, all'interno del Capitolo II, Sez.II della legge in discorso "*...le Conseil peut exercer des recours contre toute personne qui utilise une appellation réservée pour des produits qui ne sont pas certifiés par un organisme de certification accrédité. Il peut aussi imposer une contribution aux organismes de certification accrédités pour couvrir ses frais d'exploitation..*". Nello specifico all'art 21, Capitolo IV, Sez. V, "*...Nul ne peut utiliser, dans la publicité, l'étiquetage, la présentation de tout produit ou dans des documents commerciaux qui s'y rapportent, une appellation réservée, à moins que ce produit ne soit certifié par un organisme de certification accrédité.....*" predisponendosi altresì, nei seguenti articoli l'ammontare delle sanzioni, e più in particolare delle ammende, inflitte agli eventuali trasgressori; l'art.22 detta infatti espressamente che "*...quiconque contrevient à une disposition de l'article 21 commet une infraction et est passible d'une amende d'au moins 2.000 \$ et d'au plus 20.000 \$ et, en cas de récidive, d'une amende d'au moins 4.000 \$ et d'au plus 60.000 \$...*".

²³² Cfr. Proff. A. Tremblay e M.C. Desjardins, Faculté de Droit, Université Laval, Québec *Le commerce équitable au Québec*, in *op. cit.*, pp. 121 e ss.

²³³ *Id.*, pp. 122 e ss.

²³⁴ R.R.Q., c. A-20.02, r. 1, art.5

quelli elaborati dall'IFOAM (Fédération Internationale des mouvements d'agriculture biologique)”.

Una volta assodata la necessità di “ripulire” in un certo senso il settore e di pervenire ad una univoca definizione in materia, risulta a questo punto interessante addentrarsi a pieno nell’esame del sovraesposto modello legislativo e ciò allo scopo di mettere in luce i vantaggi, nonché le problematiche, connesse al processo di applicazione di tale legge rispetto al fenomeno del “*fair trade*”.

In primo luogo, vale la pena di porre l’accento sull’importanza del ruolo svolto dal c.d. “*Conseil d’accreditation*”, la cui missione si sostanzia proprio, come sopra ribadito, nell’assicurare che gli organismi di certificazione svolgano a pieno titolo la loro funzione e sorveglino altresì le attività dei loro membri vigilando sui prodotti, appunto, certificati. Sotto tale profilo l’uso di tale schema varrebbe a cristallizzare le norme elaborate da FLO relativamente alla certificazione dei prodotti equo solidali e ad assicurare al contempo un meccanismo di controllo indipendente, quale, ad esempio, quello attualmente svolto da “*Transfair Canada*”; e, d’altro canto, tale impostazione sembra risultare perfettamente conforme a quella attualmente perseguita ed adoperata, in maniera per così dire “non ufficiale”.

Come è ovvio immaginare, il consolidamento di un meccanismo di questo tipo sarebbe idoneo a generare, quale effetto diretto, un accrescimento di fiducia e probabilmente di interesse del pubblico acquirente.

Infatti, così come previsto all’interno della “*loi sur les appellations réservée*”, per tutte le denominazioni “*réservee*”, la certificazione da parte di un organismo accreditato dal “*Conseil d’accreditation*” si configura quale imperativo rispetto all’uso stesso di quel prodotto, a poco rilevando la circostanza che quel prodotto sia per così dire di produzione “domestica” o che provenga al contrario da fuori²³⁵; in tal modo la legge consente di assicurare che tutti i prodotti venduti in Québec, e che presentano una “*appellation réservée*”, sono previamente sottoposti ad un processo di certificazione, ciò che si traduce, a sua volta, in una forma di garanzia per il consumatore.

Le considerazioni appena esposte sono suscettibili di valere altresì con riguardo ai prodotti equo solidali posto che la formalizzazione di tali pratiche e di tale processo, quale assolutamente obbligatorio, limiterebbe non solo le azioni manipolatrici di certe imprese che appongono, senza titolo, certe etichette sui loro prodotti, ma consentirebbe altresì al consumatore di compiere finalmente una scelta consapevole e matura. La creazione di una

²³⁵ CONSEIL DES APPELLATIONS AGROALIMENTAIRES DU QUÉBEC, *Cahier III, Programme d’admission de produits au Québec*, su <http://www.caqbio.org/francais/programmecontrôleimport.htm>

nuova “*appellation*”, quale appunto quella “*équitable*”, e l’applicazione di guisa dei criteri in discorso, consentirebbero dunque al pubblico acquirente di soddisfare quelle esigenze di trasparenza e chiarezza, le quali si configurano quali strumentali alla crescita e allo sviluppo del “*fair trade market*” e di accrescere, perciò, anche la domanda di tali prodotti, fungendo altresì da spinta in termini di maggiore credibilità e successo del mercato stesso.

In linea con l’esigenza di tutela del consumatore e con la conseguente crescita della richiesta dei suddetti prodotti sul mercato, occorre inoltre menzionare un ulteriore ed interessante profilo concernente i vantaggi connessi all’applicazione del sopracitato schema normativo.

Tale profilo attiene espressamente al valore coercitivo dei dettami sopraesposti.

L’art. 4 della legge in commento conferisce, infatti, al “*Conseil d’accreditation*” il potere di proporre ricorsi contro chiunque utilizzi una “*appellation réservée*” allo scopo di contraddistinguere o indicare un prodotto che non sia debitamente certificato da un organismo di certificazione. Lo stesso art. 5, poi, prevede l’instaurazione, in seno al predetto Consiglio, di un comitato di sorveglianza il quale ha come missione quella di sovrintendere al corretto utilizzo delle “*appellations réservées*” e di impedire un utilizzo illegale delle stesse. Ancora l’art.21 detta espressamente che “*...nessuno può utilizzare nella pubblicità, nell’etichettatura, nella presentazione dei prodotti o nei documenti commerciali che agli stessi si riferiscono, una appellation réservée, a meno che il prodotto non sia certificato da un organismo di certificazione accreditato..*” prevedendo altresì in caso di violazione una ammenda che va dai 2.000 ai 20.000 \$ e che può raggiungere, in caso di recidiva, i 60.000 \$ e conferendo inoltre allo stesso “*Conseil d’accreditation*” il potere di intraprendere un’azione giudiziaria penale contro l’autore dell’infrazione conformemente a quanto previsto dall’art. 10 del “*Code de procédure pénale*”.

Orbene, tale sistema di tutela, esercitato per così dire attraverso l’elaborazione di un preciso schema sanzionatorio, merita di essere altresì annoverato nell’ambito di quegli effetti positivi ricavabili dall’applicazione del suddetto modello al fenomeno in discorso e, d’altro canto, una siffatta previsione pare risultare perfettamente conforme a quanto stabilito all’interno del recente disegno di legge elaborato in Italia, il quale nel suo art.10, concernente la “*Tutela del commercio equo e solidale*”, indica le modalità attraverso le quali sanzionare eventuali abusi da parte di soggetti che non possiedano i requisiti indicati e che comunque etichettino i loro prodotti quali equo solidali, offrendo, in tal modo, un’adeguata tutela non solo a quelle organizzazioni regolarmente iscritte e che operano a pieno titolo in tale settore, ma soprattutto ai consumatori.

Ebbene, la convergenza di intenti appena evidenziata consente di ribadire l'essenzialità di un regime sanzionatorio applicabile in materia e ricavabile dal modello legislativo in commento.

Una volta evidenziati i vantaggi potenzialmente derivanti dall'applicazione del suddetto schema legislativo al fenomeno del "*fair trade*" appare doveroso, ai fini di un'indagine realmente obiettiva in materia, soffermarsi altresì sull'analisi delle problematiche eventualmente connesse ad una operazione di tale tipo e che si configurano essenzialmente quali interrogativi di ordine pratico oltre che giuridico.

Orbene, nell'ambito di un'analisi per così dire critica in argomento, vale senz'altro la pena di soffermarsi in primo luogo sulla possibilità, e probabilmente anche sul rischio, di esclusione o marginalizzazione di certe pratiche cc.dd. eque e che potrebbe derivare dall'applicazione di tale legge alla sfera del commercio equo.

La necessità di pervenire all'elaborazione di una precisa definizione del fenomeno equo e solidale, infatti, la quale si pone, come detto, quale passaggio assolutamente necessario ai fini dell'applicazione del suddetto schema legislativo, suppone, nell'intento stesso di chiarificazione e trasparenza, una necessaria "categorizzazione" delle pratiche suscettibili di rientrare nella definizione di "*fair trade*"; tale operazione determina, com'è ovvio intuire, una inevitabile esclusione, dalla suddetta nozione, di quelle pratiche che non risultano perfettamente conformi a certi criteri.

E cioè, esistono, come già sottolineato, numerose imprese che operano nel settore e che perseguono obiettivi senz'altro lodevoli ed apprezzabili in termini di effetti sulle comunità del sud del mondo; tali imprese, tuttavia, non rispondono ai criteri enunciati da FLO, ciò che impedirebbe alle stesse, nell'ottica di un percorso quale quello appena descritto, di commerciare i propri prodotti quali equo solidali²³⁶.

Tale contropartita, per quanto supponga un caro prezzo, sembra, nell'opinione dei sostenitori di tale proposta, assolutamente necessaria e ragionevole e ciò specialmente in vista dell'esigenza primaria di salvaguardia del consumatore rispetto a tali tipi di prodotti. E d'altro canto, come non si è mancato di osservare, un'operazione di tale tipo non impedisce ad un'impresa di poter impiegare termini differenti, quali "*café solidarie ou café humanitaire*" né di illustrare attraverso le rispettive etichette il valore ed il significato sotteso a tali denominazioni, ciò che, oltre a sensibilizzare coscientemente e consapevolmente i consumatori

²³⁶ Un esempio in tal senso potrebbe essere costituito dall'esperienza di Terra Coffee, una impresa operante nel settore del commercio equo ma non perfettamente conforme, in termini di criteri base, a quelli stabiliti da FLO. Nello specifico, il presidente di Terra Coffee Montreal spiega che il suo caffè, Humani Terra, importato esclusivamente da Cuba, ha permesso di offrire ad oggi 24.000 \$, sotto forma di aiuti medici, ai produttori di caffè cubani e ciò grazie alla preziosa attività di intermediazione svolta da Codevelopment Canada.

attenti a tali temi, consentirebbe di scongiurare definitivamente il rischio di confusione rispetto ai prodotti equo solidali ed il pericolo di un conseguente deterioramento di tale mercato.

A parte l'esclusione di certe imprese dall'alveo di quelle operanti nel settore per effetto di una precisa categorizzazione del fenomeno, occorre altresì menzionare, quale ulteriore problematica, il timore di una sorta di livellamento dei criteri di base afferenti a tale contesto.

Come sottolineato dalla citata dottrina²³⁷, infatti, esiste allo stato una moltitudine di criteri e di definizioni impiegate per qualificare un prodotto quale equo solidale; tale circostanza rende estremamente difficile l'identificazione di quei criteri cc.dd. "chiave" che dovrebbero connotare tutta la catena di produzione e fabbricazione di un prodotto al fine di identificarlo come equo e anzi, nell'opinione di molti, il tentativo di creare a tutti i costi una convergenza di opinioni in tema rischia di tradursi in un livellamento dei criteri e dei connotati richiesti.

Sempre nell'ambito delle problematiche eventualmente connesse all'applicazione del predetto schema legislativo occorre altresì annoverare quelle inerenti i limiti relativi all'ambito di operatività di tale legge.

La "*loi sur les appellations réservées*", infatti, così come d'altro canto anche il suo Regolamento, risultano circoscritti ai prodotti agricoli ed alimentari. Come noto, invece, la tipologia dei prodotti equo solidali, sebbene in gran parte caratterizzata da prodotti di tale natura, tende comunque a diversificarsi fino a ricomprendere anche il settore tessile nonché dell'artigianato, ciò che impedisce, così come concepito, l'uso di tale schema *sic et simpliciter* e suppone, eventualmente, una operazione di adeguamento legislativo.

Infine, sempre con riguardo ai profili critici inerenti l'uso della legge in commento per disciplinare il settore del "*fair trade*" vale la pena richiamare il c.d. "rischio di attentato alla libertà di espressione commerciale". In particolare, il fatto di consacrare l'espressione "*équitable*" quale "*appellation réservée*" per effetto della predetta legge lascerebbe trasparire, nell'opinione di alcuni autori²³⁸, una possibilità di attentato alla libertà di espressione cristallizzata all'interno dell'art. 2 b) della "*Charte canadienne*".

Più precisamente l'art. 21 della "*loi sur les appellations réservées*" prevede che nessuno possa utilizzare una denominazione riservata attraverso forme di pubblicità, etichettatura, o documenti commerciali, a meno che il prodotto non sia certificato da un organismo di certificazione accreditato. Orbene, il fatto di impedire l'uso del termine "*équitable*" alle imprese che non abbiano fatto certificare i loro prodotti sulla base delle

²³⁷ Cfr. Proff. A. Tremblay e M.C. Desjardins, Faculté de Droit, Université Laval, Québec *Le commerce équitable au Québec*, in *op. cit.*, pp. 121 e ss.

²³⁸ *Id.*, pp. 126 e ss.

procedure previste dalla “*loi sur les appellations réservées*” potrebbe essere oggetto di contestazione da parte di un commerciante, produttore o qualsiasi altra persona coinvolta nella commercializzazione di un prodotto, che pretenda di qualificare il proprio prodotto come tale ma che non può farlo a causa di una definizione circoscritta o, se si vuole, eccessivamente ristretta del suddetto termine.

Sul punto, addirittura, la citata dottrina richiama, quali esemplari, alcune pronunce della “*Cour Suprême du Canada*” la quale ha più volte ribadito che “(...)l’espressione di natura commerciale beneficia di una protezione costituzionale equivalente a quella accordata tradizionalmente all’espressione artistica o politica(...)”, di cui all’art. 2 b) della “*Charte canadienne*”²³⁹, qualificando la libera circolazione delle idee e dell’informazione quale fondamentale al fine di consentire agli individui di compiere delle scelte politiche ed economiche chiare e consapevoli, le quali si configurano di per sé quali strumenti indispensabili ai fini dell’espansione della personalità dell’individuo e della realizzazione della sua autonomia personale²⁴⁰.

Ora, pur volendo condividere la tesi di chi ritiene che l’attribuzione di una “*appellation réservée*” al termine “*équitable*” possa determinare, in alcuni casi, una violazione della libertà di espressione - ed essere pertanto oggetto di contestazione dinanzi ad un tribunale - occorre tuttavia chiarire come tale eventualità sia suscettibile di trovare, in realtà, una sua propria giustificazione nonché attenuazione; sul punto l’opinione della giurisprudenza dominante in materia²⁴¹ appare assai chiarificatrice e ciò nella misura in cui la stessa ritiene di poter qualificare tale violazione alla libertà di espressione commerciale quale strumento o mezzo attraverso cui contrastare l’atteggiamento di quelle imprese che cercano di truffare impunemente e deliberatamente i consumatori²⁴². La stessa, inoltre, precisa e ribadisce la necessità di dover procedere pur sempre ad un esame empirico dettagliato di ciascuna fattispecie al fine di constatare se effettivamente le pratiche poste in essere da alcuni commercianti possano configurarsi come fraudolente o se al contrario l’impossibilità di

²³⁹ *Ford c. Procureur général du Québec*, 1988 2 R.C.S. 712 ; *Irvin Toy Ltd. C. Procureur général du Québec*, 1989 1 R.C.S. 927 ; *Devine c. Procureur général du Québec*, 1988, 2 R.C.S. 790.

²⁴⁰ Cfr. *Jean-Philippe Gervais, Les personnes morale set la Charte canadienne des droits et libertés*, in *R. D. McGill*, 1993, pp.263 e ss.

²⁴¹ Cfr. *Ford c. Procureur général du Québec*, cit., nota 238 ; *Irwin Toy Ltd. c. Procureur général du Québec*, cit., nota 238 ; *Rocket c. Collège Royal de Chirurgiens-dentistes*, 1990, 2 R.C.S.232, 248 ; *RJR- MacDonald Inc. C. Procureur général du Canada*, 1995, 3 R.C.S., 199

²⁴² Cfr. *R. c. Publications Groupe R. R. international inc.*, 1993 R.J.Q., 1269“...la loi pour permettre la justification de certaines atteintes à la liberté d’expression est représenté par l’intention de la législation de pallier les pratiques de certains commerçants qui ont pour conséquence de tromper impunément, délibérément ou aveuglément les consommateurs..”.

utilizzare certe espressioni costituisca, per gli stessi operatori commerciali, una violazione della libertà di espressione.

Al di là di quanto espresso in giurisprudenza, appare comunque opportuno sottolineare come tale timore si configuri, allo stato, quale problema “puramente teorico” posto che alcuna azione giudiziaria è stata fin’ora intrapresa con specifico riguardo alla legge in commento²⁴³, ciò che dunque non impedisce, e anzi rende ancor più configurabile, l’uso dello schema in discorso.

Alla luce delle considerazioni fin qui sviluppate, infatti, e nonostante le menzionate problematiche, sembra potersi concludere per l’apprezzabilità delle strategie suggerite e per il possibile impiego delle stesse nell’ottica di un futuro intervento legislativo sul “*fair trade*”.

²⁴³ E d’altro canto, come non si è mancato di osservare, l’esistenza di una eventuale violazione – dichiarata per mezzo di un giudice ed attestata sulla base dell’attribuzione dell’ “*appellation réservée*” al termine “*équitable*” – potrebbe di per sé essere giustificata sulla base della deroga sancita all’interno dell’art. 1 della stessa Carta. L’art. 1 della “*Charte canadienne*” infatti, ha come scopo quello di giustificare gli eventuali attentati ai diritti ed alle libertà sancite all’interno della Carta medesima e ciò in considerazione di due elementi fondamentali: “(...) *l’objectif visé par les mesures qui apportent une restriction aux garanties de la Charte Canadienne doivent se rapporter à des préoccupations urgentes et réelles dans une société libre et démocratique et les moyens choisis par le législateur doivent être proportionnels à l’importance des mesures contestées (...)*”. E dunque, a dire che l’eventuale restrizione delle libertà e dei diritti sanciti all’interno della Carta è ammissibile solo in presenza di preoccupazioni urgenti e reali valutate all’interno di un contesto sociale libero e democratico e che, inoltre, i mezzi scelti dal legislatore devono essere proporzionali all’importanza delle misure contestate. Ciò che consente di concludere che, in caso di violazione della libertà di espressione commerciale per effetto della consacrazione del termine “*équitable*” in seno alla “*loi sur les appellations réservées*”, il tribunale potrà probabilmente anche giustificare tale eventuale attentato.

1.5 Strategie d'azione e possibili percorsi legislativi

Orbene, una volta esaminati tali percorsi e indipendentemente dalla forma o dalla veste giuridica che un'azione normativa in tema di *"fair trade"* dovrebbe rivestire, risulterà senz'altro interessante, a questo punto, spendere qualche considerazione in ordine agli elementi ed ai connotati cc.dd. "essenziali" che dovrebbero comunque caratterizzare e dunque necessariamente essere presenti all'interno di un intervento di questo tipo; nell'ambito di tali considerazioni sarà quindi possibile sottolineare le condizioni e le raccomandazioni, avanzate dalla dottrina canadese e per così dire auspicabili, nell'ottica di un intervento ragionato in materia, e ciò, come si diceva, in vista degli scenari futuri e dalle scelte legislative che saranno oggetto di applicazione concreta nel suddetto campo.

1.5 a) *"les dispositions du droit de la consommation"* e l'esigenza di pervenire all'adozione di una definizione giuridica del fenomeno

Nell'ambito dei principi cc.dd. "chiave" che dovrebbero ispirare il percorso di costruzione di una futura legge sul *"fair trade"* in Canada, occorre anzitutto annoverare - per come ribadito da quella parte della dottrina incline al riconoscimento normativo ufficiale del fenomeno²⁴⁴ - le regole generali del diritto dei consumatori e nella specie quelle attinenti il divieto di utilizzare informazioni false od ingannevoli con riguardo ai prodotti posti sul mercato, nonché quelle disposizioni legislative di diritto generale delle obbligazioni, le quali sarebbero altresì suscettibili di valere quali norme di riferimento per la disciplina dei prodotti equo solidali. Tali dettami, infatti, sono precisamente orientati a garantire al pubblico consumatore il diritto ad una informazione commerciale veritiera, oltre che chiara e trasparente, e consentono dunque allo stesso la possibilità di avanzare ricorsi e di proporre querele nei casi in cui tale diritto si presuma violato.

I principi appena menzionati meritano tuttavia un attento esame e ciò al fine di comprendere come ed in quale misura gli stessi debbano trovare applicazione.

²⁴⁴ Sul punto si veda in particolare lo studio di A. Tremblay e M.C. Desjardins, *L'encadrement juridique du commerce équitable: un aperçu des avenues possibles*, in *Production et consommation durables: de la gouvernance au consommateur-cytoien*, Colloque International 18, 19 et 20 septembre 2008 Organisé par le Centre d'études en droit économique de la Faculté de droit de l'Université Laval (sous la direction de Geneviève Parent avec la collaboration de Sophie Lavallé et Georges Azzaria) e pubblicato da Editions Yvon Blais, pp. 139 e ss.

Orbene, come rilevato dalla dottrina anzi menzionata, l'atto legale in cui si sostanzia e attraverso cui si realizza la vendita di un prodotto, sia esso equo o meno, è costituito dal contratto.

Nello specifico, tale dottrina richiama quali applicabili, nei casi di dichiarazioni false o menzognere, le disposizioni relative al dolo ed alla buona fede - posto che sussiste il dolo nel momento in cui il contratto di vendita è concluso ma il consumatore non abbia ottenuto il prodotto o, lo abbia eventualmente accettato a condizioni differenti, e che il venditore abbia volontariamente ingenerato un errore nella spirito del consumatore tale da indurlo a concludere quel contratto -nonché quelle inerenti il diritto dei consumatori, ritenendole idonee a rispondere in buona parte alle esigenze anzi menzionate e precisamente ritenendole atte ad impedire l'uso poco scrupoloso del termine "*équitable*" ed a garantire che gli operatori del settore si attengano effettivamente ai principi dichiarati; tali disposizioni consentirebbero, dunque, di poter qualificare quale dichiarazione falsa, ingannevole e menzognera l'apposizione del suddetto termine su un prodotto che non soddisfa in pratica certi requisiti e di sanzionare pertanto tali pratiche²⁴⁵.

Ebbene, senza voler porre in discussione le argomentazioni e gli orientamenti appena esposti, vale tuttavia la pena di ribadire le notevoli difficoltà che comunque sussistono con riferimento all'accertamento, reale, del carattere falso o ingannevole di una data espressione connessa all'uso del termine "*équitable*", ciò che, come si è più volte sottolineato, è attribuibile all'assenza di una definizione legale in materia.

Tale constatazione ha spinto, in effetti, la richiamata dottrina a riflettere sulla possibilità di integrare, o se si vuole di "bonificare", le disposizioni concernenti il diritto dei consumatori attraverso un intervento legislativo statale, che si sostanzierebbe precisamente nell'elaborazione di una definizione legale del "*fair trade*", e che renderebbe più semplice l'attuazione e la messa in opera di quelle disposizioni inerenti il diritto dei consumi consentendo di contro un più facile controllo nonché una più semplice individuazione di quei comportamenti sanzionabili quali ingannevoli e fraudolenti.

²⁴⁵ Sul punto addirittura, la citata dottrina, richiama la Direttiva Europea 2005/29/CE concernente le pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori, laddove si configura, quale pratica ingannevole, il mancato rispetto, da parte di una impresa, di un codice di condotta che la stessa si era impegnata ad osservare. E precisamente si legge, nel suo art. 6(2) b "*...une pratique commerciale est également réputée trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle amène ou est susceptible d'amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, et qu'elle implique: ... b) le non-respect par le professionnel d'engagements contenus dans un code de conduite par le quel il s'est engagé à être lié, dès lors: i) que ces engagements ne sont pas de simples aspirations, mais sont fermes et vérifiables, et ii) que le professionnel indique, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'il est lié par le code..*".

E d'altro canto tali conclusioni sembrano risultare perfettamente in linea con quelle di alcuni paesi europei, quali la Francia, ad esempio, che a partire dal 2005, attraverso la nota "*Loi en faveur des petite set moyennes entreprises*", ha avviato un percorso di riconoscimento ufficiale del fenomeno, od anche il Belgio, l'Italia e la Spagna, laddove sono in cantiere, a livello nazionale e non solo, vari progetti di legge volti a pervenire ad una definizione legale del fenomeno.

Orbene, alla luce delle osservazioni fin qui esposte, le quali mostrano l'esistenza di un atteggiamento e di una presa di coscienza assolutamente omogenea per quanto attiene all'esigenza di un riconoscimento normativo del fenomeno, sembra a questo punto assai interessante soffermarsi sugli interrogativi inerenti il *modus operandi* e le tecniche (vale a dire la tipologia e le modalità di un intervento normativo) attraverso cui tale obiettivo dovrebbe concretarsi, dato che, come non si è mancato di osservare, il fatto di adottare una definizione in tema non esclude di per sé tutte le problematiche ed i quesiti suscettibili di ingenerarsi all'interno di tale contesto²⁴⁶. In particolare sul punto la richiamata dottrina ribadisce l'essenzialità di una definizione chiara, precisa e dettagliata che sia in grado di offrire, a quel giudice che si troverà eventualmente a dover decidere sulla controversia, gli strumenti adeguati a disciplinare il caso e propone, quale opportuna, l'adozione di una definizione legale di "*commerce équitable*" che si ponga come parametro di riferimento all'interno della normativa inerente il diritto dei consumatori; e cioè, posta l'opportunità di inquadrare il fenomeno disciplinandolo per mezzo delle disposizioni inerenti il diritto dei consumi, e constatate le lacune e le problematiche connesse all'assenza di una definizione normativa, l'idea di base è quella di utilizzare il complesso di norme già esistente inserendo, all'interno di esso, una nuova categoria giuridica, quella dei prodotti equi e solidali. Tale opzione, oltre a non interferire assolutamente sullo spirito e sulla natura del regime delle norme appena menzionate,

²⁴⁶ Sul punto, in particolare, la citata dottrina si richiama all'esperienza francese sottolineando come pur in presenza di una definizione normativa del fenomeno sussistano allo stato notevoli difficoltà in termini di definizione delle controversie, con ciò evidenziando che tale operazione di inquadramento normativo deve assolutamente realizzarsi in maniera chiara e precisa e comunque tale da poter offrire, a quel giudice che si troverà eventualmente a dover dirimere una determinata controversia, gli strumenti necessari ai fini di una decisione equa. Precisamente si legge, all'interno del menzionato studio di A. Tremblay e M.C. Desjardins, *L'encadrement juridique du commerce équitable: un aperçu des avenues possibles*, in *op. cit.*, p. 157 "...ce n'est pas parce qu'une définition est adoptée qu'elle limine toute ambiguïté sur le sens à donner à l'expression «commerce équitable». Pour y arriver, il est nécessaire qu'elle soit précise et détaillée, ce qui n'est pas une tâche facile. Pour illustrer nos propos, prenons le cas de la législation française. Bien qu'elle constitue un pas dans la bonne direction, la définition proposée par l'article 60 de la Loi n°2005-882 du 2 août 2005 semble pour plusieurs trop incomplète et évasive pour régler de façon claire les problèmes d'interprétation. En effet, la définition adoptée par la France ne fait pas mention du paiement d'un prix équitable, de la protection de l'environnement ni du respect des droits fondamentaux des travailleurs, pourtant vus comme des éléments fondamentaux du commerce équitable par la majorité des acteurs. Advenant un litige concernant une pratique ambiguë, la définition de l'article 60 laissera au juge saisi de l'affaire une très grande discrétion d'interprétation et vraisemblablement trop peu de balises pour fonder sa décision s'il se limite à utiliser cette seule définition...".

risulterebbe altresì connotata dall'assenza di verifiche e controlli sistematici precedenti la messa sul mercato dei prodotti e ciò poiché tale attività di controllo dovrebbe in realtà estrinsecarsi nella fase successiva, vale a dire quella in cui i prodotti si trovano già sul mercato.

Tale circostanza se da una parte si configura quale dato positivo, se non altro in termini di snellimento della procedura, mostra per altro verso una serie di limiti che meritano, per l'appunto, di essere evidenziati; come noto, infatti, tali prodotti sono essenzialmente realizzati nei paesi in via di sviluppo, tale situazione rende particolarmente ardua, nonché decisamente costosa, la fase di raccolta delle prove nelle ipotesi di mancato rispetto delle disposizioni base da parte dei produttori, ciò che si traduce, a sua volta, in un ulteriore limite, afferente precisamente la proposizione di querele e ricorsi da parte del pubblico acquirente.

Ebbene, gli interrogativi appena esposti trovano probabilmente più di una risposta nel paragrafo seguente inerente la creazione di un sistema di certificazione o accreditamento statale, il quale, per suo conto, impone invece un'autorizzazione previa da parte dello Stato, vale a dire precedente alla messa sul mercato di tali tipi di prodotti.

1.5 b) la creazione di un sistema di certificazione o accreditamento statale (obbligatorio o facoltativo)

Come s'accennava, contrariamente a quanto previsto nel caso di inquadramento del fenomeno per mezzo delle disposizioni relative al diritto dei consumatori e dunque alla pubblicità ingannevole e menzognera, la creazione di un regime c.d. di certificazione o accreditamento statale implica una autorizzazione dello Stato precedente alla messa in commercio di tali prodotti, oltre naturalmente ad un ulteriore controllo, da effettuarsi successivamente, all'interno dei diversi punti vendita.

Or dunque, secondo quanto segnalato da una dottrina particolarmente sensibile al tema della configurazione giuridica del settore²⁴⁷, la scelta di adoperare tale schema al fine di inquadrare ufficialmente il fenomeno potrebbe in sostanza realizzarsi attraverso due differenti percorsi: uno afferente una certificazione c.d. opzionale, l'altro concernente, invece, una certificazione c.d. obbligatoria, la quale, in entrambi i casi, sarebbe suscettibile di estrinsecarsi tanto con riguardo ai prodotti quanto con riguardo agli attori coinvolti appunto nella catena di commercializzazione dei "*fair trade products*".

²⁴⁷ Ancora sul punto, si veda il menzionato studio di A. Tremblay e M.C. Desjardins, *L'encadrement juridique du commerce équitable: un aperçu des avenues possibles*, in *op. cit.*, p. 160 e ss.

Pur precisando l'assenza, allo stato, di un sistema di questo tipo, nel senso che non sussiste attualmente alcun impianto normativo elaborato dallo Stato e che abbia ufficialmente preso la forma di un vero e proprio regime di certificazione in materia, né obbligatorio e né opzionale, è possibile rinvenire, come suggerito da alcuni autori²⁴⁸, un modello alquanto indicativo in proposito con riguardo al regime di certificazione dei prodotti biologici in Québec, e di cui si è detto nel paragrafo precedente.

Tale legge, infatti, è suscettibile di rappresentare, sia nella forma che nel contenuto, un esempio di certificazione statale (provinciale) obbligatoria, e ciò laddove la legge limita l'uso del termine "*biologique*" ai soli prodotti rispondenti a condizioni previamente determinate e riconosciute legalmente, anche se, a tal proposito, vale comunque la pena di precisare come la certificazione di cui si discorre non sia rilasciata direttamente dallo Stato ma da organismi di certificazione precedentemente accreditati.

Orbene, al fine di comprendere a pieno le ragioni e le motivazioni poste alla base del su esposto orientamento, varrà senz'altro la pena di soffermarsi a questo punto, con dovizia di particolari, sia sull'uno che sull'altro percorso.

Ebbene, per quanto attiene al sistema di certificazione statale obbligatoria, eventualmente adoperato sui prodotti, appare senz'altro evidente come la creazione di un regime di questo tipo configuri un' enorme garanzia per i consumatori consentendogli di verificare che tutti i prodotti commercializzati e recanti l'indicazione "*équitable*" siano rispondenti ai requisiti indicati a livello statale, ciò che corrisponde contemporaneamente ad una notevole crescita, in termini di credibilità, del "*fair trade market*".

Tale inquadramento, inoltre, consentirebbe, dato il carattere ufficiale del riconoscimento, di sviluppare nonché di applicare un sistema di sanzioni atto a proteggere e tutelare ulteriormente i consumatori dalle eventuali ipotesi di frode o inganno che potrebbero perpetrarsi a loro danno.

E' circostanza nota, infatti, che la messa in opera di un preciso sistema sanzionatorio consente di ridurre considerevolmente i casi di utilizzo fraudolento del suddetto termine e di inibire altresì i raggiri di quelle imprese che sfruttano impropriamente tale settore; tale controllo, e dunque tale sanzione, tra l'altro, risulta molto più facile da realizzarsi in questa sede - rispetto a quanto si diceva con riguardo all'applicazione del sistema sanzionatorio nel contesto della normativa inerente il diritto dei consumatori - dato che, in questo caso, la prova in sé non riguarda le semplici pratiche bensì un dato certo, l'uso del termine in assenza di apposita certificazione.

²⁴⁸ *Id.*, pp. 161 e ss.

Nonostante i notevoli vantaggi connessi a tale tipo di sistema, occorre, ai fini di un'indagine obiettiva in materia, rilevare altresì i limiti che lo stesso, pur inconsapevolmente, incontra, ciò che non consente di poter concludere per una garanzia piena neppure in questo caso. In particolare, sul punto, la medesima dottrina, richiama la *“Loi sur les appellations réservées”*, la quale, nonostante l'efficacia del processo di certificazione e di quello connesso al sistema sanzionatorio, mostra al contempo l'esistenza di un forte limite per quanto attiene alla possibilità di effettuare controlli ed ispezioni e ciò in conseguenza della mancanza di finanziamenti. Così come evidenziato, infatti, all'interno di uno studio realizzato sulla certificazione biologica dai Proff. Geneviève Parent e Sophie Lavallé de l'Université de Laval *“...les ressources dont dispose la CAAQ (Conseil d'accréditation agroalimentaire du Québec) sont donc insuffisantes pour accomplir l'ensemble du mandat qui lui est dévolu, notamment au chapitre de la surveillance de l'utilisation commerciale du terme biologique et de ses dérivés. Tous les intervenants rencontrés en entrevue ont émis de vives inquiétudes à cet égard, nous expliquant que la Loi ne peut pas reposer seulement sur un contrôle effectué à la suite de plaintes..”*.

Senza contare che la messa in opera del suddetto regime necessita di un quantitativo importante di risorse finanziarie ed umane e che il mercato dei prodotti equi coinvolge soggetti ed ambiti dislocati all'esterno del paese, ciò che rende ancora più difficili, oltre che costose, tali attività di controllo.

E' evidente, dunque, come la creazione di un regime di certificazione obbligatoria implichi, in ragione delle maggiori garanzie, una serie di costi e di spese nonché di procedure amministrative addizionali. Esempio a tal proposito è l'importo richiesto nel 2006 nel quadro delle procedure inerenti i prodotti biologici in Québec, pari a circa 7.000 \$ per le procedure di accreditamento, oltre agli onorari professionali di valutazione ed ai costi annuali.

A ciò si aggiunga il pericolo, oramai più volte evidenziato, di esclusione dalla categoria *de qua* di quelle iniziative già consolidate nel settore. Infatti, come non si è mancato di osservare anche nei paragrafi precedenti, il carattere obbligatorio di una certificazione rilasciata a livello statale e ancor più il fatto di dare vita ad un marchio unico, creato dallo Stato, sotto il termine *“équitable”*, potrebbe determinare l'esclusione, dalla suddetta sfera, di tutti quei marchi già esistenti ma afferenti ad organizzazioni non governative e che detengono tuttavia un ampio consenso, in termini di fiducia e credibilità, da parte del pubblico acquirente.

Inoltre, come è noto, l'operazione di certificazione dei prodotti richiede di per sé l'elaborazione di una precisa lista di canoni da rispettare, i quali sono tra l'altro differenti da prodotto a prodotto; ciò significa che qualora lo Stato decidesse di optare per tale tipo di

certificazione obbligatoria, lo stesso dovrebbe previamente stabilire una lista di requisiti specifici soprattutto per quanto attiene a quei prodotti che non sono stati fatti oggetto di norme elaborate da organizzazioni di commercio equo come FLO. Tale operazione, la quale si pone come assolutamente necessaria in un quadro di questo tipo, lungi dall'essere semplice, comporta com'è facile intuire, una serie di costi notevoli nonché di rischi dato che la scelta di includere o meno determinati criteri corrisponde in automatico alla estromissione o inclusione di determinati prodotti.

In tal senso non è mancato chi ha preferito suggerire, quale meno problematica, la scelta di elaborare un siffatto regime sugli attori piuttosto che sui prodotti del commercio equo, e ciò anche in vista di un'ulteriore considerazione afferente le regole di diritto del commercio internazionale elaborate dall' OMC; la scelta di propendere eventualmente per l'adozione di un regime di questo tipo, infatti, merita a monte un'operazione di conciliazione rispetto a tali regole, dato che il fatto di riservare l'uso del termine "*équitable*" solo ad alcuni prodotti potrebbe suscitare qualche dubbio e rischiare di essere addirittura assimilato a misure di protezionismo.

Se gli interrogativi suscettibili di determinarsi nell'ipotesi della certificazione statale obbligatoria sono tanti e vari, il quadro inerente il sistema di certificazione statale c.d. opzionale non appare meno complicato.

Ed in effetti, se per un verso è vero che la scelta di optare per una certificazione opzionale o volontaria, rilasciata dallo Stato, comporta notevoli vantaggi, quali ad esempio l'assenza di interesse pecuniario da parte dell'organo di certificazione, la non esclusione di quei prodotti che non si attengano strettamente a determinati criteri, nonché l'inesistenza di quelle problematiche eventualmente inerenti il temperamento rispetto alle norme di diritto del commercio internazionale (data appunto la natura volontaria), è d'altro canto pur vero che per la stessa ragione tale sistema non risulta in assoluto in grado di arrestare l'uso e l'abuso che certe imprese fanno del settore.

In tal senso, la citata dottrina fa cenno ad un esempio significativo, richiamando nella specie l'esperienza francese ed in particolare i differenti tentativi posti in essere in tale direzione – quali appunto il progetto di legge proposto dal governo socialista nel 2001 e finalizzato alla creazione del "*label équitable*" così come i due differenti progetti di legge presentati da un Deputato dell'Unione per il movimento popolare e volti, in egual maniera, alla creazione di una certificazione per i suddetti prodotti – .

La "*Loi n°2005-882 du 2 août de 2005*", prevede, infatti, nel suo articolo 60, il riconoscimento da parte della "*CNCE*" (*Commission nationale du commerce équitable*) di

quelle persone o organizzazioni le cui norme sono giudicate conformi alla definizione di “*commerce équitable*” contenuta all’interno del medesimo testo di legge. Tale sistema poggia, tuttavia, su una base strettamente volontaria nel senso di non limitare, al contrario di quanto previsto invece dalla “*Loi sur les appellations réservées*”, la restrizione di tale concetto alle sole persone autorizzate e dunque accreditate, ma di interdire semplicemente l’utilizzo dell’espressione “*reconnu par la CNCE*”.

E cioè a dire che il regime volontario consente alle imprese ed alle organizzazioni esercenti la propria attività nel settore del commercio equo di domandare tale riconoscimento ma non preclude, a coloro che non scelgono di optare per tale soluzione, la possibilità di continuare ad operare all’interno del suddetto settore.

Ebbene, indipendentemente dalla tipologia di intervento che si sceglierà di adottare per disciplinare il fenomeno, e che sembra, allo stato, in procinto di concretarsi, appare evidente l’esigenza, oramai costante, di realizzare tale operazione a livello statale e di coinvolgere dunque anche i sistemi di Governo all’interno del suddetto percorso, ciò che consente di evidenziare un interessante parallelismo rispetto al quadro europeo quanto meno in termini di livelli, se non proprio di strumenti giuridici, da utilizzare nel settore.

1.5 c) “*Fair trade purchasing policies*”

Orbene, una volta illustrato il quadro di intenti e di proposte applicabili al settore nell’opinione di una parte della dottrina canadese, e precisamente di quella quebecchese, particolarmente vicina alle soluzioni prospettate nell’ambito dei sistemi di civil law, appare senz’altro doveroso a questo punto soffermarsi sull’esame di quelle pratiche, vale a dire di quelle strategie, elaborate e messe a punto, invece, a livello locale, cc.dd. “*policies*”, le quali risultano diretta espressione di una tecnica regolamentativa inversa, c.d. di “*bottom up*”, inclusiva cioè anche degli sforzi compiuti dalla società civile nel settore.

Il termine “*policy*” indica tipicamente un piano d’azione volto ad orientare le scelte decisionali in una determinata materia o settore allo scopo di evitare effetti negativi e col fine dunque di pervenire a risultati razionali; in particolare tale termine può essere utilizzato anche per indicare ciò che è effettivamente è stato svolto o che risulta addirittura *in itinere* all’interno di un determinato ambito, ma che non è stato tuttavia formalizzato in termini di vera e propria legge.

Mentre la legge, dunque, può obbligare o vietare comportamenti (ad esempio, una legge che richiede il pagamento di imposte sul reddito) la “*policy*” si limita a suggerire delle linee guida nell’ottica del raggiungimento del risultato desiderato, indicando soluzioni differenti ed alternative possibili.

Le “*purchasing policies*” avviate in Canada, nel settore del commercio equo e solidale, rappresentano in tal senso lo strumento attraverso cui numerose organizzazioni e “gruppi rappresentativi”²⁴⁹ nel settore si prefiggono di operare al fine di assistere il “*Canadian Consultation Committee on Fair Trade*” nel suo processo decisionale relativo alle tecniche di gestione e di organizzazione del fenomeno a livello di governo.

Orbene se in generale è possibile sottolineare una crescente tendenza ad includere il fenomeno all’interno di politiche inerenti il rispetto di criteri sociali e/o ambientali - e in tal senso si discorre infatti di “*green purchasing policies*” nonché di “*ethical or socially responsible purchasing policies*” - nello specifico è interessante evidenziare l’esistenza, a livello federale per esempio, del “*Public Works and Governments Services Canada*” (PVGSC), un’agenzia responsabile della contrattazione di beni e servizi per conto dei dipartimenti di governo e che nell’ambito del suo ampio ventaglio di attività ha formulato delle raccomandazioni per incrementare gli acquisti cc.dd. sostenibili attraverso il proprio “*Office of Greening Government Operations*”; così come sussistono, ad esempio, degli apparati di governo particolarmente propensi ad incentivare e sostenere le “*green procurement*”, vale a dire quelle politiche di appalto cc.dd. sostenibili a livello di impatto ambientale, nonché dei meccanismi, instaurati all’interno degli stessi dipartimenti federali e volti ad incoraggiare le “*green practices*”, quale per l’appunto il “*departments awareness and Green Citizenship Teams*”.

Senza contare i cc.dd. “*green objectives*”, che fanno parte del “*Department’s Sustainable Development Strategies*” e che sono costantemente monitorati dal “*Commissioner of the Environment and Sustainable Development*”.

Altrettanto significativa risulta pure la menzione di quegli interventi messi in campo a livello provinciale tra cui spicca senz’altro il “*Sustainable Development Act (Manitoba and Quebec) and related Sustainable Development Procurement Policies*”.

²⁴⁹ Nello specifico tali gruppi spingono affinché il governo possa incorporare il fenomeno del “*fair trade*”, e più in generale i criteri etico-sociali, nelle proprie politiche di acquisto. Si pensi ad esempio, al ruolo svolto da organizzazioni come *Students against Sweatshops-Canada*, *Maquila Solidarity Network*, *Union of Needletraders, Industrial and Textile Employees*, *Canadian Labour Congress*, *Oxfam*, *Fair Trade Network*, *Quebec Coalition against Sweatshops (which regroups several unions like the FTQ and CSQ, the University of Montreal, Amnesty International, Oxfam-Quebec, CISO and EVB-CSQ) and members of the Canadian Coalition on Fair Trade (like Equiterre, North-South Institute, Transfair, Equita ecc)*.

Ora, sebbene la maggior parte delle politiche appena illustrate non sia specificamente orientata nell'ottica del *"fair trade sector"*, trattandosi, come si legge, più che altro di linee guida volte ad incoraggiare le politiche di acquisto a livello sociale ed ambientale, occorre tuttavia precisare come sia possibile, in vista delle convergenze esistenti in termini di aspetti sociali ed ambientali connessi al settore, annoverare tali intenti nell'ambito di quelle pratiche potenzialmente atte ad incentivare il fenomeno tra cui rientra anche, ad esempio, la c.d. *"task force"* creata a livello nazionale dal *"Ministers of Public Works"* e volta ad assicurare la fattibilità di *"No Sweat purchasing policies"*.

Se ciò è quanto traspare dall'analisi delle *"policies"* a livello federale e provinciale, ancor più prolifera risulta la situazione inerente il livello municipale e scolastico-universitario, laddove sono state approvate nonché attuate, una serie di strategie e di politiche inerenti aspetti etico-sociali e volte in tal senso ad incentivare ancor più da vicino il settore del commercio equo e solidale; nove *"School Boards"* e quattordici *"Universities"* hanno già adottato specifiche politiche in campo²⁵⁰, mentre dodici *"Additional Municipalities"* hanno attuato delle *"Ethical purchasing resolutions"* e sono attualmente impegnate nello sviluppo delle rispettive *"policies"*²⁵¹, senza considerare il crescente numero di scuole, università ed organizzazioni che acquista oramai *"fair trade products"* pur in assenza di tali specifiche politiche. Particolarmente significativa appare poi la situazione a livello municipale, si pensi, ad esempio, alle *"Ethical purchasing policies"* elaborate dalle città di Ottawa, Vancouver, Black Diamond e Toronto. Già a partire dal 2005, infatti, tali centri urbani hanno iniziato a conformarsi, in linea con il *"Supplier Code of Conduct"* basato sulle convenzioni ILO e sulla *"Transfair Certification"*, a dei criteri etico-sociali inerenti ad esempio la vendita di vestiario ma anche di alimenti e soprattutto di caffè, prevedendo altresì meccanismi di tutela e denuncia di eventuali abusi verificatisi all'interno dei luoghi di lavoro.

Scendendo ancor più nello specifico e analizzando nel dettaglio tali politiche è possibile evidenziare come mentre alcune, tipo quelle messe a punto dalla città di Vancouver, sono orientate ad includere entrambi i settori, vale a dire sia l'abbigliamento che il settore

²⁵⁰ *School Boards: Algonquin and LakeShore Catholic District; Catholic District School Board of Eastern Ontario; Hamilton-Wentworth Catholic District; Huron-Superior Catholic District; Toronto Catholic District; Waterloo Region District; York Catholic District; Universities: University of Alberta; Dalhousie University; University of Guelph; Laurentian University; McMaster University; Memorial University; Queen's University; Ryerson University; University of Toronto; Trent University; University of Waterloo; University of Western Ontario; Wilfrid Laurier University and Simon Fraser University; e ancora The Medical Department of the Montreal University il quale ha recentemente approvato una risoluzione per la vendita di no-sweat garments.*

²⁵¹ *Municipalities: Ottawa and Windsor (ON); Calgary(AB); Saskatoon(SK); Nanaimo, The Regional District of Nanaimo, Duncan, Ladysmith and North Cowichan (BC); Bathurst (NB); Halifax and Port Hawksbury (NS). Also a movement underway in Brandon, Victoria, Quebec, and The University of Montreal.*

alimentare, altre sono al contrario esclusivamente dirette al c.d. “*apparel purchased*”, come ad esempio nel caso di Toronto.

Altre realtà locali, poi, sono addirittura in procinto di ampliare le proprie “*policies*”, come ad esempio la città di Ottawa, laddove il “*City Council*” ha richiesto di recente al “*City staff*” di sviluppare una precisa “*policy*” da applicare a tutte le vendite inerenti “*clothing and fair trade agricultural products*”²⁵².

I riferimenti appena citati mostrano, dunque, l’esistenza di un consistente numero di “*ethical purchasing policies*”, come pure di “*ethical purchasing resolutions*”, messe in campo da parte delle autorità governative canadesi e consentono, a parere di chi scrive, al di là della valutazione inerente i contenuti e le azioni espresse e formalizzate all’interno dei citati documenti, di rintracciare una potenziale similitudine rispetto al fermento che ha ugualmente interessato i settori di governo municipali e regionali in Europa e soprattutto in Italia, laddove, come si è avuto modo di osservare, le azioni dirette alla diffusione delle attività di commercio equo si sono sostanziate in una vasta gamma di interventi e di proposte, le quali hanno consentito di qualificare tale livello quale più che prolifero rispetto al panorama nazionale.

²⁵² *City Council Meeting Highlights, May 10, 2006.*

1.6 Conclusioni: condizioni e raccomandazioni nell'ottica di un intervento ragionato in materia

Alla luce delle considerazioni fin qui svolte e concernenti tanto le possibili tecniche di inquadramento del fenomeno quanto il livello nell'ambito del quale tale inquadramento dovrebbe realizzarsi, appare, a questo punto, più che doveroso spendere qualche riflessione conclusiva in merito ai presupposti, e dunque alle condizioni, che dovrebbero in ogni caso connotare la costruzione di una legge sul "*fair trade*" in Canada.

Se è vero infatti che l'intervento dello Stato appare lo strumento necessario e senza dubbio più adatto, soprattutto ai fini di un corretto e consapevole utilizzo del termine "*équitable*" - in quanto si configura come il solo in grado di instaurare un regime ufficiale in materia, a differenza degli organismi di certificazione non governativi il cui controllo è circoscritto unicamente alla verifica dell'uso del proprio logo o marchio di commercio - è pur vero che tale intervento deve compiersi nel rispetto di una serie di fattori di molteplice natura e che non possono assolutamente ignorarsi. L'elaborazione di un quadro normativo all'interno del quale ricomprendere il fenomeno in discorso, e che rappresenta senza alcun dubbio un passaggio doveroso nell'ottica di una maggiore tutela per il consumatore, si configura in effetti quale operazione assai delicata e rischiosa per ciò che attiene al futuro sviluppo del "*fair trade market*".

Al fine di comprendere, dunque, i presupposti nonché le condizioni necessarie nell'ottica di un intervento ragionato in materia, risulterà senz'altro utile richiamare le considerazioni elaborate a riguardo dalla dottrina canadese, la quale si sofferma principalmente su quattro punti chiave, vale a dire, il rispetto delle iniziative e dei marchi già esistenti, l'esigenza di evitare ulteriori e più pesanti oneri a livello amministrativo e finanziario, e su tutte, il bisogno di pervenire ad una definizione chiara e precisa del fenomeno nonché l'elaborazione di adeguati meccanismi di controllo precisamente orientati alla tutela del consumatore e del settore tutto.

Ebbene, per quanto attiene al primo punto, vale anzitutto la pena di osservare come l'esigenza di inquadrare ufficialmente il fenomeno non può e non deve assolutamente tradursi nella creazione di un monopolio o di un circuito c.d. chiuso, ma semplicemente mirare ad assicurare che i prodotti recanti il suddetto marchio siano effettivamente rispondenti alle caratteristiche indicate. La creazione di un regime giuridico ufficiale in materia, infatti, lungi dall'ostacolare l'espansione del mercato, dovrebbe prima di tutto essere orientato al riempimento delle lacune attualmente esistenti e che tanto pregiudicano l'affidabilità e la credibilità del settore *de quo*, generando, di guisa, un effetto di maggiore slancio commerciale.

In tale ottica, la richiamata dottrina, ha inteso opportuno ribadire come l'elaborazione di un regime di natura statale in tema debba avvenire nel pieno rispetto di quelle iniziative e di quei marchi già esistenti, i quali si attengono di per sé ai principi di base del commercio equo; a tal riguardo la stessa dottrina cita, quale esemplare, l'attività di "*Transfair Canada*", precisando per un verso i notevoli sforzi profusi, già da anni, da tale organizzazione nel settore, ma soprattutto richiamando la notorietà e l'affidabilità che tale marchio riveste nell'opinione del pubblico acquirente. E' oramai nota, in effetti, l'associazione mentale che molti consumatori fanno in termini di fiducia e sicurezza tra "*Transfair Canada*" e i "*fair trade products*" ed è proprio in virtù di ciò che si comprende perché è necessario che l'inquadramento del fenomeno avvenga nel rispetto anche di tali realtà. Un intervento statale, infatti, che si sostanzia semplicemente nella creazione di un unico marchio di certificazione, che impedisca l'uso dei marchi già esistenti così come la creazione di nuovi, potrebbe addirittura costituire un ostacolo allo sviluppo del "*fair trade market*" oltre a richiedere un enorme sforzo in termini di nuove operazioni di marketing e strategie volte a generare fiducia e credibilità nel pubblico acquirente.

Se l'esistenza di una moltitudine di marchi differenti, dunque, è causa di una serie di problematiche, le quali sono state tra l'altro già ampiamente illustrate nei paragrafi precedenti, tale circostanza riveste, per altro verso, un valore innegabile, se non altro con riferimento a quei marchi che possiedono un certo potere evocativo nella mente dei consumatori e che non debbono certamente essere cancellati.

Orbene, nell'alveo delle raccomandazioni e dei requisiti preposti alla regolamentazione del settore emerge, quale ulteriore, l'esigenza di evitare di creare nuovi e più pesanti oneri finanziari ed amministrativi destinati a gravare in maniera notevole sugli operatori del settore. Sul punto, la citata dottrina appare più che decisa nel ribadire come la necessità di pervenire ad una normazione in materia non debba assolutamente tradursi in un sovraccarico monetario posto che una siffatta circostanza finirebbe per scoraggiare coloro che operano nel settore determinando di conseguenza un impoverimento dello stesso mercato.

Sebbene, dunque, sia normale ritenere che l'instaurazione di un regime legale, specie se a carattere obbligatorio, possa essere fonte di costi e procedure amministrative addizionali, e ciò in vista di una contropartita più che ragionevole la quale consiste nell'arrestare l'uso fraudolento del termine e nel promuovere la credibilità del mercato stesso, è d'altro canto pur vero che tale circostanza non deve tradursi in un eccessivo aggravio economico, posto che ciò potrebbe indurre certi attori, attualmente coinvolti nel settore, a creare dei sistemi paralleli non

sottomessi a tale regime e perciò dunque suscettibili di generare una maggiore e più profonda confusione; si pensi, ad esempio, ai termini “*commerce solidaire*” o “*commerce alternatif*”.

In presenza delle circostanze appena illustrate, appare più che condivisibile il timore manifestato in dottrina e che porta ad intimare al legislatore di procedere ad un’attenta analisi della questione e di utilizzare in particolare una maggior prudenza per quel che concerne l’imposizione di nuove regole, di cui i predetti costi risultano una diretta ed immediata conseguenza.

Nella specie, per quel che attiene ai costi che potrebbero essere associati ad un regime di questo tipo, appare, ancora una volta significativo il richiamo al regime dei prodotti biologici in Quèbec, i quali ammontano a circa 7.000 \$ (costi di base per quanto concerne le procedure di accreditamento), oltre agli onorari professionali (afferenti la valutazione e pari a circa 550 \$) ed ai costi annuali (pari a circa 2.000 \$).

Ora, sebbene tali riferimenti siano puramente dimostrativi, nel senso che non è detto che i costi derivanti dalla commercializzazione dei “*fair trade products*” siano per forza equivalenti a quelli dei prodotti biologici, i parametri appena esposti possono fornire un utile esempio in materia.

Or dunque, a parte le preoccupazioni inerenti il rispetto di quelle iniziative di rilievo già in campo nonché quelle concernenti gli oneri fiscali ed amministrativi, occorre a questo punto concludere sottolineando, su tutte, la necessità di pervenire, prima di tutto ad una definizione chiara, precisa e dettagliata del fenomeno, problematica questa, che la richiamata dottrina pone quale elemento chiave nel percorso di costruzione di un preciso schema normativo sul “*fair trade*” in Canada²⁵³.

²⁵³ Sul punto particolarmente indicativo appare il recente *Recommendation report* dal titolo “*Regulation of Fair Trade products: Calls for a National Definition of Fair trade*” redatto nell’aprile del 2007 da Stephen Wells, e sottoposto al *Minister of Agriculture and Agri-Food and Minister for the Canadian Wheat Board, The Honourable Chuch Strahl*. Tale documento, il quale sottolinea in primo luogo le problematiche inerenti il commercio fraudolento dei “*fair trade products*”, definendo tale circostanza quale dato allarmante nell’ottica delle future sorti del “*fair trade market*”, evidenzia al contempo, quale prioritaria, l’esigenza di elaborare una definizione del fenomeno a livello nazionale in ragione della quale poter giustificare l’attività di controllo della *CFIA (Canadian Food Inspection Agency)*; e ciò posto che, così come esposto nella sezione prima del suddetto documento “...until such a definition is created, fair trade labeling cannot be regulated by the CFIA...”. Nel dettaglio, dunque, a parte l’illustrazione delle motivazioni in ragione delle quali appare opportuno propendere per un rapido inquadramento normativo del fenomeno, il *report* si sofferma, nelle sua sezione quinta, sulle soluzioni attuabili e sulle strade percorribili, indicando a tal proposito vantaggi e limiti. E dunque, se le tecniche sviluppate all’interno del settore privato, in assenza di un qualunque intervento governativo, consentono una forte sensibilizzazione del pubblico rispetto a tale tipo di mercato ed evitano tutti i costi legati ad una procedura statale, è d’altro canto pur vero che tale strada non offre gli strumenti adeguati a garantire e tutelare i consumatori, senza considerare che, così come si legge all’interno del documento, “..without this support it is unlikely that fair trade products will gain a significantly higher market-share in the long term..”, e cioè a dire che senza il supporto del governo è davvero arduo, se non addirittura improbabile, che tali prodotti acquistino una più alta quota di mercato. A parte la soluzione offerta dal settore privato, anche la scelta di sviluppare un apposito programma di certificazione nazionale, indicata quale seconda via percorribile, non sembra porsi quale miglior rimedio posto che, così come

Tale compito, sulla cui imprescindibilità ci si è già ampiamente soffermati in precedenza, spinge a riflettere su una serie di questioni e pone, dunque, una serie di interrogativi differenti, relativi, ad esempio, al se la nozione di “*fair trade*” debba limitarsi soltanto a disciplinare le relazioni commerciali tra gli attori del Nord ed i produttori del Sud o debba al contrario essere suscettibile di inglobare altresì le relazioni cc.dd. Nord-Nord e Sud-Sud, e ancora se sia giusto mantenere la commercializzazione e dunque la distribuzione di tali prodotti per così dire al margine delle grandi catene di distribuzione o ricomprenderla, al contrario, anche all’interno dei punti vendita aperti al grande pubblico, e inoltre se tale nozione debba tenere anche in conto le esigenze delle imprese che distribuiscono tali prodotti oppure focalizzarsi essenzialmente sui bisogni dei produttori dei paesi in via di sviluppo. Tali interrogativi, che esprimono tuttavia solo una piccola parte della moltitudine di problematiche connesse alla definizione giuridica del fenomeno, spingono a loro volta a riflettere accuratamente anche sulla necessità di dare vita contestualmente ad un adeguato sistema sanzionatorio così come ad idonei meccanismi di controllo, i quali si pongono quali essenziali all’interno del contesto in esame.

indicato nel report, “...a precedent for a nationally-mandated certification program has already been set in regard to organic foods. In Canada, organically grown foods which meet the Canadian criteria are called Certified Organics. The certification of these products is administered by small government-approved bodies across the country. For example in British Columbia the Certified Organic Associations of British Columbia (COABC) is designated to implement Certified Organic program under the Food Choice and Quality Act..”. Orbene dalla lettura del documento è possibile ricavare a tal proposito come se per un verso la creazione di un programma di questo tipo consentirebbe di fissare dei nuovi standards in termini di produzione etica, contribuendo ad innalzare il livello di fiducia dei consumatori e ad avere un impatto positivo in termini di ricaduta sul mercato, contribuendo altresì ad eliminare i danni causati da quelle imprese che operano senza titolo nel contesto *de quo*, per altro verso lo stesso implica dei costi notevoli oltre che insostenibili. Alla luce dei difetti per così dire evidenziati dall’analisi dei percorsi di cui sopra, appare a questo punto logico illustrare le ragioni che consentono di preferire quale percorso ottimale quello inerente la creazione di una definizione nazionale di *Fair Trade*. Tale strada avrebbe il vantaggio di individuare precisamente i prodotti suscettibili di inquadrarsi all’interno della categoria, escludendo quelli manchevoli dei requisiti richiesti, e di proteggere dunque efficacemente il settore. E nello specifico, così come espresso all’interno del report “...a national definition of Fair Trade would allow the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) to examine products sold under the name Fair Trade and penalize retailers whose products who are not appropriately certified. The national definition would simply enable the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) to perform its function to protect certified products, as Canadians expect it to. A national definition would not require special laws or programs and it would not cost Canadian tax money. Costs incurred from enforcement could be recouped from fines imposed on violators of the certification....a national definition will help Fair Trade businesses grow..”. E cioè a dire che una definizione nazionale del fenomeno, la quale avrebbe innanzitutto il merito di aiutare le imprese canadesi operanti nel settore a crescere e svilupparsi, permetterebbe alla Canadian Food Inspection Agency (CFIA) di esaminare i prodotti venduti sotto il nome di commercio equo e solidale e di sanzionare i rivenditori i cui prodotti non sono adeguatamente certificati. Tale definizione nazionale consentirebbe, dunque, alla Canadian Food Inspection Agency (CFIA) di svolgere la propria funzione e cioè di proteggere i prodotti certificati, così come i canadesi si aspettano e non richiederebbe leggi speciali o programmi eccessivamente costosi, senza contare che le spese eventualmente sostenute potrebbero essere recuperate attraverso le ammende inflitte ai contravventori.

CAPITOLO SECONDO

IL RICONOSCIMENTO NORMATIVO DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE IN FRANCIA TRA LEGISLAZIONE E PROCESSO DI STANDARDIZZAZIONE

2.1 L'inquadramento giuridico del commercio equo e solidale in Francia: contesto storico e percorsi

Sul finire degli anni novanta tanto le organizzazioni del commercio equo aderenti alla “PFCE” (*Plata-Forme française du commerce équitable*) quanto le associazioni dei consumatori hanno iniziato ad esprimere una sorta di inquietudine ed insofferenza dinanzi alla proliferazione di marchi e loghi recanti il termine “*commerce équitable*” ma in gran parte privi delle verifiche afferenti il rispetto dei criteri sottesi a tale tipo di commercio. Sulla scorta di tali ragionevoli dubbi numerosi sono stati i tentativi elaborati nel paese da parte dei pubblici poteri e ciò nell’ottica di un riconoscimento ufficiale del fenomeno. Orbene, nell’analisi del contesto storico, e dunque anche dei vari itinerari che hanno in sostanza caratterizzato l’evoluzione giuridica del commercio equo e solidale in Francia, vale anzitutto la pena di annoverare i differenti tentativi intrapresi, a partire dall’anno 2000, in tale direzione, i quali, a prescindere dalle rispettive sorti, meritano senz’altro di essere ascritti quali tappe di maturazione nel settore, dal valore significativo oltre che pregnante.

Si pensi ad esempio in primo luogo al progetto preliminare della legge quadro relativa all’economia solidale e sociale presentato dal Segretario di Stato francese per l’economia solidale nell’ottobre del 2001 e volto a prevedere la creazione di un vero e proprio marchio sul commercio equo, ma allo stesso tempo si pensi pure al lavoro svolto dai parlamentari nella medesima direzione e nello specifico alle due proposte di legge formulate nell’ottobre del 2001²⁵⁴ e nel giugno del 2003²⁵⁵ dal deputato Yves Nicolin, l’ultima delle quali volta, in particolare, ad introdurre nel “*Code de la consommation*” una nuova norma relativa ad una certificazione sul prodotto in virtù della quale individuare come di “*commerce équitable*” tutti i prodotti che rispondessero a determinati requisiti di produzione, acquisto e commercializzazione, previsti in un “*référentiel*”, nonché sottoposti al controllo di organismi di certificazione riconosciuti dal Ministero dell’economia, del commercio, del lavoro e

²⁵⁴ Cfr. “*Proposition de loi visant à promouvoir un commerce international équitable entre Nord et le Sud*” publiée in www.assemblee-nationale.fr

²⁵⁵ *Id.*

dell'ambiente. Come s'accennava, tuttavia, anche tale proposta - come del resto i tentativi che l'avevano preceduta - non ha avuto il seguito sperato sicché la scelta di introdurre un sistema fondato sulla "*filière labellisée*" è stata completamente abbandonata.

2.2 L'art. 60 della legge del 2 agosto 2005, n. 882

Nel quadro degli intenti appena menzionati protesi, ognuno a suo modo, verso una normazione ufficiale del fenomeno si inserisce, a pieno titolo, la legge n. 882 del 2 agosto 2005, in favore della piccola e media impresa, che si configura quale asse portante nel processo di evoluzione legislativa in tema. Tale legge, infatti, la quale dedica il suo art. 60 al commercio equo e solidale, rappresenta, a differenza dei tentativi anzi citati, il primo intervento significativo nel settore e merita altresì un plauso particolare se si considera che, per effetto della stessa, la Francia è stato il primo paese europeo ad avere riconosciuto ufficialmente il fenomeno.

Orbene, se per un verso non si può fare a meno di sottolineare lo sforzo espositivo sotteso ad una siffatta operazione normativa, per altro verso è pur vero che la stessa presenta in più punti evidenti lacune ed imperfezioni. L'articolo in commento, infatti, nel ricomprendere il commercio equo e solidale nell'ambito della cooperazione allo sviluppo, ne formula al tempo stesso una definizione piuttosto circoscritta e riduttiva, la quale si limita a descrivere il fenomeno quale attività di scambi di beni e servizi tra Nord e Sud. Precisamente si legge: *“I. il commercio equo si inserisce nella strategia nazionale di sviluppo sostenibile. II. All'interno delle attività del commercio, dell'artigianato e dei servizi, il commercio equo organizza scambi di beni e di servizi fra i Paesi sviluppati e i produttori svantaggiati dei Paesi in via di sviluppo. Questo commercio mira ad instaurare relazioni durevoli aventi per effetto di assicurare il progresso economico e sociale di questi produttori. III. Le persone fisiche o giuridiche che vigilano sul rispetto delle condizioni sopra definite sono riconosciute da una commissione la cui composizione, le cui competenze ed i criteri di riconoscimento delle persone precitate sono definite da un decreto del Consiglio di Stato”*. In tal senso, sembra dunque che il legislatore voglia legare il fenomeno allo sviluppo sostenibile e limitarlo semplicemente alle relazioni commerciali con i Paesi in via di sviluppo, ciò che si traduce in una definizione evasiva quanto estremamente succinta volta ad escludere i rapporti commerciali Nord-Nord che pure potrebbero rispondere ai principi che ispirano il *“fair trade”*.

Inoltre, proseguendo nella lettura del comma II è possibile cogliere, sempre attraverso un rapido cenno, l'intenzione del legislatore di accentuare le finalità di carattere sociale sottese a tale tipo di commercio e ciò pur inquadrando lo stesso quale attività economica a tutti gli effetti e pertanto riconducibile all'interno delle attività del commercio, dell'artigianato e dei servizi.

Addirittura poi l'eccessiva riduttività nella definizione del fenomeno rileva in maniera manifesta dalla lettura complessiva dei primi due punti laddove non solo il legislatore discorre

di Cees nella sua dimensione oggettiva di attività, senza soffermarsi in alcun modo sulle caratteristiche dei soggetti che la esercitano, quanto omette qualsivoglia riferimento al prezzo, limitandosi a porre l'accento sull'importanza delle relazioni durevoli che tale tipo di commercio deve mirare a costituire con i produttori. Altrettanto succinto e poco esaustivo risulta il terzo comma, il quale dopo un accenno piuttosto confuso alle *“persone fisiche o giuridiche che vigilano sul rispetto delle condizioni sopra definite”*, e si badi bene - non ai requisiti che gli attori Cees dovrebbero avere, né ad un loro riconoscimento - rinvia, in maniera abbastanza frettolosa, ad un decreto cui spetterebbe l'onere di specificare i criteri di identificazione delle organizzazioni chiamate a vigilare sul rispetto delle regole del *“fair trade”*, oltre che istituire la Commissione Nazionale del commercio equo e solidale (CNCE). Orbene, nonostante al suddetto disposto abbia poi fatto effettivamente seguito il progetto del decreto in questione²⁵⁶, il quale istituisce, come previsto, la Commissione nazionale del commercio equo e individua i criteri cui devono attenersi le organizzazioni di vigilanza per ottenere il riconoscimento²⁵⁷, occorre tuttavia notare come tale sforzo non abbia poi sortito gli effetti sperati, ma abbia anzi al contrario contribuito ad incrementare dubbi ed interrogativi in tema. La circolare *“relative à l'activité de veille devant être exercée par les personnes physiques ou morales souhaitant être reconnues par la Commission nationale du commerce équitable”*, che nasce per fare chiarezza e specificare maggiormente alcuni punti del decreto crea, in effetti, alcune perplessità, cambiando, ad esempio, il soggetto del vincolo prescritto (si richiede ad esempio che i produttori debbano essere strutturati, oppure che gli importatori

²⁵⁶ Presentato il 3 maggio 2006 Renaud Dutreil, Ministro delle PMI, del Commercio, dell'Artigianato e delle Professioni Liberali, il *“dispositif officiel de reconnaissance du commerce équitable”*, contenente i progetti del decreto *“relatif à la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable”* e della circolare *“relative à l'activité de veille devant être exercée par les personnes physiques ou morales souhaitant être reconnues par la Commission nationale du commerce équitable”*. Tale decreto istituisce, come previsto, la Commissione nazionale del commercio equo (CNCE) che ha il compito di riconoscere le persone fisiche o giuridiche che vigilano sul rispetto delle condizioni del Cees (art. 1 projet de Décret). Essa è composta da sei rappresentanti dei ministeri del commercio, ecologia, cooperazione, turismo, industria, commercio estero; due delegati interministeriali (*“sviluppo sostenibile”* e *“innovazione, sperimentazione ed economia sociale”*); quattro rappresentanti delle organizzazioni e federazioni del Cees; due provenienti da organizzazioni professionali coinvolte; due dalle associazioni dei consumatori, quattro da organizzazioni di solidarietà internazionale e due personalità *“qualificate”*. L'art. 2 del *projet de Décret* individua sei criteri (I. Scopo; II. Indipendenza; III. Trasparenza; IV. Presenza presso i produttori nei PVS; V. Controlli effettuati sugli importatori; VI. Accompagnamento e sensibilizzazione) a cui dovranno attenersi le organizzazioni di vigilanza per ottenere il riconoscimento.

²⁵⁷ Infatti all'interno del decreto si specifica che le organizzazioni di vigilanza devono avere un duplice scopo: il miglioramento delle condizioni di vita di produttori dei PVS e il rafforzamento della capacità di azione e negoziazione delle organizzazioni dei produttori nei confronti del mercato e dei pubblici poteri (criterio I.). Esse devono inoltre essere indipendenti e non coinvolte direttamente nella filiera commerciale e svolgere attività di sensibilizzazione e informazione (II.). Devono rendere pubblico il loro metodo di valutazione e le decisioni conseguenti (III), essere direttamente presenti ed effettuare controlli presso le organizzazioni dei produttori (IV) e vigilare sul rispetto da parte degli importatori delle condizioni sul prezzo di acquisto, la continuità degli ordini e sul prefinanziamento (V). Infine vigilano sull'esistenza di azioni di accompagnamento ai produttori e di sensibilizzazione del pubblico (VI).

debbano rispettare un piano di acquisti di lungo periodo), quando l'impianto generale del decreto intende stabilire i criteri che la "CNCE" deve considerare per valutare le domande di riconoscimento degli enti di vigilanza.

Altrettanto problematica è l'individuazione effettiva dei soggetti abilitati a chiedere il riconoscimento, premesso che il decreto prevede espressamente che non possono svolgere attività di produzione, trasformazione o distribuzione dei prodotti o servizi Cees, senza contare che la stessa circolare non fornisce chiarimento alcuno in merito ai poteri degli enti controllanti nei confronti dei soggetti del Cees, che peraltro non sono individuati giuridicamente nell'intero impianto normativo approntato.

Ebbene, le riflessioni fin qui svolte spingono a guardare con occhio critico l'intervento legislativo *de quo* posto che l'orientamento seguito dal legislatore per regolamentare il fenomeno risulta piuttosto imperfetto oltre che inconsueto, vale a dire quasi estraneo alle tecniche regolamentative concernenti ad esempio la strada della certificazione del prodotto o quella del riconoscimento dei soggetti.

2.3 L'accordo "AFNOR": uno strumento di "Soft law"

Altro asse portante nel percorso di regolamentazione del Cees in Francia è l'accordo "AFNOR", il quale si presenta come "un'opera collettiva e concertata" frutto di un impegno congiunto proveniente da più parti.

Infatti, nel 2002 l'Agenzia francese di standardizzazione (AFNOR) viene incaricata di costituire un tavolo di lavoro sul commercio equo all'interno della Commissione sulla Standardizzazione, insieme alla delegazione interministeriale per l'innovazione e l'economia sociale (DIES), coinvolgendo i membri della "Piattaforma per il commercio equo", le associazioni dei consumatori ed altre istituzioni pubbliche e la grande distribuzione e ciò col fine di individuare dei criteri standard volti a delineare il fenomeno del commercio equo e solidale, e di conseguenza i suoi membri.

Il risultato di tali sforzi converge nel documento "AC X50-340" dal titolo "*Commerce équitable – Les trois principes du commerce équitable – Les critères applicables à la démarche du commerce équitable*", pensato con la finalità di stabilire il quadro di riferimento generale e le linee guida applicabili in Francia alle organizzazioni del Cees ed alle altre parti coinvolte.

Orbene, occorre in primo luogo soffermarsi sul taglio spiccatamente operativo del documento in questione e, prima di tutto, sul suo carattere non vincolante, aspetto questo che ha portato qualche autore²⁵⁸ a discorrere di "*..régulation douce qui relève de la sphère de Soft Law..*".

Tale documento infatti, il quale si concreta nella volontà dei suddetti attori di elaborare un quadro di riferimento condiviso, si limita in realtà, come si vedrà in seguito, ad indicare semplicemente le linee guida applicabili alle organizzazioni del commercio equo allo scopo di accrescere il riconoscimento del fenomeno e di contribuire alla sua promozione, ponendosi quale semplice testo di riferimento dal carattere volontario il cui contenuto risulta ampiamente modellato sulla scia degli standards elaborati e della pratica adoperata per più decenni dalle organizzazioni del commercio equo.

L'impostazione essenzialmente pratica del testo in esame si evince altresì dall'analisi dei contenuti. Il documento infatti anzichè specificare le caratteristiche dei prodotti o servizi del Cees, e quindi determinare, ad esempio, un sistema di regole finalizzato all'etichettatura dei prodotti, definisce soltanto i criteri che individuano il commercio equo e solidale e le OCE, al fine di assicurare che gli attori coinvolti perseguano gli obiettivi che il Cees si prefigge. In esso

²⁵⁸ Cfr. W. Abdelgawad, *Point de vue. La reconnaissance du commerce équitable en droit français : une victoire pour la société civile internationale ?* in *Revue Internationale de Droit Economique* 2007/4, t. XXI, 4, pp. 471 e ss.

vengono dunque definiti “*i principi e i criteri di natura economica, commerciale, sociale e ambientale*” che si applicano alla pratica del commercio equo, descritto, in linea con la formula adottata da “*FINE*”, come “*un partenariato commerciale, tecnico e sociale, tra le OCE, le parti coinvolte, le organizzazioni dei produttori e/o di lavoratori, che è fondato sul dialogo, la trasparenza, il rispetto e la fiducia. Agisce in beneficio dei produttori svantaggiati e dei lavoratori, nonché delle loro famiglie, nei Paesi in via di sviluppo. Il commercio equo, mira all’equità delle relazioni commerciali e si iscrive in un processo di sviluppo durevole*”.

Tale definizione risulta poi completata dai tre principi cc.dd. “*fondamentaux, complémentaires et indissociables*”²⁵⁹ sui cui riposa il commercio equo e di cui l’accordo “*AFNOR*” si prende cura nel dettaglio, vale a dire l’equilibrio della relazione commerciale tra tutte le parti contraenti; il supporto alle organizzazioni dei produttori e/o ai lavoratori coinvolti nel commercio equo; l’informazione e la sensibilizzazione dei consumatori, dei clienti, e più in generale del pubblico sul Cees.

L’analisi di questi principi risulta, dunque, in questa sede più che doverosa specie se si considera che gli stessi rappresentano un punto di riferimento importante nell’individuazione e definizione delle organizzazioni di commercio equo, le quali si distinguono quindi dagli operatori economici cc.dd. tradizionali non già in base allo scopo lucrativo o meno delle proprie attività ma al contrario, sulla base dei su espressi criteri.

2.3 a) (Segue) il principio dell’equilibrio della relazione commerciale

Orbene, per quanto concerne il principio in esame appare in primo luogo doveroso soffermarsi sulla natura evidentemente contrattuale che lo stesso pone in luce e che caratterizzerebbe lo scambio di beni all’interno dell’attività di commercio equo e solidale. Come è dato ricavare, infatti, anche dalla definizione di Cees formulata all’interno del citato testo, l’impianto di base attorno al quale ruota l’intero documento è il contratto, il quale è suscettibile di configurarsi tanto come “*contratto commerciale unico*” quanto come l’insieme di “*un contratto quadro e delle singole transazioni ad esso riferite*”²⁶⁰, posto che il profilo maggiormente pregnante della relazione commerciale è costituito proprio dalla fase di contatto che si realizza tra i produttori dei paesi in via di sviluppo e gli importatori, ed in cui si sostanzia l’accordo.

²⁵⁹ *Id.*, pp. 471 e ss.

²⁶⁰ Cfr. “*AFNOR*”, *Commerce équitable – Les trois principes du commerce équitable – Les critères applicables à la démarche du commerce équitable*, AC X50-340, gennaio 2006, 8.

Al fine di garantire l'equilibrio del rapporto contrattuale e di consentire, dunque, che la relazione commerciale sia equa e solidale, "AFNOR" elenca tredici clausole che ritiene formino il quadro di riferimento minimale che potrà essere adattato alle esigenze delle parti contraenti e, nel precisare che gli obiettivi contrattuali dovranno perseguire con coerenza i principi e i criteri del Cees ed indicare le modalità di accompagnamento per lo sviluppo dell'organizzazione dei produttori e della loro comunità, indica quelle condizioni cc.dd. aggiuntive in virtù delle quali garantire tali obiettivi, vale a dire, il rispetto dei diritti sociali fondamentali sul lavoro e i requisiti di rispetto ambientale della sanità e della sicurezza, la messa a disposizione delle informazioni che facilitano i produttori nell'accesso al mercato, le modalità di controllo dell'applicazione dei criteri Cees.

Particolare attenzione è riservata, poi, alla determinazione del "prezzo equo", il quale, così come si precisa all'interno dell'accordo, in quanto elemento più importante della relazione commerciale deve essere tale da permettere di riequilibrare i rapporti tra i produttori dei PVS e gli importatori occidentali e di limitare l'impatto negativo sui guadagni dovuto alla fluttuazione sul mercato internazionale dei prezzi dei prodotti o servizi. Nello specifico l' "AFNOR" ha approvato e riconosciuto la definizione di "prezzo equo" comunemente seguita dalle principali organizzazioni francesi di commercio equo e dalle organizzazioni e federazioni europee ed internazionali specializzate in questi tipi di scambi Nord-Sud, dettando dunque che il prezzo deve essere tale da permettere la copertura dei costi di produzione e di logistica con un margine che permetta non solo di soddisfare i bisogni fondamentali dei produttori e delle loro famiglie, ma anche di migliorare il loro tenore di vita, nonché di reinvestire nell'attività produttiva e di contribuire ai bisogni collettivi.

In tal senso si dispone che il prezzo deve essere almeno uguale al prezzo minimo di riferimento stabilito, prodotto per prodotto e area geografica per area geografica, dalle federazioni internazionali del Cees che raggruppano le "OCE" e le "OP" . Inoltre, si precisa che lo stesso deve risultare compatibile con le norme UE e nazionali sulla concorrenza.

2.3 b) (Segue) il principio dell'accompagnamento delle organizzazioni dei produttori e dei lavoratori

In secondo luogo l' "AFNOR", riconosce, come si è detto, la dimensione sociale del commercio equo, ribadendo che lo stesso si inserisce nel processo di autosviluppo. Il secondo principio previsto dall'accordo in esame, infatti, ha la finalità di garantire uno sviluppo

durevole dei produttori e dei lavoratori svantaggiati del sud del mondo attraverso il potenziamento della loro autonomia e della capacità gestionale ed economico-produttiva, che permetta loro di pianificare azioni a livello sia locale sia internazionale e di diventare parti attive nella filiera del commercio equo e solidale.

Tale principio merita tra l'altro particolare menzione considerato che la prima versione dell'accordo ignorava totalmente questa dimensione; in tal senso, dunque, è possibile affermare che il testo attuale abbia colmato una lacuna significativa conferendo all'aspetto sociale del rapporto un peso ed un'importanza più che notevoli.

Nello specifico con riferimento a tale principio si discorre di alcune azioni di accompagnamento le quali riguardano la produzione e la commercializzazione dei prodotti, la strutturazione dal punto di vista gestionale delle "OP", la partecipazione attiva al Cees, l'aiuto nell'adeguamento ai requisiti del Cees per le "OP" non ancora idonee, e, dato che queste azioni cambiano a seconda del tipo di filiera, si distingue tra filiera integrata e non integrata, posto che nel primo caso tutti gli attori, dall'importatore al dettagliante, sono organizzazioni di "fair trade" per cui la responsabilità sull'applicazione dei tre principi è chiaramente definita ed individuata, mentre nel secondo caso, trattandosi di soggetti non appartenenti al settore, l'attività si sostanzia nella vendita di prodotti etichettati con marchi Cees; di qui che, in questo caso, sarà una organizzazione operante in tale ambito, seppur non direttamente implicata, ad esercitare una funzione di controllo sull'attività svolta. In linea generale le azioni si inquadrano negli ambiti della formazione, consulenza, gestione pratica dei progetti e circolazione delle informazioni sui bisogni e sull'evoluzione dei mercati. Nel caso della filiera non integrata sarà una organizzazione di commercio equo ad operare come mediatore tra le parti e a farsi altresì carico delle attività citate per quanto riguarda gli aspetti commerciali, mentre si prevede che per gli aspetti strettamente legati alla produzione ad intervenire siano dei coordinatori cc.dd. "locali" di cui non viene però specificata l'identità.

2.3 c) (Segue) il principio dell'informazione e della sensibilizzazione dei consumatori, dei clienti e più in generale del pubblico sul commercio equo e solidale

Infine, i redattori dell'accordo "AFNOR" hanno inteso riconoscere la dimensione educativa e politica del commercio equo ponendo particolare attenzione sul profilo dell'informazione e della sensibilizzazione dei consumatori, dei clienti e più in generale del pubblico sul commercio equo e solidale. In linea con l'approccio classico del Cees, gli stessi

hanno affermato che, poiché i consumatori sono l'ultimo anello della filiera del commercio equo e solidale ed è solo grazie ai loro acquisti consapevoli che si concretizzano i benefici ricercati, è indispensabile che essi dispongano di un'informazione "chiara affidabile e verificabile" che riguardi l'applicazione dei criteri del Cees, la qualità dei prodotti/servizi e la determinazione del prezzo equo, sottolineando inoltre che questo requisito deve essere realizzato sia nella filiera integrata sia in quella non integrata.

Le organizzazioni di commercio equo sono dunque chiamate, secondo tale impostazione, a svolgere azioni di informazione e sensibilizzazione del pubblico che riguardino la qualità, l'origine, la tracciabilità dei prodotti e servizi, il loro funzionamento e gli obiettivi del commercio equo attraverso le cc.dd. campagne di sensibilizzazione e le attività istituzionali col fine di modificare, in un'ottica più estesa, le regole stesse del commercio internazionale.

2.4 L'accordo "AFNOR" e l'art.60 de "la loi PME" : dubbi, problematiche e questioni ancora aperte.

Alla luce delle considerazioni fin qui svolte, appare doveroso, a questo punto, valutare, in una prospettiva comparata, i documenti sopra citati i quali rappresentano, come si è detto, i due punti di riferimento essenziali nel percorso di evoluzione della legislazione francese sul tema.

Ora, in primo luogo è il caso di osservare come se le pecche dell'art. 60 de "la loi PME" risiedono essenzialmente nell'assenza di una definizione chiara e precisa del fenomeno in esame, il quale viene semplicemente collocato nella strategia nazionale di sviluppo sostenibile - mancando tra l'altro di qualunque riferimento ad elementi essenziali quali il pagamento di un prezzo equo, le modalità di determinazione di tale prezzo né tantomeno la dimensione educativa o politica - anche il documento redatto da "AFNOR" non risulta del tutto privo di lacune. Sebbene sia vero, infatti, che l'accordo "AFNOR" si presenti maggiormente dettagliato sotto il profilo sia pratico che teorico, rispetto alla citata legge, mostrando meriti e pregi assolutamente indiscutibili, è d'altro canto pur vero che lo stesso mostra evidenti problematiche ed imperfezioni, le quali rilevano principalmente sotto il profilo dell'assenza di vincolatività. Tutte le regole stabilite nel documento, infatti, non hanno carattere vincolante, essendo la loro applicazione lasciata alla discrezionalità ed alla buona volontà degli attori, senza contare che il quadro operativo descritto non risulta neppure finalizzato ad alcuna forma di riconoscimento o certificazione, giacché non prevede interventi specifici in caso di violazione dei principi.

Altro interrogativo concerne poi la valutazione delle relazioni di scambio sottese al rapporto *de quo*. Se il paragrafo 2 della citata legge si limita infatti solo a prevedere che il commercio equo organizzi le attività di scambi di beni e servizi tra i paesi sviluppati ed i produttori svantaggiati situati nei paesi in via di sviluppo, circoscrivendo in tal modo tale ambito ai soli rapporti di scambio Nord-Sud, l'accordo "AFNOR" compie un balzo in avanti sotto tale profilo, aderendo ad una concezione di commercio equo aperta anche alle relazioni di scambio Nord-Nord²⁶¹. La scelta di limitare, in effetti, il concetto di commercio equo ai soli rapporti Nord-Sud significherebbe voler assegnare a tale fenomeno una semplice funzione di riequilibrio del sistema di scambio internazionale destinato a facilitare l'integrazione dei produttori dei paesi del sud all'interno del modello dominante di economia mondiale; al contrario, quello di cui qui si discorre non è tanto, in un'ottica terzomondista, il bisogno di

²⁶¹Cfr. accordo "AFNOR, ACX50-340", «*Commerce équitable. Les trois principes du commerce équitable...*» *op. cit.*, laddove si precisa che «*au-delà du commerce équitable, d'autres démarches s'inspirent de ces principes et peuvent bénéficier à des producteurs et travailleurs de pays développés quand les conditions économiques et sociales leur sont défavorables*».

evidenziare le difficoltà in cui versano le popolazioni in via di sviluppo, quanto, più di tutte, la necessità di porre rimedio ad un sistema di ineguaglianza generale che connota il sistema di scambi a livello mondiale e che si estrinseca, dunque, anche attraverso i rapporti Nord-Nord²⁶².

Se, dunque, nei primi anni di evoluzione e sviluppo del movimento la preoccupazione principale era quella di aprire il mercato dei paesi del Nord ai produttori svantaggiati dei paesi del Sud al fine di rispondere ai bisogni di questi ultimi, è senz'altro evidente oggi l'esistenza di un cambio di prospettiva in tale contesto, in virtù del quale le organizzazioni operanti nel settore risultano sempre più orientate a voler estendere il commercio equo a tutti i tipi di scambi, ivi comprese le relazioni Nord-Nord²⁶³. E d'altro canto l'evoluzione recente della pratica in tale direzione conferma tale impostazione dato che le organizzazioni in questione non si adoperano solo nel verso delle cc.dd. relazioni orizzontali ma esplicano altresì la propria attività anche all'ambito delle relazioni verticali.

Orbene, se per un verso le considerazioni fin qui svolte mostrano l'esistenza di profili di grande operatività, visibili soprattutto con riguardo all'accordo di "AFNOR", le stesse evidenziano comunque l'esistenza di una serie di dubbi e problematiche nonché di questioni ancora aperte. Ciò è particolarmente visibile ad esempio proprio con riguardo all'approccio scelto da "AFNOR" il quale, sebbene risulti più tecnico di quello contenuto nella legge sulle "PMI", non appare, come già anticipato, del tutto esaustivo e completo, lasciando anzi aperti numerosi interrogativi riguardanti l'individuazione del soggetto cui compete la redazione dello schema contrattuale, vale a dire del contratto su cui si basa la relazione economica equa e solidale, o la determinazione del prezzo equo.

²⁶² Sul punto in particolare si veda W. Abdelgawad, *Point de vue. La reconnaissance du commerce équitable en droit français : une victoire pour la société civile internationale ?* in *op. cit.*, p. 485 laddove si legge espressamente che « ...à titre d'exemple, dans le cadre de la filière non intégrée du commerce équitable, les organismes de certification privée comme Max Havelaar, partisan d'un mariage contre nature avec la grande distribution, garantissent le respect des critères du commerce équitable seulement par les producteurs du Sud et les acheteurs (les premiers importateurs) des pays du Nord. Cette garantie, qui ne porte que sur le produit, ne vise pas l'ensemble des filières de commercialisation de produits issus du commerce équitable et elle n'engage pas l'ensemble des acteurs impliqués dans les différentes chaînes de commercialisation et de distribution dans les pays du Nord ».

²⁶³ *Id.*, p.486 laddove si legge che « ...la majorité des organisations du commerce équitable membres de la filière intégrée affichent clairement leur attachement à la nécessité d'étendre le commerce équitable à tout type d'échange et l'extension de la défense du commerce équitable aussi aux relations Nord-Nord et Sud-Sud, comme l'a rappelé la Fédération Artisans du Monde. D'une manière plus significative, l'ensemble des organisations membres de la PFCE ont plus récemment affirmé leur attachement à un approche globale du commerce équitable dans les termes limpides suivants: la PFCE affirme que si les textes actuellement mis en place régissent le commerce équitable dans le cadre des relations Sud-Nord et constituent dès lors une reconnaissance officielle de plus de trente ans de lutte pour un commerce équitable Nord-Sud, ils ne constituent pas moins une avancée et un point d'appui pour aborder aussi la question d'un commerce équitable Sud-Sud et Nord-Nord. Les organisations membres de la PFCE ne sauraient cantonner le commerce équitable dans les relations Sud-Nord sans considérer un fonctionnement de l'économie au bénéfice du plus grand nombre au Sud comme au Nord..»

CAPITOLO TERZO

L'ESPERIENZA SPAGNOLA IN TEMA DI COMMERCIO EQUO

3.1 La “*Ley 30/2007 de Contratos en el Sector Público*” ed il riconoscimento del “*comercio justo*”

In data 30 ottobre 2007 il governo spagnolo ha approvato la “*Ley 30/2007 de Contratos en el Sector Público*”²⁶⁴. Tale legge, frutto della trasposizione della già citata Direttiva 2004/18/CE - concernente, lo si ricorda, il riordino della disciplina esistente in materia di appalti pubblici di opere, servizi e forniture²⁶⁵ - oltre a rivestire un'importanza strategica sotto il profilo dei contenuti e dei richiami al commercio equo e solidale, assume un particolare valore essendo il primo documento ufficiale all'interno del quale viene riconosciuto formalmente il fenomeno in esame.

In effetti, nonostante l'attenzione dedicata, specie negli ultimi anni, alle attività di commercio equo, e nonostante l'impegno profuso dalle organizzazioni operanti nel settore, il governo spagnolo non era mai riuscito, prima d'ora, a tradurre gli sforzi teorici in risultati pratici, restando dunque quasi estraneo al percorso intrapreso dagli altri Paesi europei in tale contesto.

La Direttiva comunitaria ha perciò rappresentato un'occasione, uno slancio più che mai importante in tale ambito consentendo anche alla Spagna di avviare un percorso concreto in termini di riconoscimento normativo del Cees.

Orbene, al di là dell'evidente valore ricoperto dalla presente legge e volendo ora soffermarsi in particolare sull'analisi dei contenuti di specifico rilievo in relazione alle attività del Cees, vale senz'altro la pena di precisare, in primo luogo, come a parte il riferimento alla previsione di meccanismi che permettano di introdurre nella contrattazione pubblica considerazioni di tipo sociale ed ambientale, il richiamo al commercio equo sia presente più volte, ed in maniera espressa, all'interno della “*Ley 30/2007*”, ciò che consente di percepire il fenomeno in maniera certamente più significativa.

In particolare, nell'esposizione delle motivazioni che precedono la stesura delle singole norme, è possibile leggere testualmente “...*la Ley de Contratos del Sector Público incluye*

²⁶⁴ Pubblicata nel BOE n°261 del 31 ottobre 2007.

²⁶⁵ Per ulteriori approfondimenti sul punto si rimanda a quanto ampiamente osservato al capitolo primo, parte seconda.

sustanciales innovaciones en lo que se refiere a la preparación y adjudicación de los negocios sujetos a la misma. Sintéticamente expuestas, las principales novedades afectan a la previsión de mecanismos que permiten introducir en la contratación pública consideraciones de tipo social y medioambiental, configurándolas como condiciones especiales de ejecución del contrato o como criterios para valorar las ofertas, prefigurando una estructura que permita acoger pautas de adecuación de los contratos a nuevos requerimientos éticos y sociales, como son los de acomodación de las prestaciones a las exigencias de un «commercio justo» con los países subdesarrollados o en vías de desarrollo como prevé la Resolución del Parlamento Europeo en Comercio Justo y Desarrollo [2005/2245 (INI)]...”. Le considerazioni di tipo sociale ed ambientale vengono, dunque, a configurarsi come cc.dd. condizioni speciali di esecuzione del contratto o come criteri per valutare le offerte, posto che l’obiettivo di fondo è quello di prefigurare una struttura che consenta l’adeguamento dei contratti ai nuovi riferimenti etici e sociali, quali ad esempio quelli espressi dalle attività di commercio equo, con i paesi sottosviluppati o in via di sviluppo.

Interessanti anche i richiami contenuti all’interno dell’art.102²⁶⁶ della legge in commento. Tale articolo, concernente le condizioni speciali di esecuzione del contratto, contempla infatti come condizione da tenere in considerazione nei contratti, il rispetto di quanto stabilito nelle Convenzioni dell’Organizzazione Internazionale del Lavoro, al fine di garantire i diritti dei lavoratori prevedendo che gli organi di contrattazione possano stabilire condizioni speciali in relazione all’esecuzione del contratto, sempre che risultino compatibili con il diritto comunitario e siano indicate nell’annuncio di licitazione o nel contratto. Tali condizioni di esecuzione potranno riferirsi, in particolare, a considerazioni di tipo ambientale o considerazioni di tipo sociale, al fine di promuovere l’impiego di persone con particolari difficoltà di inserimento nel mercato del lavoro, di eliminare le disuguaglianze tra uomo e donna all’interno del suddetto mercato, di favorire la formazione nel luogo di lavoro, o di perseguire altre finalità che si stabiliscano con riferimento alla strategia coordinata per l’impiego, definita nell’art. 125 del Trattato Istitutivo della Comunità Europea.

²⁶⁶ “.....Los órganos de contratación podrán establecer condiciones especiales en relación con la ejecución del contrato, siempre que sean compatibles con el derecho comunitario y se indiquen en el anuncio de licitación y en el pliego o en el contrato. Estas condiciones de ejecución podrán referirse, en especial, a consideraciones de tipo medioambiental o a consideraciones de tipo social, con el fin de promover el empleo de personas con dificultades particulares de inserción en el mercado laboral, eliminar las desigualdades entre el hombre y la mujer en dicho mercado, combatir el paro, favorecer la formación en el lugar de trabajo, u otras finalidades que se establezcan con referencia a la estrategia coordinada para el empleo, definida en el artículo 125 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea, o garantizar el respeto a los derechos laborales básicos a lo largo de la cadena de producción mediante la exigencia del cumplimiento de las Convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo...”.

La portata di un siffatto richiamo, seppur indiretto al fenomeno del Cees, risulta facilmente intuibile e merita particolare rilievo in ragione dei principi e delle finalità in esso contenute, le quali sono precisamente coincidenti con gli obiettivi del Cees. L'art.102, infatti, menziona gli stessi diritti che le organizzazioni del Cees cercano di far rispettare nell'esercizio della loro attività, attraverso l'applicazione del prezzo equo che garantisce appunto oltre ad una retribuzione dignitosa, la parità di retribuzione tra uomini e donne, il rispetto dei lavoratori, il rispetto dei diritti dei minori, il rispetto dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile.

Ulteriori richiami sono pure presenti nella “*Disposición Adicional Sexta*” della presente legge, intitolata “*Contratación con empresas que tengan en su plantilla personas con discapacidad o en situación de exclusión social y con entidades sin animo de lucro*”²⁶⁷. Tale disposizione, concernente evidentemente la contrattazione con quegli enti senza fini di lucro o con quelle imprese che abbiano nella propria pianta organica persone affette da invalidità o in situazioni di esclusione sociale, oltre a stabilire le particolari clausole amministrative con le quali gli organi di contrattazione possono segnalare particolare preferenza, nell'aggiudicazione del contratto, per le proposte presentate dalle suddette imprese pubbliche o private (o enti no

²⁶⁷ “..Los órganos de contratación podrán señalar en los pliegos de cláusulas administrativas particulares la preferencia en la adjudicación de los contratos para las proposiciones presentadas por aquellas empresas públicas o privadas que, en el momento de acreditar su solvencia técnica, tengan en su plantilla un número de trabajadores con discapacidad superior al 2 por ciento, siempre que dichas proposiciones igualen en sus términos a las más ventajosas desde el punto de vista de los criterios que sirvan de base para la adjudicación. Si varias empresas licitadoras de las que hubieren empatado en cuanto a la proposición más ventajosa acreditan tener relación laboral con personas con discapacidad en un porcentaje superior al 2 por ciento, tendrá preferencia en la adjudicación del contrato el licitador que disponga del mayor porcentaje de trabajadores fijos con discapacidad en su plantilla. 2. Igualmente podrá establecerse la preferencia en la adjudicación de contratos, en igualdad de condiciones con las que sean económicamente más ventajosas, para las proposiciones presentadas por aquellas empresas dedicadas específicamente a la promoción e inserción laboral de personas en situación de exclusión social, reguladas en la Disposición Adicional Novena de la Ley 12/2001, de 9 de julio, de medidas urgentes de reforma del mercado de trabajo para el incremento del empleo y la mejora de su calidad, valorándose el compromiso formal del licitador de contratar no menos del 30 por ciento de sus puestos de trabajo con personas pertenecientes a los siguientes colectivos, cuya situación será acreditada por los servicios sociales públicos competentes: a) Perceptores de rentas mínimas de inserción, o cualquier otra prestación de igual o similar naturaleza, según la denominación adoptada en cada Comunidad Autónoma. b) Personas que no puedan acceder a las prestaciones a las que se hace referencia en el párrafo anterior, por falta del periodo exigido de residencia o empadronamiento, o para la constitución de la unidad perceptora, o por haber agotado el período máximo de percepción legalmente establecido. c) Jóvenes mayores de dieciocho años y menores de treinta, procedentes de instituciones de protección de menores. d) Personas con problemas de drogadicción o alcoholismo que se encuentren en procesos de rehabilitación o reinserción social. e) Internos de centros penitenciarios cuya situación penitenciaria les permita acceder a un empleo, así como liberados condicionales y ex reclusos. f) Personas con discapacidad. 3. En la misma forma y condiciones podrá establecerse tal preferencia en la adjudicación de los contratos relativos a prestaciones de carácter social o asistencial para las proposiciones presentadas por entidades sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica, siempre que su finalidad o actividad tenga relación directa con el objeto del contrato, según resulte de sus respectivos estatutos o reglas fundacionales y figuren inscritas en el correspondiente registro oficial. En este supuesto el órgano de contratación podrá requerir de estas entidades la presentación del detalle relativo a la descomposición del precio ofertado en función de sus costes. 4. Los órganos de contratación podrán señalar en los pliegos de cláusulas administrativas particulares la preferencia en la adjudicación de los contratos que tengan como objeto productos en los que exista alternativa de Comercio Justo para las proposiciones presentadas por aquellas entidades reconocidas como Organizaciones de Comercio Justo, siempre que dichas proposiciones igualen en sus términos a las más ventajosas desde el punto de vista de los criterios que sirvan de base para la adjudicación...”.

profit) particolarmente sensibili a problematiche sociali e lavorative, prevede espressamente al suo punto 4 la possibilità, per tali organi di contrattazione, di esprimere una specifica preferenza, nell'aggiudicazione di quei contratti che abbiano ad oggetto prodotti che possano essere anche realizzati nell'ambito delle attività di commercio equo, per le proposte presentate da quegli enti riconosciuti effettivamente come organizzazioni di commercio equo e solidale.

Attraverso tale ultima previsione normativa, ma più in generale dal disposto dell'intera legge, è possibile, dunque, cogliere in maniera esplicita la volontà di "trasformare" la contrattazione all'interno del settore pubblico, orientandola nell'ottica di uno sviluppo sostenibile e facendo divenire le amministrazioni stesse attori e fautori di un tale cambiamento.

Tali intenti, oltre a tradurre le politiche di sviluppo in procedure amministrative concrete, consentirebbero altresì di aumentare l'attenzione e la conoscenza dei cittadini con riguardo a quelle scelte di carattere sociale e solidale, tra cui spicca il commercio equo, conseguendo in tal modo anche finalità cc.dd. "di rilevanza sociale amplificata", vale a dire, attraverso tali pratiche i benefici prodotti si estenderebbero non solo all'amministrazione in sé ma all'intera società.

3.2 La “*Proposición no de Ley para el fomento del comercio justo y el consumo responsable*” dell’11 dicembre 2007 e l’istituzione di una Commissione paritaria Governo-società civile: una scelta singolare

Sulla scorta dell’approvazione della su citata “*Ley de Contratos en el Sector Público*”, il percorso normativo intrapreso dalla Spagna in tema di commercio equo e solidale è stato ulteriormente arricchito da una singolare ed interessante iniziativa. Il 4 settembre del 2007, infatti, il “*Grupo Parlamentario de Esquerra Republicana – ERC*” ha avanzato dinanzi al “*Congreso de los Diputados*” la “*Proposición no de Ley para el fomento del comercio justo y el consumo responsable*”²⁶⁸ domandando nello specifico al governo la creazione di una commissione per lo studio di questioni e la formulazione di proposte ed iniziative tendenti ad irrobustire il settore del commercio equo. Tale commissione, c.d. “statale paritaria”, composta, nelle intenzioni dei proponenti, sia da membri appartenenti al governo - tra cui una rappresentanza obbligatoriamente selezionata nell’ambito della “*Agencia Espanola de Cooperación Internacional*”- che da membri appartenenti alla società civile - eletti dalla *CECJ*²⁶⁹ - mirerebbe ad assicurare la presenza, sul tavolo delle trattative, anche delle distinte organizzazioni sociali dedicate a promuovere il commercio equo ed il consumo responsabile nel territorio spagnolo.

La singolarità di tale proposta, che, è bene chiarirlo, non possiede il valore di una vera e propria legge, rileva non soltanto sotto il profilo dei contenuti e delle competenze attribuite in capo all’organo espressamente istituito, quanto soprattutto sotto il profilo della composizione e della scelta costitutiva inerente la suddetta commissione. La presenza, infatti, all’interno di tale organo, di una rappresentanza mista, portatrice a sua volta di istanze ed interessi tanto sociali quanto politico-economici, costituirebbe già di per sé un’importante base di partenza in grado di assicurare, a tutti i livelli, la democraticità e la trasparenza delle scelte e degli interventi operati ed operandi nel settore

Il commercio equo, infatti, è un fenomeno che presenta al suo interno aspetti tanto sociali quanto politici ed economici, di qui che il bilanciamento degli interessi in gioco sia senza dubbio necessario al fine di non trascurare alcun aspetto. In tal senso, la scelta di inserire all’interno della commissione paritaria anche membri della società civile evidenzia la piena condivisione da parte delle istituzioni di tali presupposti e consente altresì di superare quello

²⁶⁸ La proposta, pubblicata nel “*BOCG. Congreso de los Diputados, serie D, nùm.600, de 14 de septiembre de 2007*”, e successivamente modificata nei primi due punti per effetto di un emendamento inoltrato dal portavoce del “*Grupo Parlamentario Socialista del Congreso*”, è stata infine approvata dalla “*Comisión de Cooperación Internacional para el desarrollo*” in data 11 dicembre 2007.

²⁶⁹ *Cordinadora Estatal de comercio justo.*

“storico” atteggiamento di diffidenza degli organismi di settore nei confronti dell’operato istituzionale.

Anche in Spagna, infatti, così come in Italia e nel resto d’Europa, i primi approcci in tema di regolamentazione del fenomeno equo e solidale hanno evidenziato scelte di tipo autonomo da parte delle organizzazioni di settore, sottolineando la ferrea volontà, da parte di queste, di percorrere la strada dell’autodisciplina; le ragioni di tali orientamenti erano sicuramente da ascrivere alla profonda diffidenza nutrita nei confronti di tutte le entità esterne al movimento, comprese le istituzioni, nonché alla volontà delle organizzazioni stesse di percorrere strade alternative ed indipendenti.

Col tempo, tuttavia, e soprattutto con l’emergere dei limiti intrinseci concernenti tali scelte di tipo autonomo, si è verificato una sorta di avvicinamento tra gli organismi di settore e la sfera istituzionale che ha portato a riflettere profondamente sull’opportunità di una regolamentazione ufficiale del fenomeno. Tal convergenza di opinioni, che ha consentito in un certo senso anche di superare l’atteggiamento di sfiducia nei confronti delle istituzioni, troverebbe piena conferma nell’iniziativa di cui sopra concernente la creazione di una commissione che operi e lavori sulla base di una reale condivisione di intenti.

La volontà di includere anche le organizzazioni nel percorso di formazione ed elaborazione della legge, presenta inoltre interessanti similitudini rispetto alle iniziative intraprese in tema nel nostro paese.

L’elaborazione del disegno di legge, presentato a Roma l’11 luglio 2007 dal titolo “Disposizioni per la promozione del commercio equo e solidale” è avvenuta, lo si ricorda, anche in Italia, a partire da un tavolo paritario in cui la politica ha lavorato insieme alle tre organizzazioni più rappresentative nel settore, vale a dire, *Agices*, *Transfair/FairTradeItalia* ed *Assobotteghe* dando vita ad un’intesa assai significativa tra tali organizzazioni ed il mondo politico-istituzionale.

E’ interessante notare, in tal senso, come la Spagna, pur non avendo allo stato elaborato alcuna proposta di legge in tema, abbia comunque compiuto un passo importante nel settore, intendendo legittimare, attraverso la previsione di una commissione governo-società civile, l’importanza del ruolo degli organismi di settore nel processo di costruzione di una legge sul commercio equo.

Chiariti, dunque, gli aspetti concernenti la composizione di tale organo operativo, vale la pena ora di soffermarsi sulle competenze espressamente attribuite alla suddetta commissione che pure rivelano interessanti percorsi.

Si legge nella proposta, al punto 1, che la commissione è tenuta, tramite il “*Consejo de Cooperación*”, a presentare annualmente al “*Congreso de los Diputados*” una relazione sulla analisi del fenomeno, nonché sulla attività svolta e sulle proposte eventualmente elaborate in tema, in maniera tale da consentire alla “*Comisión de Cooperación Internacional*” di dare luogo ad un dibattito sull’argomento. Una siffatta previsione consentirebbe al governo un costante monitoraggio del fenomeno equo e solidale e dunque un miglior aggiornamento circa le novità caratterizzanti tale contesto, consentendo l’elaborazione di strategie e progetti più conformi alle necessità del settore.

A seguire, al punto 2, si indica, tra le competenze della commissione, l’elaborazione, in conformità con quanto previsto nella citata “*Ley de Contratos en el Sector Público*”, di sistemi e mezzi per la diffusione del commercio equo e degli acquisti etici all’interno delle amministrazioni pubbliche, degli organismi autonomi e degli altri enti pubblici statali, così come all’interno di quelle imprese che beneficino di contrattazioni con tali enti e che garantiscano il rispetto degli standard di acquisto socialmente responsabile.

La stessa commissione è chiamata, inoltre, secondo quanto previsto al punto 3, a dare impulso ad una campagna istituzionale volta ad informare i cittadini sulla necessità di un consumo responsabile ed in particolare sui vantaggi del commercio equo e solidale, progettando anche strategie e mezzi volti a diffondere tali attività all’interno di centri e strutture educative(punto 4).

L’ultimo punto della presente proposta attribuisce, infine, in capo a tale organo, l’onere di guidare le azioni e le decisioni dello Stato spagnolo dinanzi alle iniziative intraprese in ambito europeo.

In particolare, tale ultima competenza, la quale si pone come formula di chiusura dell’intera proposta, lascerebbe intravedere, al di là dell’evidente volontà espressa dei proponenti e desumibile chiaramente dall’uso del verbo “*consensuar*” - che inteso letteralmente vuol dire creare consenso, e dunque giungere ad una posizione comune - di voler tendere ad un accordo in tema, anche l’intenzione di voler restare in attesa di un provvedimento di ordine comunitario prima di procedere all’elaborazione di un intervento di tipo nazionale.

Una siffatta volontà si evincerebbe indirettamente dalla lettura della seconda parte del punto 5 laddove si legge “*...ante las iniciativas que respecto al comercio justo se impulsen en las instituciones de la Unión Europea y de Naciones Unidas*”, ovvero, in riferimento alle iniziative che l’Unione Europea e le Nazioni Unite elaboreranno relativamente al commercio equo.

Tale impostazione giustificerebbe tra l'altro anche l'assenza, all'interno della presente proposta, di qualsiasi riferimento esplicito circa la volontà di elaborare una specifica legge in tema.

Al di là delle possibili interpretazioni e delle singole volontà sottese alle varie norme, non si può comunque non sottolineare l'importanza degli intenti manifestati ed indicati nei cinque punti di cui si compone la proposta in commento. Questi infatti, al di là della sinteticità espositiva, presentano senza alcun dubbio, caratteri e profili di notevole valore, non solo in termini di effettiva presa di coscienza del fenomeno quanto soprattutto in termini di volontà di diffusione e consolidamento dello stesso; ciò che assume particolare rilievo soprattutto in considerazione dell'atteggiamento di silenzio che ha caratterizzato il governo spagnolo fino a poco tempo fa rispetto al settore equo e solidale.

Tale intervento, unitamente alla "*Ley de Contratos en el Sector Publico*", rompe, dunque, tale silenzio imponendo quasi un cambio di direzione e contribuendo ad aprire un varco significativo in tale contesto, lasciando ben sperare in ordine alla presentazione di future proposte in tema.

PARTE IV

I CONTRATTI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

CAPITOLO PRIMO

I CONTRATTI COME STRUMENTO DI CORREZIONE DELLE ASIMMETRIE DEL MERCATO

1.1 L'uso del diritto privato per scopi di politica sociale

Si ritiene, secondo alcuni, che tra gli obiettivi principali della disciplina generale del contratto non rientri il fine di assicurare la giustizia, intesa quale sistema di controllo degli effetti distributivi dei contratti²⁷⁰ e non solo. Secondo tale prospettiva lo scopo del diritto sarebbe semplicemente quello di rendere vincolanti gli accordi volontari e le promesse, facilitando il funzionamento dei mercati, e ciò partendo dal presupposto che le parti hanno liberamente concluso l'accordo e che le corti non dovrebbero poter giudicare se l'affare è equo o giusto; in tal senso si discorre di libertà contrattuale, quale libertà riconosciuta ai soggetti del rapporto di assumere le proprie decisioni e di valutare i beni ed i servizi attraverso una stima soggettiva e non oggettiva, ciò che priverebbe in sostanza le corti di una scienza in base alla quale valutare la giustizia delle transazioni.

A ben vedere, invece, il diritto dei contratti non può evitare l'imposizione di standards di giustizia e ciò appare particolarmente evidente se si considera l'esistenza di numerose norme giuridiche decisamente protese ed orientate ad eludere i diversi tipi di fallimento del mercato, e

²⁷⁰Per un riferimento più ampio sul punto si vedano Camilletti, *Profili del problema dell'equilibrio contrattuale*, Milano 2004, pag. 41 e più in generale Marini, *Ingiustizia dello scambio e lesione contrattuale*, Riv. crit. dri. priv., 1986, pag. 257 e Lanzillo, *Regole nel mercato e congruità nello scambio*, *Contratto e impresa*, 1985 pag. 309ss., i quali, nel ripercorrere le tappe storiche di un orientamento che ha visto mitigare il crisma della giuridicità dell'accordo contrattuale per effetto dei limiti posti dall'impatto sociale del contratto, si soffermano sul problema dell'equità analizzando in particolare il significato dell'equilibrio contrattuale nelle sue distinte configurazioni, oggettiva e soggettiva. Così mentre nel primo caso si richiama l'antica concezione aristotelica, per cui con il contratto l'utilità marginale di ciò che si riceve è uguale all'utilità marginale di ciò che si perde, ed il soggetto realizza il suo interesse attraverso un bene diverso ma di ugual valore rispetto a quello scambiato (essendo all'equilibrio contrattuale in senso oggettivo estraneo il concetto di affare in senso economico), nella seconda ipotesi ci si sofferma su un concetto di scambio inteso non come equità ossia uguaglianza fra le rispettive utilità marginali, ma piuttosto come profitto, il quale è tanto è maggiore quanto più ampio è il divario fra le due utilità. Secondo tale impostazione l'equilibrio si correla alla volontà contrattuale come punto di mediazione del rapporto di forza tra i contraenti, i quali sono liberi di stabilire il valore delle singole prestazioni, che restano pur sempre corrispettive, non essendo la congruità economica presupposto di liceità del contratto. Il rapporto contrattuale, inteso sì come mezzo di scambio, ma rimesso alla volontà delle parti, vero centro motore della contrattazione privatistica, consente perciò, a ciascun contraente di stabilire il valore economico – patrimoniale secondo la previsione dell'art. 1174-, e non solo, che ritiene favorevole, senza necessità di un'effettiva uguaglianza fra le prestazioni. Il valore del bene o del servizio scambiato è dunque rappresentato dall'utilità soggettivamente valutata nella mediazione degli opposti interessi. Tale nozione, esalta, a differenza dell'altra, la fase genetica del contratto, e perciò il momento volontaristico, rappresentando l'equilibrio tra le prestazioni come elemento rimesso all'esclusiva volontà delle parti contraenti, libere di apprezzarne il contenuto, sottratto perciò, tranne che in casi tipici e tassati, al controllo del giudice.

dalle quali discende, per effetto, la riduzione del tasso di ingiustizia nei contratti²⁷¹. Le norme che regolano la correttezza nelle procedure di conclusione del contratto, ad esempio, hanno come fine quello di ridurre l'incidenza di contratti sostanzialmente iniqui, così come pure le norme contro il dolo e la violenza, volte ad impedire che una parte tragga vantaggi dai raggiri e dalle indebite pressioni esercitate sull'altra, sono suscettibili di annoverarsi tra gli strumenti di matrice sociale operando, dunque, quali veicoli di giustizia contrattuale. Ora, sebbene non manchi chi sostiene che il fine di tali norme sia essenzialmente quello di correggere le distorsioni del mercato e di proteggere la concorrenza, non si può tuttavia negare che, attraverso tale indiscussa funzione, le stesse siano protese a realizzare implicitamente un altro scopo, vale a dire l'equità dei risultati ossia il rispetto dei criteri di giustizia nelle clausole contrattuali; e anzi, ad onore del vero, sarebbe più corretto ritenere, come è stato acutamente osservato²⁷², che il diritto dei contratti necessariamente sposa un'idea di giustizia contrattuale e che perciò la predetta finalità sociale, lungi dall'essere qualificata come "effetto collaterale", merita di rivestire un ruolo centrale, non potendo il funzionamento dei mercati essere agevolato senza indirizzarne contemporaneamente gli effetti.

La riconducibilità del concetto di giustizia sociale all'interno delle finalità di cui alla disciplina generale dei contratti, trova tra l'altro più di un riferimento nelle recenti scelte attuate nel settore del diritto interno dalla giurisprudenza la quale, avvalendosi della sua interpretazione creativa, è andata via via adattando le disposizioni del codice civile alle esigenze emergenti dalla prassi, esigenze, cc.dd. di matrice sociale²⁷³. Lo stesso legislatore, in attuazione di alcune direttive comunitarie, ha novellato il codice civile trasformando alcuni tipi sociali, che l'autonomia privata aveva introdotto nella prassi, in tipi legali disciplinati se non completamente, almeno parzialmente, e limitando così la libertà negoziale per ragioni di interesse pubblico, di interesse sociale, di tutela della parte contrattuale più debole, così come è avvenuto, ad esempio, per il *franchising* e per la trasparenza nei contratti bancari, senza contare il proliferare di tutti quegli studi e lavori dedicati precisamente al tema della giustizia contrattuale e dell'equità dello scambio²⁷⁴. Ciò è avvenuto un po' dovunque, anche in Europa. In Germania, per esempio, a partire da quella sentenza della Corte Costituzionale che, con

²⁷¹ Cfr. H. Collins, *La giustizia contrattuale in Europa in Giustizia sociale e mercato nel diritto europeo dei contratti*, A. Somma (a cura di), Torino, 2007, p. 89.

²⁷² *Id.*, p. 91.

²⁷³ Un quadro delle novità più recenti è stato oggetto di una ricerca pubblicata su *I Contratti* in occasione del decennale della Rivista. V.A. Maniaci, *Il Convegno Milanese su "Il contratto nell'Unione europea"*, ne *I Contratti*, 2002, p.833 e ss.; A. Barca, *Il Convegno Genovese su "Il contratto nell'Unione europea"*, *ivi*, 2003, p. 845 e ss.

²⁷⁴ Su tutti si veda S. Tolone, *L'ordine della legge ed il mercato*, Torino, 2003; F. Volpe, *La giustizia contrattuale tra autonomia e mercato*, Napoli, 2004; G. Vettori, *Autonomia privata e contratto giusto*, in *Riv. dir. priv.*, 2000, p. 21 e ss.

riferimento all'assunzione di obblighi fideiussori, rilanciava il tema della tutela della parte debole del rapporto enfatizzando la portata del par. 138 BGB²⁷⁵, così come in Francia, laddove è da qualche tempo dominante il tema dell'equilibrio contrattuale - c.d. *civisme contractuel* - e dei margini di intervento del giudice in funzione correttiva, specie nei casi in cui il rapporto negoziale è caratterizzato da una strutturale disparità delle parti o da un contenuto eccessivamente oneroso per una di esse.

I riferimenti sin qui svolti consentono di ricavare che, sebbene sia vero che la materia si inserisce necessariamente in una cornice neolibera, è altrettanto vero che mai come in questo periodo si assiste ad un rilancio del tema di giustizia sociale in funzione del quale il diritto non si lascia più dominare da una logica individualistica e liberistica, ma al contrario si apre ad esigenze di "*sociabilité et solidarité*"²⁷⁶.

Orbene, poste tali premesse occorre ora precisamente interrogarsi sugli aspetti pratici di tale questione e più in generale sulle modalità attraverso cui il diritto possa efficacemente soddisfare scopi di politica sociale. Come può, dunque, il diritto prevenire l'ingiustizia contrattuale ed evitare in sostanza contratti iniqui?

Nel paragrafo seguente si tenterà di offrire una soluzione a tali interrogativi ripercorrendo, a grandi linee, gli interventi attuati dal legislatore nel settore del diritto dei contratti ed i rimedi posti appunto in essere allo scopo di correggere le iniquità. Sono proprio queste osservazioni, d'altro canto, a rinvigorire il dibattito sul problema del "contratto giusto ed equo" che a sua volta riecheggia le posizioni più recenti sull'economia etica ovvero sul commercio equo e solidale.

²⁷⁵ BverfG, 19 ottobre 1993, in *NGCC*, 1995, I, p.197 nota di A. Barengi.

²⁷⁶ Per un più ampio riferimento sul punto si veda D. Mazeaud, *Loyauté, solidarité, fraternité: la nouvelle devise contractuelle?*, in *Mélanges F. Terré*, Paris, 1999, p. 603 e ss.; E. Charpentier, *Les fondements théoriques de la transformation du rôle de l'équilibre des prestations contractuelles*, in *Les Chaires de Droit*, 2004, p. 69 e ss.

1.2 Il contratto giusto ed equo: teorie e tecniche per disciplinare in modo solidale

Non v'è dubbio che il compito di regolare i contratti secondo giustizia sia molto più difficile di quello comunemente svolto dal diritto, e cioè rendere semplicemente vincolanti accordi ed intese.

Se i sistemi di diritto privato nazionali del diciannovesimo secolo, definiti neutrali, apolitici e non strumentali, si erano dunque limitati ad elaborare regole generali per individuare i contratti giuridicamente vincolanti, consolidando tali regole all'interno dei codici ed assolvendo, in tal modo, la sola funzione di rendere vincolanti accordi e scambi, lo stesso non può dirsi per il secolo successivo, connotato dall'avvento di una legislazione sociale, volta alla tutela di soggetti deboli - quali il lavoratore, l'affittuario e non da ultimo il consumatore - e pertanto distante dalla pretesa neutralità dei suddetti sistemi. Tali istanze di protezione sociale, concepite in principio quali "eccezioni circoscritte" sono andate in effetti assumendo, con il trascorrere del tempo, una dimensione ed un'importanza notevole persino in grado di intaccare lo spirito della disciplina generale codicistica. Ebbene, è attraverso tale c.d. legislazione speciale che si coglie, in effetti, il passaggio da un "sistema di diritto" ad un "sistema di diritto orientato secondo giustizia", nel quale si ritrovano principi non solo a sostegno della libertà contrattuale, ma anche della tutela delle parti, come per esempio la garanzia generica di solidarietà sociale, i diritti dei consumatori e dei lavoratori, la tutela della dignità umana, i diritti della persona in generale, il principio di eguaglianza e di non discriminazione.

Le osservazioni appena svolte, le quali ripercorrono a grandi linee l'evoluzione dei sistemi di diritto in una direzione di maggiore socialità e solidarietà, consentono di ribadire non solo la non estraneità dei suddetti principi alla materia del diritto dei contratti quanto, soprattutto, di comprendere l'approccio scelto dai predetti sistemi allo scopo di veicolare nonché realizzare le citate esigenze sociali. Al fine di controllare lo squilibrio, infatti, nonché di regolare i contratti, appunto secondo giustizia, i sistemi giuridici nazionali del ventesimo secolo hanno ritenuto opportuno, come si è visto, completare i propri sistemi di diritto privato con l'inserimento di apposite normative, cc.dd. di correzione, volte quasi ad isolare particolari tipi di contratti, come i contratti di lavoro e i contratti di credito al consumo, assoggettandoli a norme imperative che sostituissero le clausole inique.

Osservando gli interventi legislativi attuati nei settori sopra ricordati, si ha tuttavia l'impressione che il legislatore si sia limitato a rincorrere la prassi, affannosamente e senza avvertire la necessità di interventi, strutturali e di sistema, che permettano inquadramenti più felici di materie diverse all'interno di principi di riferimento. Mancano, infatti, discipline

organiche e gli interventi di diritto positivo, finora posti in essere, disorientano, ora eccedendo in norme imperative ed abbondando in nullità, sempre più snaturate - quasi tutte “relative” o, come si suol dire, “di protezione” - spesso travestite da incomprensibili “inefficacie”, ora esaltando i profili di autoregolamentazione privata in relazione a materie di grande impatto sociale o comunque “ultraindividuale” (lavoro subordinato, società di capitali). E’ significativo di una preoccupazione costante il fatto che il soggetto di riferimento della tutela giuridica sia quasi sempre il consumatore²⁷⁷ ed è emblematico che il legislatore intervenga a riequilibrare le posizioni contrattuali attraverso norme imperative e nullità, cc.dd. “di protezione”.

Orbene, al di là di qualunque considerazione di merito, l’esame di tali speciali discipline consente di ricavare due considerazioni rilevanti, vale a dire, da un lato la sicura percezione legislativa di uno squilibrio sostanziale, dall’altro il tentativo del legislatore di intervenire, con norme imperative, a correggere le deficienze del mercato, ritenuto incapace di autodisciplina o, al più, ritenuto capace di una autoregolamentazione che non soddisfa la dimensione politico-sociale della relazione interindividuale e che pertanto è fonte di ingiustizia sociale.

Il legislatore, dunque, è consapevole dell’idea che il mercato abbia bisogno di correttivi, non avendo in sé e per sé la capacità di raggiungere l’“ottimo”, e che il diritto privato, e nella specie il diritto dei contratti, possa efficacemente svolgere un ruolo di reindirizzamento in questo senso, posto che il mercato passa attraverso il contratto e si esplica per mezzo di questo.

Il contratto, infatti, rappresenta tradizionalmente l’istituto di diritto privato che esprime la giuridicità dello scambio, essendo precisamente deputato a fungere da supporto formale alle relazioni economiche²⁷⁸. Se, dunque, il mercato è squilibrato anche il contratto lo è, nel senso che ad un mercato non equo corrisponde un contratto non equo e viceversa; ciò che equivale a dire che in presenza di un contratto giusto ed equo anche il mercato sarà giusto ed equo²⁷⁹. Ma

²⁷⁷Cfr. U. La Porta, *Globalizzazione e diritto. Regole giuridiche e norme di legge nell’economia globale. Un saggio sulla libertà di scambio e sui suoi limiti*, Napoli, 2005, pp. 143 e ss.

²⁷⁸ Non v’è dubbio che lo sviluppo storico del mercato, nella grande varietà delle sue forme, abbia messo recentemente in luce il progressivo bisogno di direzione etica, ed anche giuridica, della vita economica. La storia stessa conferma che l’istituzionalizzazione del mercato non può prescindere dall’assunzione di un garante esterno, sia esso la morale o il diritto, posto che la società non è riducibile al mercato ed alle sue sole regole e che è compito del diritto - al quale spetta la regolamentazione della società - dettare limiti e correttivi orientati non solo al perseguimento della ricchezza ma diretti altresì a soddisfare scopi ed interessi diversi. Sebbene tuttora l’economia mondiale appaia caratterizzata da un *laissez-faire* allo stato grezzo, appare, dunque, significativo evidenziare la proliferazione, sempre maggiore, di istanze sociali all’interno di tale contesto, istanze cioè precisamente orientate a porre a fondamento del diritto del mercato le regole di rispetto della persona umana e ciò partendo dal presupposto che non tutto è calcolabile e non tutto è negoziale.

²⁷⁹ La formula “giustizia contrattuale” non è univoca, e ciò perché evoca un complesso di significati, soprattutto etico, ma anche ideologico, economico e non ultimo sociale, che ne hanno reso spesso l’impiego ambiguo, ma soprattutto controversa la configurazione e l’impatto in ambito giuridico. La sua articolazione sfugge infatti ad una precisa catalogazione. Essa può operare come criterio guida dell’esegesi del contratto demandata al giudice, ovvero come elemento che entra nel contratto, o perché incide sull’oggetto dello scambio, ovvero perché interferisce sulla volontà dei contraenti, o come parametro di controllo esterno, desunto o da valori etici di solidarietà e giustizia intesi come fattori di contemperamento nella contrapposizione fra vincolo contrattuale e

come si fa a creare un contratto giusto ed equo e soprattutto quand'è che un contratto può effettivamente dirsi tale?

La tutela legislativa, così come predisposta, non risulta in grado di adempiere a tale scopo, determinandosi in una fase estremamente successiva rispetto alla stipula del contratto, o esaurendosi, troppo spesso, in un inutile appesantimento di forme documentali, rispettate svogliatamente dal contraente, e tese più a preconstituire prove di esonero da responsabilità, che a destare la dovuta attenzione della controparte sugli aspetti sostanziali legati alla differenza di posizioni tra i contraenti; tale legislazione interviene sì sul contenuto del contratto, ma mediante norme integrative e correttive che costituiscono, come si è affermato²⁸⁰, in un certo senso, rimedio peggiore del male incrinando fortemente il principio di libertà ed autodeterminazione contrattuale.

Il problema, invero, non è quello di intervenire, *ex auctoritate principis*, sul contratto e sul suo contenuto dopo la sua conclusione ma è quello di predeterminare condizioni, economiche e giuridiche, che permettano una esplicazione della libertà contrattuale davvero cosciente e consapevole. Affinché possa discorrersi di giustizia ed equità è necessario che il regolamento contrattuale torni ad essere realmente il luogo privilegiato di esplicazione libera della personalità individuale in campo patrimoniale, posto che la giustizia non si identifica nella possibilità del contraente di eliminare dal mondo giuridico il contratto concluso quando sia difforme dalla cosciente volontà, ma bensì nel diritto di costui di vedere soddisfatto, a pieno, l'interesse che lo ha mosso a contrarre.

Il contratto “giusto ed equo”, infatti, è quel contratto che consente di realizzare un assetto legislativo sostanziale capace di dare un senso alle libertà degli individui all'interno della comunità, senza costituire un ostacolo alla libera esplicazione dei rapporti economici, nella

salvaguardia di interessi indeclinabili, ovvero economici, perché tratti dal mercato. A ragione della difficile, anzi impossibile, mediazione fra questo ventaglio di implicazioni, non si è potuta costruire dunque una nozione generale descrittiva di giustizia contrattuale, che le sintetizzi senza operare priorità, e le trascenda in modo da poter configurare sia uno schema di contratto avente un giusto equilibrio giuridico ed economico, sia uno strumento di controllo circa la conformità in concreto a tale modello del singolo contratto considerato. Di qui l'attenzione degli studiosi in relazione all'adeguatezza della causa concreta del contratto, quale fattore di equilibrio nell'assetto contrattuale, sia oggettivo che soggettivo. Si può infatti affermare che l'istituto dell'equilibrio contrattuale, inteso in senso sia oggettivo che soggettivo, tende a preservare un assetto di rapporti equi, e quindi in definitiva a garantire un contratto giusto. La giustizia, in qualunque senso sia intesa, mira in sostanza a tale fine. Essa infatti, se la intendiamo come avente carattere commutativo, garantisce il giusto valore di scambio nel contratto sinallagmatico, e in questa chiave tende ad oggettivizzare il rapporto contrattuale. Se la identifichiamo in senso procedurale, consente l'ingresso a possibili interventi predisposti dal legislatore tesi ad incidere sulla fase di formazione del contratto, evitando il nascere stesso di “eccessivi squilibri di diritti e obblighi”. E in quest'ultimo senso, nella più recente legislazione, mira ad assicurare l'equilibrio fra le prestazioni, garantendone la congruità, attraverso un assetto normativo che tutela il contraente debole, neutralizzando le clausole originate dalla supremazia della controparte, operando attraverso un regime finalmente positivo che, seppur in ambito limitato, e senza pretesa di enunciazioni generali, delinea con sufficiente chiarezza una direttiva, giova ribadire circoscritta, di generica tendenza.

²⁸⁰ Cfr. *Id.*, pp. 148 e ss.

ricerca di un difficile equilibrio tra la tutela da assicurare al singolo contraente e la speditezza delle operazioni economiche; tra il governo discreto e non pubblicistico del mercato e la libera determinazione del contenuto del contratto.

Ciò impone che non siano più soltanto i campi tradizionali di intervento legislativo - cioè lavoro, famiglia, locazioni, contratti agrari - quelli cc.dd. di “elezione”, poiché lo spettro dell’intervento sociale può e deve essere esteso, prevedendo meccanismi che dilatino la tutela alla fase della contrattazione senza limitarla a quella della reazione alla patologia o allo squilibrio giudizialmente verificato, magari attraverso sistemi di controllo anticipato sulla legalità dei rapporti, al fine di permetterne una valutazione preventiva di compatibilità con le esigenze normative di tutela degli interessi²⁸¹.

L’ambito di riferimento della norma di protezione, più che essere un ambito “di contenuto” dovrebbe, quindi, diventare un ambito “di procedimento” nel senso di far diventare oggetto della normazione non l’affare concluso ma l’esplicazione stessa del potere di autoregolamentare evitando, perciò, che la disciplina si risolva in adempimenti, per così dire, formali.

Come è stato acutamente osservato²⁸², infatti, il contratto giusto, sorretto da un diritto giusto, non è quello che si pone all’esclusivo o prevalente servizio delle ragioni economiche, ma quello che sa mescolarsi ad esse, impedendo la mercantilizazione della società e la identificazione nonché l’esaurimento dei diritti civili e dei diritti umani naturali con quelli economici, che garantisce la conservazione della realtà e che al contempo promuove la trasformazione della società per realizzare al suo interno le maggiori *chances* di vita libera e dignitosa per tutti onde ritrovare le ragioni profonde della responsabilità individuale e collettiva e realizzare una democrazia economica incentrata sulla persona²⁸³. La sfrenata libertà del mercato, volta a marginalizzare i valori sociali ed a relegare la dignità personale a semplice valore di scambio, cede, dunque, in quest’ottica, per mezzo del diritto, il passo ad istanze di solidarietà, di onestà, di affidabilità e di responsabilità sociale che inducono contro i dettami di interesse egoistico e patrimonialmente rilevanti contribuendo a formare un’etica degli affari ispirata a motivazioni più complesse della semplice massimizzazione del profitto²⁸⁴. I diritti inviolabili dell’uomo, ad esempio, non si possono ridurre ai diritti che il produttore o il consumatore hanno all’interno del mercato, abbisognando, necessariamente, di una garanzia

²⁸¹ Cfr. *Id.*, pp. 149 e ss

²⁸² *Id.*, pp. 92 e 93.

²⁸³ Per un più ampio riferimento sul punto si veda G. Vettori, *Autonomia privata e contratto giusto* in *Riv. Dir. Priv.* 1/2000, pp. 21 e ss.

²⁸⁴ Per un più ampio approfondimento sul punto si veda L. Rossi Carleo, *Diritto del mercato, diritto per il mercato o diritto per i soggetti del mercato?*, in *Rassegna di diritto civile*, 4/92/Saggi, pp. 751 e ss.

ulteriore²⁸⁵. Vi sono valori ed interessi, infatti, quali la dignità della persona, la salute, l'ambiente, non realizzabili partendo dal mercato e bisognosi, anzi, di essere imposti come vincoli al gioco stesso del mercato, necessitando di essere difesi dall'espansione delle sue regole²⁸⁶.

Orbene, chiarita l'importanza di certi principi, appare interessante spostare l'indagine su un profilo concreto e più precisamente interrogarsi sui possibili modelli di contratto giusto ed equo, posto che, come non si è mancato da più parti di osservare²⁸⁷, esistono allo stato attuale valide testimonianze di questo tipo di approccio al mercato. Il riferimento diretto è ai contratti del commercio equo e solidale concernenti la vendita di prodotti ottenuti con tecniche rispettose degli equilibri ambientali ed acquistati nel rispetto di una equità commerciale e di un'etica internazionale.

L'esame di tali contratti, infatti, i quali, come si vedrà a breve, costituiscono, sia per natura che per struttura, un perfetto esempio di contratto giusto ed equo - all'interno del quale trovano espressione piena, in egual misura, valori sia economici che sociali - permette di elaborare tutta una serie di riflessioni sul valore dello strumento contrattuale inteso appunto nell'ottica di un riequilibrio del mercato oltre che in quella di tutela del consumatore e di teorizzare come attraverso l'uso di tali strumenti contrattuali, ispirati ed informati a valori di equità e solidarietà, si possano recuperare in concreto quei valori sociali, fin qui considerati, per i produttori dei Paesi in via di Sviluppo.

²⁸⁵ Cfr. P. Perlingieri, *Mercato, solidarietà e diritti umani*, in *Rassegna di diritto civile* 1/95 Saggi, p.85.

²⁸⁶ Cfr. P. Schlesinger, *I mercati neri*, in *Riv. Dir. Civ.*, 1999, I, p. 188 e ss. E più di recente P. Schlesinger, *Mercati, diritto privato, valori*, ivi, 2004, II, p. 326 e ss.

²⁸⁷ Cfr. P. Perlingieri, *Mercato, solidarietà e diritti umani*, in *op. cit.*, p.94 e ss.

CAPITOLO SECONDO

NELLO SPECIFICO I CONTRATTI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

2.1 I contratti di Ctm Altromercato: uno strumento concreto di garanzia sociale e di tutela del consumatore

Nell'ambito di una riflessione generale sul tema del commercio equo e solidale ed in particolare sull'esigenza di un intervento legislativo ad *hoc* nel settore, appare a questo punto interessante, oltre che opportuno, concentrare l'attenzione sui contratti elaborati da Ctm Altromercato - contratti peraltro già ampiamente diffusi ed operativi nella pratica degli affari - i quali si configurano quale imprescindibile strumento di concretizzazione dei profili teorici fin ora esposti.

Se è vero, infatti, che l'assenza di uno specifico quadro di riferimento normativo, in questo contesto, rappresenta un serio rischio non solo per i consumatori (dato che in mancanza di contorni ben delineati risulterebbe più facile, anche per quelle imprese che non condividano i principi ed i valori del Cees, entrare in questo settore di mercato ed operare perseguendo, in realtà, ben altri fini) ma anche per gli attori reali del Cees che realmente condividono principi e criteri del commercio equo e solidale, e che in tal senso una regolamentazione in tale settore è più che necessaria, è d'altro canto pur vero che tali esigenze non possono trovare attuazione in assenza di regole precisamente estrinsecate e concretamente applicate nella prassi commerciale.

Orbene, l'analisi dei contratti che qui si propone - la quale consente, come si vedrà, di attraversare in maniera significativa il fenomeno in discorso e dunque di osservare, sotto un profilo quanto mai pratico, il mondo del commercio equo - intende articolarsi precisamente in tale direzione e ciò allo scopo di constatare come gli intenti e le soluzioni legislative ampiamente esaurite nei capitoli precedenti, e volte appunto a pervenire ad una precisa regolamentazione del fenomeno, trovino e necessitino di trovare, all'interno di tali dispositivi, pieno compimento e realizzazione traducendosi in uno strumento concreto di garanzia sociale e di tutela del consumatore in quanto espressione di una dimensione più pratica e quindi maggiormente efficace rispetto agli interessi in discorso.

Da una parte, infatti, tali strumenti contrattuali si configurano quale forma di garanzia sociale per i produttori che scelgono di aderire al tipo di relazione commerciale sopra descritta, e dunque quale mezzo attraverso cui far rispettare determinati valori consentendo, in tal modo,

di recuperare, in una prospettiva più ampia, anche determinati diritti, al contempo però gli stessi costituiscono una effettiva garanzia per quel consumatore socialmente responsabile che voglia visionarli al fine di constatare direttamente il rispetto di determinati standards e principi e che voglia, cioè, accertare che i prodotti che acquista siano effettivamente rispettosi degli standards del Cees; la tutela quindi si estende oltre che verso i cc.dd. “attori-reali” del Cees, anche verso consumatori.

E, d’altro canto, quanto appena esposto trova più di un riscontro nelle recenti proposte orientate alla regolamentazione del tema, quale ad esempio il disegno di legge presentato nel 2007 a Roma ed elaborato dalle organizzazioni maggiormente rappresentative nel settore, all’interno del quale compaiono numerosi riferimenti al mezzo contrattuale quale strumento attraverso cui rendere operativi e concreti gli sforzi teorici.

2.2 Il “Fair Trade Contract”: analisi della struttura e degli elementi essenziali

Orbene, una volta poste tali premesse, appare ora opportuno concentrare l’attenzione sull’esame specifico di questa particolare tipologia di contratti. In tal senso risulterà necessario procedere per gradi e dunque interrogarsi in primo luogo sulla struttura di tali strumenti, al fine di chiarire come operano e come si articolano, per soffermarsi successivamente sullo studio della funzione e dei contenuti propri di tale particolare tipologia di accordi, evidenziandone i tratti più salienti e quindi le clausole maggiormente significative, infine valutare la direzione nell’ambito della quale tali contratti si orientano, vale a dire, l’aspetto oggettivo in termini di tutela offerta al consumatore ed agli operatori del settore.

Preliminarmente però è il caso di ripercorrere a grandi linee lo schema attraverso cui si articola la catena del Cees. Tale breve premessa risulterà in effetti utile al fine di inquadrare il panorama all’interno del quale si inseriscono ed operano tali tipi di contratti.

Com’è noto, al vertice della catena del Cees vi sono i produttori, di manufatti artigianali o di prodotti alimentari, vale a dire piccole organizzazioni localizzate in aree svantaggiate dei Paesi del Sud del mondo, i quali vendono le loro merci, a volte anche appoggiandosi ad esportatori locali, alle cc.dd. centrali di importazione localizzate nei Paesi avanzati. L’ultimo “anello”, per così dire, di questa catena è rappresentato dalle Botteghe del Mondo, le quali provvedono alla vendita dei suddetti prodotti ai consumatori.

Al gradino successivo, rispetto ai produttori, si collocano dunque gli esportatori/importatori o “traders”, vale a dire l’anello operativo della catena, ai quali spetta il compito di favorire od effettuare il trasferimento dei suddetti beni prodotti nei Paesi in via di sviluppo, vale a dire che se il produttore del bene non dispone delle competenze o delle risorse necessarie a realizzare l’attività di esportazione, come spesso avviene, tale ruolo viene svolto da alcune organizzazioni di esportatori specializzate, le quali trattano con gli importatori localizzati nei paesi occidentali di destinazione dei prodotti. Questi ultimi possono essere, in alcuni casi, centrali di importazione che lavorano solo con prodotti equo solidali - tipo le ATOs - in altri casi soggetti del commercio tradizionale disponibili a commercializzare anche prodotti equo solidali, in altri ancora aziende di trasformazione che vogliono utilizzare materie prime equo solidali. In Italia, le funzioni di importazione, nonché di acquisto e vendita dei suddetti prodotti, vengono svolte dalle Organizzazioni italiane di commercio equo e solidale (le quali sono essenzialmente organizzazioni no profit costituite in associazioni, cooperative o consorzi, quali appunto il consorzio Ctm Altromercato).

Ebbene, è precisamente all'interno di tale schema che si inseriscono i contratti di Ctm Altromercato, e cioè a dire: Ctm opera come centrale di importazione e gli strumenti giuridici di cui si serve per effettuare tali tipi di operazioni sono appunto i contratti in discorso.

Una volta chiarito tale punto e venendo ora all'analisi dettagliata di tali strumenti contrattuali occorre soffermarsi in primo luogo, come si diceva, sul profilo strutturale degli stessi.

Ebbene, lo schema contrattuale in esame - il quale individua quali soggetti della relazione commerciale Ctm e i produttori dei PvS - risulta articolato in quattro documenti:

1) il "*Fair Trade Partnership Agreement*", vale a dire l'accordo preliminare, il quale definisce principi e regole generali del parternariato;

2) l'*Annual Plan*", o Piano annuale, elaborato da Ctm, il quale fornisce ai Partner tutte le informazioni necessarie al fine di consentire agli stessi di articolare e pianificare la propria produzione in maniera ottimale;

3) il "*Fair Trade Purchasing Contract*", il quale rappresenta il contratto di acquisto vero e proprio sostanziandosi nell'ordine della merce, fissazione delle quantità e dei prezzi dei prodotti ordinati da Ctm, periodi di consegna e termini di pagamento;

4) il "*Delivery Order*", inerente la richiesta di spedizione di ogni carico e le modalità in cui la stessa deve avvenire.

Tali documenti, pur possedendo ciascuno una specifica finalità, risultano tra loro collegati e costituiscono nel loro insieme il c.d. "*Fair Trade Contract*", il quale - è bene precisarlo - si configura quale contratto in piena regola e presenta, in quanto tale, tutte le caratteristiche di cui agli artt. 1321 e 1325 del c.c. sostanziandosi effettivamente in un "*accordo di due o più parti volto a costituire, modificare o estinguere tra loro un rapporto giuridico-patrimoniale...*" e risultando altresì connotato, come si vedrà a breve, da quegli elementi cosiddetti essenziali tipici del contratto, vale a dire, "*l'accordo, l'oggetto, la causa e la forma, ove prescritta dalla legge a pena di nullità...*".

La presenza dei suddetti connotati non consente tuttavia di ricondurre lo schema in esame all'interno di una categoria contrattuale c.d. "tipica", posto che, come sarà possibile evincere dall'analisi dettagliata delle clausole contenute all'interno di tali documenti, ed in particolare del "*Fair Trade Partnership Agreement*", sussistono una serie di peculiarità sottese all'accordo contrattuale in discorso, le quali valgono a configurare lo stesso quale contratto *sui generis* ed a teorizzare, a parere di chi scrive, l'esistenza di una nuova tipologia di contratti, volti primariamente a soddisfare scopi di politica sociale e perciò detti "equo solidali".

2.2 a) il “*Fair Trade Partership Agreement*”

Il “*Fair Trade Partnership Agreement*”, altrimenti detto “schema generale di accordo”, rappresenta - come si diceva - il documento introduttivo, per mezzo del quale si definiscono principi e regole generali del parternariato. In particolare tale documento si compone di dieci paragrafi all’interno dei quali vengono sintetizzati i presupposti che devono ispirare la relazione commerciale tra Ctm Altromercato e i cc.dd. “*Trade Partners*” (vale a dire produttori, gruppi di produttori, esportatori ecc.).

Orbene, nell’analisi delle peculiarità connesse al documento in discorso, le quali valgono, come si diceva, a sottolineare la natura sociale dei contratti cc.dd. “equo-solidali”, appare in primo luogo interessante soffermarsi sulla particolare impostazione dell’accordo *de quo*, la quale esprime già di per sè, a parere di chi scrive, l’esistenza di una sorta di “legame sociale” tra Ctm e gli eventuali “*partners*”, in in virtù del quale recuperare l’importanza di valori personalistici e solidaristici e non soltanto economici.

Tale accordo, infatti, pur nella sua veste di documento introduttivo, non presenta i caratteri di un contratto preliminare - e in quanto tale con valore vincolante nei confronti della controparte - e ciò principalmente per due ordini di motivi; in primo luogo poiché tale accordo si configura quale momento iniziale di quello che potremmo definire “un unico *iter* contrattuale” e non quale contratto a sé stante, e poi soprattutto perché lo stesso non obbliga in alcun modo i potenziali “*partners*” alla stipula del “*Fair Trade Purchasing Contract*”, presentando, al contrario, una semplice natura anticipatoria rispetto a quelli che saranno i futuri contenuti del contratto di acquisto vero e proprio che potrebbe, come non potrebbe, perfezionarsi.

In tal senso, dunque, è possibile affermare che la funzione di tale schema generale di accordo, lungi dal rivestire valore coercitivo, si sostanzia in una sorta di informativa concernente i caratteri e le forme della instauranda relazione commerciale, che i futuri “*partners*” saranno liberi di valutare onde pervenire all’eventuale stipula del “*Fair Trade Contract*”.

A parte le valutazioni inerenti la particolare impostazione dell’accordo introduttivo, l’esistenza di valori sociali, prima che economici, quali presupposti ispiratori del documento in esame, e in generale dell’intero contratto, traspare in maniera davvero significativa dall’analisi dei distinti paragrafi, evidenziati alla pagina 1 del “*Fair Trade Partnership Agreement*”, i quali, nel loro pur breve contenuto, descrivono in maniera quanto mai chiara ed esplicativa il percorso contrattuale e le peculiarità connesse allo stesso.

Orbene, il documento si apre con un paragrafo introduttivo, intitolato *“Introduction and Purpose”*²⁸⁸, concernente le finalità generali dell’accordo e dalla lettura del quale è già possibile desumere il particolare fine che connota alla base tali contratti. Ivi si legge, infatti, in maniera espressa, che il documento mira a stabilire una relazione commerciale tra Ctm e i produttori, gruppi di produttori, esportatori ed organizzazioni di vendita (cc.dd. *“Trade Partners”*)...che sia basata sulla cooperazione e sul dialogo...al fine di migliorare le capacità e le risorse dei *“Trade Partners”*, e addirittura prosegue indicando gli strumenti di sostegno attivo per mezzo dei quali rendere concreti tali presupposti teorici, vale a dire, supporti finanziari, tecnici e *“product feedback”*. Ciò vale già di per sé, come si desume, ad evidenziare le ragioni dell’accordo contrattuale le quali si pongono ben al di là del semplice scambio di merci sostanziandosi al contrario nella necessità di assicurare un sostegno attivo ai produttori dei PvS, in termini di cooperazione, dialogo, trasparenza, rispetto ed aiuti concreti. Tale particolare finalità è tra l’altro pure ricavabile dalla lettura delle successive clausole, dalle quali traspare, su tutte, l’esigenza di rispettare gli standards indicati e di evitare comportamenti contrari alla correttezza ed all’onestà, prescrivendo, nell’ipotesi contraria, la possibilità, per la parte vittima della violazione, di annullare o modificare la relazione commerciale.

Il paragrafo 2, intitolato *“Definition”*, prescrive infatti, in maniera esplicita, la possibilità di risolvere immediatamente l’accordo qualora una delle parti violi in maniera manifesta una delle clausole contrattuali. Altrettanto significativo in tal senso appare il contenuto della clausola seguente, la quale, nell’illustrare l’*iter* contrattuale sotteso alla relazione commerciale - e dunque l’ *“Annual Plane, il Fair Trade Purchasing Contract ed il Delivery Order”* - si sofferma, al punto 3.2.2, sul dovere di informazione, ribadendo, ancora una volta, l’esigenza che la suddetta relazione si fondi sulla cooperazione e sul dialogo, e sottolineando la necessità di continui e diretti contatti tra le parti che siano finalizzati a fornire informazioni reciproche circa eventuali ritardi o cambiamenti inerenti la produzione così come la spedizione dei beni²⁸⁹;

²⁸⁸ Nel paragrafo 1 del *“Fair Trade Partnership Agreement”* si legge espressamente *“This document states the general rules, agreed and accepted by both parties, which will guide the behaviour of the partners in their commercial relationship. The purpose of this document is to define the partnership between Ctm Altromercato and producers, group of producers, processors, exporters or sales organizations (hereinafter referred to as “trade Partners”). It is the desire of Ctm Altromercato to establish a fair trade partnership with its partners, based on co-operation and dialogue. The purpose of the commercial relationship is to make use of and improve upon the skills and resources of the Trade partners through the following actions: Financial Support; Technical Support; Product Feedback...”*

²⁸⁹ Nella clausola 3.3.2 del presente accordo si legge espressamente *“The commercial relationship will be based on cooperation and dialogue. The Trade Partner and Ctm Altromercato must keep in touch and inform each other about changes or delays in production and/or shipment of the goods. It is the duty of the Trade Partner to inform Ctm Altromercato about any possible changes with respect to the terms stated in the Purchase Contract, as well as any event which might affect production (e.g. natural events, etc.). The Trade Partner must communicate to Ctm Altromercato all information necessary for its trading activity, particularly in relation to the planning of purchasing.”*

tale clausola, al di là dei principi di correttezza, trasparenza e mutua informazione, consente, più di tutte, di cogliere il carattere di equità che deve necessariamente ispirare la relazione commerciale e che si sostanzia nella previsione di medesimi vincoli a carico dei contraenti, quasi a voler stabilire un equilibrio, una equivalenza, in termini di diritti e doveri tra le parti.

Nella medesima direzione si orientano pure le successive previsioni, le quali risultano allo stesso modo impregnate dei principi e dei valori appena menzionati e attraverso cui è dato ancor più ricavare la c.d. finalità sociale. La clausola numero 4, ad esempio, discorre, sotto il titolo “*Origin of the products*”, della natura dei beni oggetto dei suddetti contratti, indicando le peculiarità delle caratteristiche dei prodotti, vale a dire, specificando che debba trattarsi di beni provenienti esclusivamente dalla coltivazione diretta dei “*Trade Partners*” o da produttori/gruppi di produttori conosciuti ed approvati da Ctm; la disposizione prosegue ribadendo che qualunque cambiamento o variazione inerente l’origine dei prodotti deve essere approvata da Ctm e ciò al fine di evitare problematiche inerenti la credibilità e la buona immagine del “*fair trade movement*”, ciò che esprime, in sintesi, il dovere di correttezza tra le parti, la necessità di salvaguardare l’autenticità dei beni, nonché al contempo l’esigenza di trasparenza e veridicità nei confronti del consumatore.

L’imprescindibilità e l’importanza di tali disposizioni è addirittura suggellata dall’obbligo della forma scritta, richiesta a pena di nullità, nei casi di variazioni contrattuali ed in generale nella stipula di accordi di tal tipo. Nella clausola in commento, infatti, si legge “...qualunque cambiamento d’origine, a meno che non approvato per iscritto da Ctm Altromercato, avrà serie conseguenze, potendone derivare la conclusione della relazione commerciale col *Trade Partner*”.

Il requisito della forma comparsa, dunque, quale elemento essenziale all’interno di tali tipi di contratti, così come traspare dalla lettura della clausola 3.4, inerente la validità degli accordi, e nella quale si legge “Tutti i documenti sono validi solo in forma scritta”.

Orbene, la necessità di garantire un’adeguata tutela al pubblico acquirente, la quale coincide d’altro canto con l’esigenza di proteggere e promuovere il commercio equo in un’ottica di crescente affidabilità e fiducia, trova particolare espressione anche nella clausola intitolata “*Pre-shipment Samples*”, la quale riveste una importanza davvero notevole oltre ad evidenziare il forte impegno profuso da Ctm in tale direzione. Nella citata clausola, infatti, si prevede l’invio anticipato, da parte dei produttori, di un campione di prodotto, al fine di consentire a Ctm di analizzarlo e di valutarne la conformità rispetto agli standards di qualità, stabilendosi espressamente che “...i beni saranno accettati solo dopo aver superato il c.d. *quality test*”.

Anche tale disposizione, dunque, in linea con le precedenti, consente di evidenziare il carattere *sui generis* di tale tipologia di contratti, i quali, lungi dal soddisfare profili ed interessi esclusivamente economici, si muovono, al contrario, in una dimensione sociale e particolarmente protesa alla tutela di valori quali l'eguaglianza, la giustizia, la solidarietà e più di tutti la dignità ed il rispetto della persona umana, ciò che permette di configurarli quali "veicoli di solidarietà" o, se si vuole, quale perfetta espressione di equilibrio tra le esigenze di efficienza del mercato e quelle di giustizia sociale.

Quanto appena detto è addirittura particolarmente visibile dalla lettura della sesta clausola dell'accordo in commento, la quale concerne nello specifico le modalità inerenti la fissazione dei prezzi dei prodotti in questione. "I *fair trade price*", si legge, "stabiliti all'interno dei contratti dovranno risultare conformi ai prezzi fissati dall'*International Fair Trade Organizations*, o, nell'ipotesi in cui tali quotazioni non fossero disponibili, tali prezzi devono essere concordati in un'ottica di dialogo e partecipazione....ad ogni modo nella fissazione del prezzo occorrerà tenere in considerazione il prezzo di mercato, fermo restando che i suddetti prezzi, una volta stabiliti all'interno del contratto, dovranno essere rispettati da entrambe le parti...". Anche in tal caso, quindi, è evidente come i parametri di riferimento siano ancora una volta rappresentati dal dialogo e dalla partecipazione, quasi a voler ribadire la preminenza di determinati valori su interessi puramente economici. Il richiamo ai suddetti elementi merita, tuttavia, in questa sede, un'attenzione maggiore posto che gli stessi si configurano, nel caso di specie, quali fattori veicolatori di una nuova nozione di prezzo, non più rispondente alla pura logica del profitto ma al contrario inclusiva di quegli ideali di giustizia e solidarietà anzi menzionati.

Tra i vari obiettivi di Ctm altromercato, infatti, vi è anche quello di riconoscere il giusto prezzo ai propri "*Trade Partners*", un prezzo cioè capace di garantire condizioni di lavoro e di vita sicure e dignitose ai contadini ed agli artigiani del Sud del mondo²⁹⁰ e che, per tali ragioni, viene definito "equo"²⁹¹.

²⁹⁰ Questo è possibile anche grazie alla natura not-for-profit del Consorzio Ctm altromercato, inteso sia come centrale di importazione che come rete di distribuzione composta da Botteghe del Mondo. I margini per la distribuzione, infatti, non alimentano il profitto di nessuno, ma sono fissati in modo da assicurare la sostenibilità della centrale operativa e delle Botteghe; gli eventuali utili sono poi reinvestiti per aumentare l'efficacia dell'azione di commercio equo e solidale. Il prezzo equo è infatti soltanto uno degli strumenti per incentivare l'autosviluppo dei produttori, altri strumenti non meno importanti sono ad esempio il prefinanziamento e la continuità dei rapporti commerciali.

²⁹¹ Una particolarità di Altromercato è il prezzo trasparente, che scompone i vari costi, evidenziando il prezzo equo percepito dal produttore, i costi intermedi (di trasporto, dazi, tasse, ecc...) e i contributi di copertura costi di Altromercato e delle Botteghe. Questi ultimi sono variabili, con diversa incidenza a seconda della famiglia merceologica: margini più consistenti, rilevabili in alcuni prodotti, dipendono principalmente dai ridotti volumi importati e dai costi di gestione e magazzino. Con l'obiettivo di garantire a tutti i produttori un mercato equo per i propri prodotti. Il prezzo trasparente è dunque analiticamente composto dal prezzo equo percepito direttamente dai

Al prezzo equo, come peraltro anche agli altri criteri del commercio equo e solidale, si arriva attraverso un confronto. Infatti, secondo i criteri IFAT (*“International Fair Trade Association”*) per le organizzazioni *“fair trade”*, è considerato “equo” un prezzo concordato fra le parti tramite il dialogo e la partecipazione, che copra l’intero costo della produzione del bene, incluse le spese sociali ed ambientali²⁹², che garantisca una retribuzione equa per i produttori ma che allo stesso tempo sia sostenibile dal mercato²⁹³. Questo prezzo deve essere perciò tale da fornire ai produttori uno stile di vita accettabile ed un margine per gli investimenti futuri, considerato che generalmente le organizzazioni impegnate nell’importazione dei prodotti accettano i calcoli proposti dai produttori e che in ogni caso viene garantito un prezzo minimo, che va al di là delle anomalie del mercato, e che viene fissato in base alle esigenze reali dei produttori (costo del lavoro, costo delle materie prime e progetti di sviluppo) risultando comunque sempre superiore a quello di mercato.

Sugli stessi presupposti si orienta pure la clausola successiva, intitolata *“Pre-financing and payments”*, la quale si pone quale ulteriore segno distintivo di questa particolare tipologia di contratti. In virtù del legame “sociale” che connota il rapporto contrattuale *de quo*, infatti, si prevede, all’interno della clausola sette, la possibilità per il *“Trade Partner”* di richiedere un pagamento anticipato, c.d. *“pre-financing”*, calcolato in percentuale rispetto al valore dei beni, ed affiancato dall’ulteriore garanzia di ottenere il saldo in tempi brevi dal ricevimento dei prodotti presso il magazzino. Tali statuizioni consentono di discorrere di una sorta di “credito commerciale”, riconosciuto da Ctm ai *“Trade Partners”*, a fronte di un contratto di vendita di merce, il quale fornisce ai produttori notevoli certezze in ordine ai tempi di incasso delle proprie forniture, permettendo loro di programmare la produzione stessa della fornitura, acquistando sementi, materie prime e strumenti, e distribuendo i materiali per la lavorazione ai singoli artigiani o contadini coinvolti nel processo produttivo; la certezza nei tempi di incasso consente altresì alle organizzazioni di provvedere con una certa sicurezza anche al pagamento della produzione dei singoli artigiani e contadini coinvolti nel processo produttivo e dislocati spesso in territori molto ampi. Quanto detto assume particolare rilievo specie in presenza di un

produttori interessati dal progetto, dai cc.dd. altri costi sostenuti nel Paese di produzione (trasporti fino al porto, spese portuali, tasse, ecc.), dai costi di trasporto fino al Paese importatore, dai dazi doganali percepiti dal Paese importatore, dai costi di trasformazione del prodotto grezzo (torrefazione, cioccolatai, biscottifici, ecc.), dal c.d. contributo altromercato (sviluppo dei progetti, attività amministrativa, logistica, coordinamento, costi legati alla certificazione biologica), dal c.d. contributo botteghe (per pagare le spese dei negozi e il personale retribuito che, insieme ai volontari, gestisce le Botteghe del Mondo) e dalle tasse, cioè IVA ed altre imposte.

²⁹² La considerazione dei costi sociali ed ambientali nel prezzo di un prodotto è un’idea che è stata da sempre condivisa da organizzazioni internazionali quali l’ONU e l’Unione Europea ed è alla base del concetto di “ecotassa” sostenuto dai movimenti ambientalisti.

²⁹³ Laddove esistono prezzi equi minimi (*fair minimum price and premium*) stabiliti a livello internazionale, questi sono rispettati.

sistema bancario che appare poco diffuso, costoso e spesso inaccessibile a contadini ed artigiani, e consente di affermare che se nel normale circuito finanziario la presenza di garanzie è condizione necessaria per l'erogazione di un prestito, nel commercio equo sono la conoscenza e la continuità del rapporto commerciale con i produttori a rappresentare la condizione sufficiente per consentire l'erogazione del prefinanziamento.

A parte le riflessioni fin qui elaborate, le quali evidenziano l'intenzione del consorzio di privilegiare la dimensione sociale nell'ambito del rapporto con i "*Trade Partners*", appare opportuno, a parere di chi scrive, cogliere altresì, all'interno di tale clausola, quei risvolti sociali che inevitabilmente discendono nei confronti del consumatore, e ciò in termini di consapevolezza rispetto all'acquisto di un prodotto inserito all'interno di un circuito commerciale che non partecipa ad un sistema finanziario oppressivo verso il produttore, bensì ad un sistema che garantisce e tutela il produttore e ne agevola l'entrata al sistema creditizio²⁹⁴.

Particolarmente indicativa sotto il profilo degli effetti sociali risulta la clausola di cui al punto 8 dell'accordo, intitolata "*Continuance of the trade relations*", la quale si pone quale ulteriore clausola-chiave all'interno di tali contratti. In particolare ivi si legge che il fine di Ctm è di garantire una relazione commerciale stabile e duratura e che è intenzione di Ctm evitare azioni che potrebbero causare riduzioni significative del valore d'acquisto rispetto all'anno precedente essendo, il consorzio, proteso a trovare soluzioni a possibili problemi causati dalla riduzione degli ordini. Tale clausola rappresenta, com'è intuibile, una garanzia davvero significativa per i "*Trade Partners*" che intraprendono una relazione commerciale di lungo termine, i quali ottengono già in partenza un margine di sicurezza non indifferente, quanto meno in termini di stabilità e continuità della relazione avviata.

A conclusione dell'accordo, quasi a voler suggellare la fondatezza nonché l'importanza delle pattuizioni espresse tra i futuri contraenti, figurano due clausole che potrebbero essere definite "clausole di chisura", rispettivamente inerenti responsabilità e penalità nei casi di violazioni, nonché obblighi di trasparenza e dialogo.

Tali clausole, nella loro sinteticità, ribadiscono in maniera esplicita la necessità di conformare la futura relazione commerciale a valori di onestà e lealtà, sottolineando, per quanto possibile, nei casi di disaccordo, la preferibilità di bonarie composizioni piuttosto che la terminazione del contratto e prevedendo la cancellazione dell'accordo solo in casi estremi.

²⁹⁴Tali effetti sono da ritenersi indiretti se si considera che il momento dell'acquisto finale non influisce in alcun modo sul momento nel quale il produttore riceverà il pagamento per quel prodotto. Anzi sicuramente il produttore avrà già incassato il corrispettivo da qualche tempo. Il consumatore dovrebbe anche sapere che un'eventuale abbassamento del prezzo di vendita (saldi e promozioni) non influisce sul pagamento ricevuto dal produttore, poiché i contratti di acquisto non sono in alcun modo legati all'andamento delle vendite ed al prezzo di vendita al consumo. Ma ne diminuisce solo il margine per l'importatore e per il punto vendita.

2.2 b) l' "Annual Plane"

Una volta valutata l'opportunità delle pattuizioni di cui allo schema generale di accordo, i "Trade Partners" possono, come s'accennava, decidere di optare, come non optare, per la effettiva intaurazione della relazione commerciale con il consorzio, posto che, nell'ipotesi positiva, Ctm Altromercato provvederà a stilare un documento, c.d. "Annual Plane", per mezzo del quale fornire ai "partners" una serie di informazioni relative ai piani di produzione.

In particolare, tale documento, il quale si pone quale secondo anello nella catena della relazione commerciale in esame, ha il fine di rendere noti ai produttori, in maniera anticipata, le quantità di beni che Ctm potrebbe nell'eventualità acquistare ed i relativi periodi di fornitura e ciò al fine di consentire ai "Trade Partners" di organizzare al meglio le proprie risorse e di redigere, nella specie, un accurato piano di coltivazione e produzione, nell'ottica di un notevole risparmio di costi ed energie. Il fine sociale che ispira l'azione di Ctm traspare, dunque, in maniera quanto mai significativa, anche dalla lettura di tale documento all'interno del quale si legge espressamente che "lo scopo dell' Annual Plane è quello di assistere il "Trade Partner" nella predisposizione del proprio programma annuale di semina e di produzione.." ribadendosi, per mezzo di tale previsione, la volontà del consorzio di sostenere fattivamente i propri "partners" mediante interventi concreti e la conseguente intenzione di rendere meno aleatorio possibile il circuito delle relazioni con gli stessi intraprese. In assenza di tale sostegno, infatti, sarebbe estremamente difficile per il produttore prevedere le quantità di beni oggetto della futura contrattazione, rischiando lo stesso di incorrere, nella maggior parte dei casi, in un eccesso di produzione cui consegue l'invenduto e dunque le perdite, o al contrario in un difetto di produzione, causa, a sua volta, di un mancato guadagno.

Assodato l'indubbio valore del documento *de quo*, occorre tuttavia precisare, così come si legge alla clausola 3.1 dell'accordo generale, che l' "Annual Plane" non corrisponde ad un ordine di merce da parte di Ctm, poiché i beni ivi menzionati non equivalgono a beni ordinati, ciò che non consente al "Trade Partner" di procedere alla consegna, se non in presenza di un vero e proprio ordine. Tale clausola detta invero che "L'Annual Plane non deve essere in alcun modo confuso con il *Fair Trade Purchasing Contract* e che lo stesso non vincola Ctm ad acquistare le quantità di beni indicate né tantomeno il partner ad inviarle".

Affinché possa discorrersi di contratto di acquisto in piena regola, da cui discendono diritti ed obblighi tra le parti, è necessario, infatti, che entrambi i contraenti pervengano alla stipula di un ulteriore documento, questa volta dal valore vincolante, per mezzo del quale stabilire un preciso ordine di acquisto della merce, con relativa indicazione delle quantità e dei prezzi dei

prodotti, e dunque in generale le condizioni ed i termini dell'acquisto. Tale documento prende il nome di "*Fair Trade Purchasing Contract*" e rappresenta l'anello centrale della catena attraverso cui si estrinseca la relazione commerciale.

2.2 c) il "*Fair Trade Purchasing Contract*"

Così come previsto nelle prime righe del documento in esame, e precisamente sotto la voce "*Subject definition*", tale contratto stabilisce nel dettaglio le procedure e le condizioni economico-finanziarie di acquisto. Esso rappresenta, dunque, come si accennava, l'atto cruciale attraverso cui si concretizza e prende forma l'*iter* procedurale degli accordi e delle premesse di cui ai paragrafi precedenti ed in assenza del quale non è possibile discorrere di obblighi contrattuali tra le parti.

Alla luce di quanto appena detto, prima di procedere all'esame analitico delle clausole contenute all'interno del suddetto documento, vale anzitutto la pena di soffermarsi, nelle linee generali sul valore delle stesse e nella specie sull'effetto vincolante che da queste scaturisce al momento della conclusione del contratto. Come disposto nella clausola 3.2.1 dello schema generale di accordo, infatti, prima della conferma del "*Purchase Contract*" entrambe le parti possono cancellare il contratto senza alcuna penalità, mentre, dopo la conferma, queste resteranno obbligate ad attenersi ai termini contrattuali ed in modo particolare agli accordi inerenti qualità e quantità dei prodotti. Tale disposizione, la quale si pone quale "clausola di garanzia" per entrambi i contraenti, consentendogli un termine ulteriore per vagliare la convenienza dell'accordo, evidenzia significativamente l'importanza del "*Fair Trade Purchasing Contract*" il quale rappresenta il cuore del "*Fair Trade Contract*", identificandosi quale punto nevralgico di contatto tra Ctm ed i "*Trade Partners*", ossia quale momento di produzione di effetti vincolanti per i soggetti del rapporto.

Se il "*Fair Trade Partnership Agreement*" e l'"*Annual Plane*" si pongono dunque quali passaggi prodromici nella costruzione della relazione commerciale, il "*Fair Trade Purchasing Contract*" rappresenta invece il momento cruciale, vale a dire il contratto di acquisto vero e proprio.

In tal senso, basti osservare anche la terminologia utilizzata da Ctm nella individuazione e definizione dei quattro documenti, scorrendosi nel primo caso di un accordo, nel secondo di una attività di pianificazione, nell'ultimo - come si vedrà - di un ordine di consegna e riservando il termine "contratto" solo con riguardo al documento in questione.

A parte il disposto della previsione contenuta all'interno dell' "agreement", la vincolatività del contratto *de quo* è altresì deducibile dalla lettura della clausola numero due, intitolata "Confirmation" e contenente l'espresso obbligo, per il "Trade Partner", di confermare il "Purchase Contract" entro un numero di giorni concordati e stabiliti con il consorzio ed appunto indicati all'interno del suddetto documento, pena la facoltà di Ctm di cancellare o modificare le condizioni contrattuali.

Orbene, al di là delle disposizioni inerenti la durata del contratto, le quali si mostrano piuttosto elastiche limitandosi a prevedere quale termine finale quello della consegna totale di tutti i beni ordinati, e di quelle precisamente inerenti la descrizione dei beni, le quali forniscono una sorta di garanzia effettiva ai "partners" circa l'acquisto da parte di Ctm, appare interessante, in questa sede, concentrare l'attenzione su quelle disposizioni concernenti, ad esempio, le penalità previste in caso di cancellazione della spedizione dopo la conferma del "Purchase Contract", dall'analisi delle quali è dato ribadire l'esistenza di un "legame sociale", prioritario all'interesse economico, tra le parti.

Al punto 6.1 della clausola sesta del contratto *de quo*, infatti, c.d. "Penalties", si contemplan tre differenti ipotesi inerenti casi di cancellazione della spedizione, che si verifichino in epoca successiva alla stipula del "Purchase Contract". Com'è dato comprendere dalla lettura del paragrafo "a", nell'ipotesi in cui la cancellazione sia richiesta da Ctm Altromercato, si prevede in maniera espressa, il diritto del "Trade Partner" di trattenere le somme a lui versate a titolo di pre-finanziamento quale pagamento parziale, stabilendosi altresì l'esclusione, in favore del "partner", di qualsiasi obbligo di pagamento relativo agli interessi sul pre-finanziamento, mentre con riguardo ai beni, si detta esplicitamente che se il "partner" riesce a vendere i beni allo stesso prezzo di quello previamente concordato con Ctm, il problema non sussiste, al contrario, qualora i beni vengano venduti ad un prezzo inferiore, il partner è nelle facoltà di richiedere a Ctm il pagamento del 100% della differenza rispetto al prezzo con questi precedentemente concordato; qualora poi il partner non sia in grado di vendere una parte o tutti i beni di cui alla cancellata spedizione si contempla la possibilità per entrambe le parti di pervenire ad una pacifica risoluzione della questione e ciò attraverso un reciproco tentativo di temperamento degli interessi in gioco.

Nel caso, invece, in cui sia il "Trade Partner" a richiedere la cancellazione della spedizione per cause riconducibili a problemi climatici o eventi di forza maggiore, non si prevede alcun riconoscimento di colpa a carico di questi e ciò considerata l'imprevedibilità e la casualità delle circostanze. In tali casi, dunque, si legge che "in tali casi il saldo non è dovuto e Ctm prenderà in considerazione il pre-finanziamento già versato come una parte del

pagamento per i successivi contratti di acquisto e non sarà richiesto alcun pagamento di interessi”.

Il paragrafo “c” contempla, infine, l’ipotesi in cui la cancellazione sia richiesta dal “*Trade Partner*” per altri tipi di ragioni, ad esempio, la scelta del partner di vendere i beni ad altri clienti piuttosto che a Ctm; tale fatto costituisce una violazione del contratto e pertanto si prevede non solo il mancato pagamento del saldo ma altresì la facoltà di Ctm di richiedere il rimborso del pre-finanziamento oltre alla eventuale richiesta di risarcimento danni per mancata consegna ed alla conseguente terminazione della relazione commerciale col “*partner*”.

Le ipotesi appena richiamate mostrano, in maniera evidente, il particolare atteggiamento di apertura e di sostegno di Ctm nei confronti del “*partner*” posto che, tranne in presenza di una palese violazione contrattuale, è lo stesso consorzio a farsi carico delle spese derivanti dal mancato acquisto della merce o dal perimento della stessa per cause non imputabili al “*Trade Partner*”.

Altrettanto significative in tal senso appaiono le clausole relative ai casi di ritardo nella spedizione, dalle quali è dato ricavare, ulteriormente, la particolare natura di tali contratti. Anche in queste ipotesi, infatti, si prevede l’applicazione di una penale a carico del “*partner*” solo qualora questi sia venuto meno ai doveri di correttezza e trasparenza. In generale, dunque, è possibile desumere la volontà di Ctm di ristabilire, attraverso tali pattuizioni, una concezione di contratto, e dunque di relazione commerciale, intrisa di valori differenti da quelli esclusivamente economici, e ciò partendo dall’assunto che il funzionamento del mercato deve avvenire e deve estrinsecarsi non soltanto in una dimensione economica ma anche alla luce di valori solidaristici e che il mezzo contrattuale può efficacemente essere lo strumento di correzione del mercato.

2.2 d) il “*Delivery Order*”

L’*iter* contrattuale in esame si conclude, come si accennava, attraverso un ulteriore documento, c.d. “*Delivery Order*”, attraverso il quale Ctm provvederà a fornire al “*partner*” particolari istruzioni circa i tempi e le modalità di spedizione e consegna dei beni. Tale ordine di consegna può, in particolare, essere incluso nel “*Purchase Contract*” oppure constare di un documento a parte, il quale risulterà comunque, in entrambi i casi, molto dettagliato e specifico.

Nella clausola numero quattro del “*Purchase Contract*”, infatti, si dispone che “il *Delivery Order* indichi la data di spedizione e la composizione dei containers, stabilendo altresì

l'obbligo per il “*partner*” di confermare l'ordine entro un determinato numero di giorni..”; in tal senso, si ribadisce la necessità della forma scritta e di una serie di ulteriori elementi, quali l'indicazione precisa del compratore, del produttore, dell'esportatore, del porto o aeroporto di partenza e di quello di destinazione, la descrizione dettagliata dei beni (addirittura attraverso delle specifiche inerenti il numero di riferimento del *Trade Partner*), dei prezzi e delle quantità, della data esatta di spedizione, del mezzo di trasporto utilizzato e dell'agente di spedizione nominato da Ctm per organizzare e gestire la spedizione.

2.3 (Segue) la causa all'interno del "*Fair Trade Contract*"

Le riflessioni sin qui articolate evidenziano la particolare natura del contratto *de quo* e consentono, come si accennava, di teorizzare l'esistenza di una nuova tipologia contrattuale. Il "*Fair Trade Contract*", infatti, propone, un'idea di rapporto contrattuale diversa da quella comunemente diffusa, concependo il contratto quale mezzo di esplicazione libera della personalità individuale in campo patrimoniale ed informando, pertanto, lo stesso a principi e valori diversi da quelli esclusivamente mercantili. Tale contratto, lungi dal perseguire interessi ed utili squisitamente economici, si pone dunque quale veicolo di principi e valori sociali.

Le peculiarità connesse alla suddetta figura contrattuale rilevano, altresì, in termini di tecniche e strategie intraprese al fine di garantire l'equilibrio dei contrapposti interessi.

In particolare l'analisi delle clausole presenti all'interno dei singoli documenti, mostra la tendenza di questi contratti a predeterminare condizioni, economiche e giuridiche, che permettano una esplicazione della libertà contrattuale davvero cosciente e consapevole, evitando, per quanto possibile, interventi correttivi a posteriori, vale a dire rimedi applicabili al contratto dopo la sua conclusione e ciò nell'ottica di un'idea di giustizia sociale che non si identifica nella possibilità del contraente di eliminare dal mondo giuridico il contratto concluso quando sia difforme dalla cosciente volontà, ma bensì nel diritto di costui di vedere soddisfatto, a pieno, l'interesse che lo ha mosso a contrattare. Nella specie le clausole cc.dd. "chiave" sul prefinanziamento, sulle modalità di fissazione dei prezzi, e non da ultimo quella sulla previsione inerente la stabilità della relazione commerciale, esprimono la particolare impostazione di questi contratti, protesi, più che a correggere, ad estendere lo spettro dell'intervento sociale a tutta la fase della contrattazione senza limitarlo a quella della reazione alla patologia o allo squilibrio giudizialmente verificato, e ciò nella ricerca di un difficile equilibrio tra la tutela da assicurare al singolo contraente e la speditezza delle operazioni economiche. Non è un caso, dunque, che tali contratti si limitino a circoscrivere le ipotesi di cancellazione o annullamento a circostanze estreme, essendo, al contrario, piuttosto orientati a sanare ed appianare eventuali incompatibilità per mezzo di un dialogo fondato su cooperazione e trasparenza e prevedendo, appunto, tali rimedi solo in ultima analisi.

Orbene, se le argomentazioni fin qui esposte appaiono idonee ad evidenziare le peculiarità di cui al contratto in esame, l'esistenza di una nuova tipologia contrattuale risulta altresì confermata dall'analisi della causa, la quale si configura quale elemento più che indicativo nell'individuazione delle finalità sottese al rapporto *de quo*.

Tale elemento, il quale si inserisce tra gli elementi cc. dd. essenziali all'interno del contratto, esprime, com'è noto, la funzione economico-sociale del contratto medesimo, o, se si vuole, l'interesse che il contratto è volto a soddisfare; così, ad esempio, in una compravendita la causa è rappresentata dallo scambio del bene dietro il corrispettivo del prezzo. In particolare, in quanto tale, la causa è detta minima unità effettuale, ovvero sintesi degli effetti essenziali del contratto, ciò che permette di inquadrare un tipo contrattuale e di distinguerlo da un altro.

Ebbene, nel caso di specie è evidente come la causa non si sostanzia nel semplice scambio del bene dietro il corrispettivo di un prezzo ma si estenda ben oltre la dimensione economica per ricoprire quei profili sociali e solidaristici cui appunto si accennava; come si legge nella parte introduttiva dello schema generale di accordo, infatti, il fine del documento è quello di stabilire una relazione commerciale tra Ctm e i produttori, gruppi di produttori, esportatori ed organizzazioni di vendita (cc.dd. "*Trade Partners*")...che sia basata sulla cooperazione e sul dialogo...al fine di migliorare le capacità e le risorse dei "*Trade Partners*".

In particolare, l'attento esame della causa propria di tali contratti consente addirittura di discorrere di una doppia funzione sociale la quale trova espressione sia nei riguardi dei cc.dd. attori del Cees che nei riguardi dei consumatori.

Tali strumenti contrattuali si configurano, in effetti, quale forma di garanzia sociale per i produttori che scelgono di aderire al tipo di relazione commerciale sopra descritta, e dunque quale mezzo attraverso cui far rispettare determinati valori consentendo, concretamente, di recuperare, in una prospettiva più ampia, anche determinati diritti connessi alla dignità della persona umana in quanto tale; al contempo però gli stessi costituiscono una effettiva garanzia per quel consumatore socialmente responsabile che voglia visionarli al fine di constatare direttamente il rispetto di determinati standards e principi e che voglia, cioè, accertare che i prodotti che acquista siano effettivamente rispettosi degli standards del Cees, ciò che possiede anche un ritorno indiretto in termini di diffusione del fenomeno con conseguenti ripercussioni positive sul mercato.

In presenza di tali effetti e posta la significatività degli strumenti appena descritti, non resta che attendere l'approvazione di un valido intervento normativo in materia, che tenga conto delle predette esigenze e che sia finalmente capace di legittimare giuridicamente il fenomeno.

Allegati



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.

www.altromercato.it

info@altromercato.it

Bolzano 20th.08.2007

This agreement consists in 5 pages.

Agreement number:
Seller ID code

FAIR TRADE PARTNERSHIP AGREEMENT

BETWEEN

Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop., represented by Mr. Giorgio Dal Fiume, whose registered office is in a Bolzano (Italy), Via Crispi n° 9, VAT n° 01337600215, Flo ID 382

AND

xxxx., represented by Mr./Mrs. **XXXXXXXX XXXXXX**, whose registered office is in **XXXXXXXXX, XXXXXXXXXXXX n°XX**, VAT n° xxxxxxxxx (hereinafter referred to as the Trade Partner), Flo ID xxx

Paragraphs of the FAIR TRADE PARTNERSHIP AGREEMENT

1. Introduction and Purpose
2. Definition
3. Annual plans, purchase contracts and delivery orders
4. Origin of the products
5. Pre-shipment samples
6. Prices
7. Pre-financing and payments
8. Continuance of the trade relations
9. Responsibilities and penalties
10. Transparency and dialogue

1. Introduction and Purpose

This document states the general rules, agreed and accepted by both parties, which will guide the behaviour of the partners in their commercial relationship.

The purpose of this document is to define the partnership between Ctm altromercato and producers, groups of producers, processors, exporters or sales organisations (hereinafter referred to as "Trade Partners").

It is the desire of Ctm altromercato to establish a fair trade partnership with its partners, based on co-operation and dialogue.

The purpose of the commercial relationship is to make use of and improve upon the skills and resources of the Trade Partners through the following actions:

- Financial support
- Technical support
- Product feedback

The contracting parties use the global definition of fair trade approved by the IFAT.

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi, 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

Iscrizione Registro Imprese di Bolzano e n. Partita IVA: 01337600215 - REA n.116817



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.
www.altromercato.it
info@altromercato.it

Fair Trade is a trading partnership based on dialogue, transparency and respect, which seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South. Fair Trade organisations, backed by consumers, are actively engaged in supporting producers, creating awareness and in campaigning for changes in the rules and practices of conventional international trade.

2. Definition

With this agreement Ctm altromercato intends to establish and communicate the general rules leading to a long term fair trade partnership; the agreement will be rescinded immediately if the Trade Partners fail to respect the general fair trade standards as stated by the IFAT and FLO, when relevant.

One of the contracting parties may cancel or modify the commercial relationship in writing without prior notice, if the counterpart fails to respect any of the contractual clauses in a manifest and deliberate way.

3. Annual plans, purchase contracts and delivery orders

The commercial relationship will be managed through the documents listed in the following table. (also see paragraphs 3.1; 3.2 and 3.3.)

Document	Purpose	Validity
<i>Fair Trade Partnership Agreement</i>	<i>To define general principles of partnership</i>	<i>Long term</i>
<i>Annual Plan</i>	<i>To give to the partners all the necessary information for proper planning of production. This plan is NOT the order.</i>	<i>1 year</i>
<i>Purchase Contract</i>	<i>To stipulate the firm order, fixing total quantities and prices of products ordered by Ctm. It MUST be confirmed by the partner to be valid.</i>	<i>As per contract</i>
<i>Delivery Order</i>	<i>To request the shipping of each container/shipment. It can be included in the Purchasing Contract.</i>	<i>Every shipment</i>

3.1 Annual Plan

Ctm altromercato may draw up an Annual Plan to send to the partners.

With the Annual Plan Ctm altromercato will communicate the estimated quantities of goods and the estimated supply-periods.

The purpose of the Annual Plan is to assist the Trade Partner in his yearly planning of seeding or production.

seeding e produzione (in campo) - ordine prodotti

Ctm altromercato
 Sede legale
 Via Crispi, 9
 39100 Bolzano
 Tel. 0471.941194
 Fax 0471.977599

Ctm altromercato
 Sede operativa
 Via Francia 1/C
 37135 Verona
 Tel. 045.8222600
 Fax 045.8008020

Ctm altromercato
 Ass. BdM/ clienti e Show Room
 Via Francia 1/C
 37135 Verona
 Tel. 045.8008081
 Fax 045.8008020

Ctm altromercato
 Magazzino
 Via F. Busoni 25 – loc
 Vallese
 37050 Oppeano (Vr)
 Fax 045.6983651

2

Iscrizione Registro Imprese di Bolzano e n. Partita IVA: 01337600215 - REA n.116817



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.

www.altromercato.it

info@altromercato.it

The goods mentioned in the Annual Plan are not ordered goods and the Trade Partner will not deliver them until he has received the Purchase Contract and Delivery Order (see below).

The Annual Plan is not to be confused with the Purchase Contract. The Annual Plan will not bind Ctm altromercato to buy the listed quantities of goods, nor the Trade Partner to sell them.

3.2 Purchase Contract

Purchase contracts will define and fix the following:

- products
- quantities
- prices
- period of delivery
- terms of payment

All terms are fixed according to the Trade Partner's capability.

3.2.1 Confirmation of the Purchase Contract

The Trade Partner must confirm the purchase contract (and all of its terms) within a fixed number of days after receiving it. In the event of a delay in confirmation, Ctm altromercato may modify some conditions of the contract.

Purchase contracts will fix the purchasing conditions and contents for a defined period of time.

- Before confirmation, both parties may cancel the contract without any penalty.
- After confirmation, the Trade Partner and Ctm altromercato are obliged to respect all terms of the contract, especially agreements relative to quality and quantity.

3.2.2 Information

The commercial relationship will be based on co-operation and dialogue.

The Trade Partner and Ctm altromercato must keep in touch and inform each other about changes or delays in production and/or shipment of the goods.

It is the duty of the Trade Partner to inform Ctm altromercato about any possible changes with respect to the terms stated in the Purchase Contract, as well as any event which might affect production (e.g. natural events, etc).

The Trade Partner must communicate to Ctm altromercato all information necessary for its trading activity, particularly in relation to the planning of purchasing.

3.3 Delivery order

Ctm altromercato will provide Trade Partners with instructions to make particular shipments of goods fixed by the contract through Delivery Orders.

The Delivery Orders are requests to deliver products. Ctm altromercato will confirm the exact delivery terms and composition of containers to the Trade Partner, according to the contract, through its Delivery Orders.

3.4 Validity

All documents are valid only in written form.

4. Origin of the products

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi, 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

3

Iscrizione Registro Imprese di Bolzano e n. Partita IVA: 01337600215 - REA n.116817



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.
www.altromercato.it
info@altromercato.it

The goods must come exclusively from the Trade Partner's direct cultivation or from producers or groups of producers known and approved by Ctm altromercato. The Trade Partner will ask Ctm altromercato's permission for any change of origin.

Any unauthorised change in the origin of the products could affect the image and credibility of Ctm altromercato and the fair trade movement; therefore any change of origin, unless approved in written form by Ctm altromercato, will have serious consequences and could even cause termination of the commercial relationship with the Trade Partner.

5. Pre-shipment Samples

CTM altromercato may require the Trade Partner to provide pre-shipment samples before each shipment.

Ctm altromercato will analyse the sample and approve the goods or refuse them if they are not in conformity with quality standards.

In any case, the goods will be accepted only after they have passed the quality test.

6. Prices

The fair-trade prices established in contracts will be in conformity with prices set by International Fair Trade Organisations or, if no such quotations are available, they will be agreed upon through dialogue and participation.

In any case the Market Price at the time of the price fixing must be taken into consideration.

Fair trade Prices, fixed according to the contract, must be honoured both by Ctm altromercato and the Trade Partner.

Prices agreed upon will remain in force until expiration of the Purchase Contract.

After the contract has been signed prices can be modified only in the event of substantial changes in the market price or considerable fluctuations of the exchange rate. In both cases the parties may agree to cancel part or all of the product quantities.

7. Pre-financing and payments

The Trade Partner may require advance payment (pre-financing), calculated as a percentage of the value of the goods.

Ctm altromercato must pay such pre-financing in accordance with the terms agreed upon with the Trade Partner in the Purchase Contract.

Ctm altromercato – which guarantees pre-financing – may set a fair rate of interest, on the basis of interest rates applied to commerce applied in the countries of origin/destination. The terms for the payment of interest and refunding of pre-financing must be agreed upon with the Trade Partner.

International Fair Trade Organisation rules and practices must be applied if they are available.

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi, 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

4



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.

www.altromercato.it

info@altromercato.it

The balance terms of payment are agreed upon in the Purchase Contract; in general, Ctm altromercato retains the right to check the quality of the goods and request compensation from the producer in the event of delays or differences in the agreed quality standards.

8. Continuance of the trade relations

Ctm altromercato guarantees a stable and lasting trade relation.

Ctm altromercato's intention is to avoid actions that will cause significant reduction of the value purchased in the previous year.

Ctm altromercato is willing to find solutions to possible problems caused by the reduction of orders.

9. Responsibilities and penalties

Both Ctm altromercato and the Trade Partner are responsible for ensuring the observance of all terms of the Fair Trade Agreement and the Purchase Contract.

In the event of failure to observe the terms of the contract, either partner may apply the penalties established in the Purchase Contract, including termination of the trade relationship by cancelling the Partnership Agreement. The rescission of a Partnership Agreement prevents the issuance of Purchase Contracts and Delivery Orders.

Both parties will actively attempt to find a fair agreement to resolve any disagreement that may arise.

10. Transparency and dialogue

Information concerning the activities of Ctm altromercato is also available on the website www.altromercato.it.

Ctm altromercato will provide on request a copy of its asset and liability statement.

Each Trade Partner will communicate to the counterpart any change that may occur with regard to the goals, statutes, or management of their organisation. The Trade Partner will communicate any changes in the services provided by its members and producers to Ctm altromercato.

When requested, the Trade Partner will communicate to Ctm altromercato:

- the FOB price breakdown and any variation.
- an annual report (including information about goals, activities, achievements);

Ctm altromercato and the Trade Partner may evaluate and periodically monitor their respective practices to make sure that the fair trade criteria are respected.

10.1 When requested, the Trade Partner will share with Ctm altromercato any information on the use of the Fair Trade Premiums, especially when related to social and/or community projects.

(Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.)

(The Fair Trade Partner)

Read, accepted and signed

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi, 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

5

Iscrizione Registro Imprese di Bolzano e n. Partita IVA: 01337600215 - REA n.116817



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.

www.altromercato.it

info@altromercato.it

Verona Xth.XX.20XX

This contract consists in 6 pages.

Contract number:
Producer name:
Trade Partner ID code:

FAIR TRADE PURCHASING CONTRACT

BETWEEN

Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop., represented by Mr./Mrs. **XXXXXXXX XXXXXX**, whose registered office is located in Bolzano (Italy), Via Crispi, n° 9, VAT n° 01337600215, FLO ID 382

AND

THE CATHOLIC DIOCESE OF MERU - NGWP., represented by Mr./Mrs. **XXXXXXXX XXXXXX**, whose registered office is located in **XXXXXXXX, XXXXXXXXXXXX n°XX**, VAT n° **01234567890**, FLO ID **XXXX**, (hereinafter called Trade Partner)

Subject definition

This contract establishes in detail the procedures and the economical/financial purchasing conditions.

Ctm altromercato and the Trade Partner will respect all the clauses of this contract and the Partnership Agreement **xx/xx/2007**

1. Duration of the contract

This contract will remain valid for **X year(s)** from the date of signature, and at least until the goods ordered have been delivered.

If one of the contracting parts manifestly and deliberately fails to respect one or more of the substantial terms of this agreement, the other partner may rescind the contract in writing without advance notice.

2. Confirmation

The Trade Partner must confirm this Purchasing Contract within **XX** days.

If the Purchasing Contract is not confirmed within the above term, Ctm altromercato may decide to cancel or modify the Purchasing Contract.

2.1 The Contract must be renewed when all the relative goods have been delivered.

(Inserire il paragrafo 2.1.1 applicabile al fornitore a cui si sta facendo l'ordine)

2.1.1 The contract may remain valid temporarily, until the drawing up and signature of a new contract, if Ctm altromercato orders goods in addition to those planned.

2.1.1 The contract between Ctm altromercato and the **FLO Trade Partner** must be renewed at least 3 months prior to the date of expiration of the contract.

2.1.1 The contract must be renewed at least 3 months prior to the beginning of the **cocoa** crop.

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi n. 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

Iscrizione Registro Imprese di Bolzano e n. Partita IVA: 01337600215 - REA n.116817



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.

www.altromercato.it

info@altromercato.it

3. Prices, products and quantities

Ctm altromercato will purchase the quantities of each item indicated below, within the duration of this Purchasing Contract.

CTM Code	Trade Partner Code	Rif to CTM Technical Specifications	Price (*)	Description	Quantity in Kg
					100.000
					80.000
					60.000
					50.000
					15.000
					50.000
					10.000
					10

(*) Specify: currency and incoterm.

3.1 Ctm altromercato will authorise the shipping of products according to Delivery Orders.

3.2 Ctm altromercato will not pay for goods shipped by the Trade Partner, which have not been ordered. The Trade Partner will be free to dispose of such goods as they see fit. Possible costs sustained by Ctm altromercato for the transportation of such goods will be charged to the Trade Partner.

3.3 The prices agreed upon in this contract may not be modified during the period of validity of the contract. Only in exceptional cases, such as substantial variations in market prices and/or strong fluctuations of the exchange rate, may either partner require updating of the price, providing the requested explanations. The other party will be free to accept the new price and/or to modify the quantity ordered as stated in the contract.

4. Delivery Order

Ctm altromercato will communicate Delivery Orders to the Trade Partner at least **XX weeks** prior to the date of shipment.

The Delivery Order will establish: the date of shipment and composition of the container(s).

4.1 Delivery Orders are valid only in written form.

4.2 The Trade Partner must confirm orders within **XX days**. If the Delivery Order is not confirmed within this term, Ctm altromercato may decide to delay the balance payment and/or modify the Purchasing Contract.

4.3 The following terms of purchase will be reported in each written Delivery Order:

- Buyer
- Consignee
- Producer
- Exporter
- Port/airport of destination
- Description of the goods (specifications and Trade Partner's reference number)

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi n. 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc.
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

2

Iscrizione Registro Imprese di Bolzano e n. Partita IVA: 01337600215 - REA n.116817



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.
www.altromercato.it
info@altromercato.it

- Price and incoterms
- Quantities
- Shipping date
- Means of transport
- Notify party
- Shipping agent appointed by Ctm altromercato to arrange the shipment
- Port/airport of departure

4.4 Pre-shipment Samples (i paragrafi 4.4 e 4.5 saranno inseriti in contratto solo qualora si chieda dei campioni preshipment)

XX days before each shipment, the Trade Partner will send a pre-shipment sample to XXXXXXXXX. The sample must be representative of the quality of the goods.

Ctm altromercato will analyse the sample and, according to the quality specifications mutually agreed upon, will approve or reject the lot ready for shipment.

The shipping costs for the sample will be charged on the Trade Partner.

The approval of the preshipment sample does not bind Ctm altromercato to accept the goods; Ctm altromercato will check the quality of the goods upon arrival.

4.5 If the quality of a pre-shipment sample is not in conformity with the standards and/or the technical specifications provided by Ctm, the Trade Partner will send new samples from a different lot.

5. Payments and advance funding (pre-financing) (opzionale)

5.1 XX% of the value of the this contract will be credited to the Trade Partner within XX days from the receipt of confirmation of the purchasing contract.

5.2 An interest rate of xx% is requested on pre-financing, to be paid until the date of the Bill of Lading.

5.3 (forma standard) The balance payment will be paid after the goods have been tested and approved by Ctm altromercato or a delegated control agency

5.4 Nel paragrafo 5.4 sarà specificata la forma di saldo concordata con il produttore.

5.5 Any difference from the agreement may cause delays in payments and/or the application of the penalties mentioned in this contract.

6. Penalties

6.1 Shipment cancellation (after confirmation of the Purchasing Contract)

a.) If cancellation is requested by Ctm altromercato, the partner will retain the pre-financing as partial payment for following orders; moreover, no additional interest will be paid on the pre-financing. Concerning the value of the goods: if the Partner sells the goods at the same price as the one agreed upon with Ctm altromercato, the problem is solved; if the goods are sold at a lower price, Ctm altromercato may be requested to pay 100% of the difference with respect to the price agreed upon; if the Partner is not be able to sell all or part of the cancelled shipment, Ctm altromercato and the Trade Partner will make a mutual attempt to find a solution together.

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi n. 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

3



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.

www.altromercato.it
info@altromercato.it

b.) In the event cancellation is requested by the Trade Partner due to a demonstrable shortfall in production (e.g due to climatic reasons or force majeure) or quality, both Ctm altromercato and the Trade Partner are affected. In this case the balance payment is not due and Ctm altromercato will consider the pre-financing already paid as a part of payment for following Purchasing Contracts and will not request any payment of interest.

c.) If cancellation is requested by the Trade Partner for other reasons (e.g. because the same Partner has already sold the goods to other customers), the fact constitutes breach of the Purchasing Contract. As a consequence, the balance payment is not due; Ctm altromercato may request reimbursement of prefinancing and may decide to reduce and/or suspend the Purchasing Contract until termination of the commercial relationship. Ctm altromercato may request compensation for the economic damages caused by failure to make delivery.

6.2 Delays in shipment (following confirmation of the Purchasing Contract)

6.2.1 In the event a delay is requested by Ctm altromercato, the partner will not be required to pay interest on the pre-financing for the period of extension of the shipping schedule;

6.2.2 If the delay is due to a demonstrable shortfall in production (e.g due to climatic reasons or force majeure), no penalty will be charged to the partner;

6.2.3 If the delay is due to the Trade Partner, they may be required to pay interest on the pre-financing until the date of delivery; moreover,

6.2.3.1 Ctm altromercato will apply a penalty of **XX%** to the FOB price for each week of delay, starting from the **XXth** week after the established shipping date and up to a maximum of 10% of the value of the goods; Ctm altromercato will charge the Trade Partner the costs for faster carriers in order to reduce the delay.

6.2.3.2 Prior to shipment, Ctm altromercato may refuse delivery of goods whose delay in delivery may prevent Ctm altromercato from selling them.

7. Quality terms

The Trade Partner guarantees that the quality of the goods corresponds to the standards and/or technical specifications attached to this contract.

7.1 The Trade Partner will inform Ctm altromercato by fax or e-mail, as soon as they come to the knowledge of any change in the characteristics of the products as established by the technical specifications and, in any case, prior to delivery of the goods. In this case, Ctm altromercato may refuse or accept the goods and/or renegotiate the price. Additionally, the reply must be sent by fax or e-mail.

7.2 The Trade Partner is responsible for the effects (loss of value of the goods, health problems for the final consumer) due to goods that are not in conformity with the technical specifications. In the event of legal prosecution against Ctm altromercato pursuant to European legislation, due to the importation of dangerous goods, and in the event such goods are sold to Ctm altromercato by the partner in disrespect of the agreed quality standards, Ctm altromercato will consider the partner responsible for all the image, credibility and economical damages. Ctm altromercato will assess the damages and request a financial reimbursement based on the pertinent expenses.

7.3 Ctm altromercato will inform the Trade Partner if the products do not correspond to the reference-samples.

Ctm altromercato may reduce the FOB price to claim compensation for inadequate quality or extra costs due to corrective actions undertaken.

If the goods cannot be sold by Ctm altromercato the balance payment is not due and the advance funds for those goods will be deducted from the pre-financing of successive orders.

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi n. 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

4

Iscrizione Registro Imprese di Bolzano e n. Partita IVA: 01337600215 - REA n.116817



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.
www.altromercato.it
info@altromercato.it

The Trade Partner has the right to return of the goods back at their own expense. If the product is labelled with trademarks, the terms for rendering of the goods must be agreed upon with Ctm altromercato to ensure that commercialisation of the goods will not damage Ctm altromercato.

8. Origin of the products

The goods must come exclusively from the Trade Partner's direct cultivation or from producers or groups of producers groups approved by Ctm altromercato. The Trade Partner will request permission from Ctm altromercato for any change of origin.

Any unauthorised change in the origin of the products will affect the image and credibility of Ctm altromercato and the fair trade movement; therefore any change of origin, if not approved in written form by Ctm altromercato, will be cause for rejection of the goods, will have serious consequences and could even be cause for termination of the commercial relationship with the Trade Partner.

The Trade Partner must decide upon the disposal or destination of the rejected goods. Possible transportation and waste disposal costs must be defrayed by the Trade Partner.

The Trade Partner will draw up a self-certification as a guarantee of the origin of the products for each order.

9. Packaging

Both the packaging for shipment of raw materials and the boxes with manufactured items (to be sold directly to the final consumer without any adjustment by Ctm altromercato) must be in conformity with the technical specifications referred in this contract.

9.1 In any case, the Trade Partner must guarantee that appropriate packaging will be provided for the conservation, transportation and handling of the products.

9.2 The Trade Partner is responsible for extra costs caused by insufficient, inadequate or erroneous packaging and for the extra costs caused by a improper loading of the container. The incidental loss of the damaged goods and contingent costs for re-handling will be deducted from the balance payment.

10. Documents

The following original documents must be sent in triplicate to Ctm altromercato by express courier at the moment of their issue:

- Bill of lading (for shipments by sea) or Air Way Bill (for shipments by air)
- Form A or Eur 1
- Commercial invoice
- Packing list (showing the production lots)
- Phytosanitary certification

10.1 For the first transaction the Trade Partner will send Ctm altromercato the Bank Instructions with their account number. Any change must be communicated immediately.

10.2 The Trade Partner is requested to send the Invoice and the Packing List by fax two days before the shipment.

10.3 The Trade Partner is responsible for extra costs caused by incomplete, incorrect, or late documentation.

10.4 The Trade partner will send to Ctm altromercato a copy of the possible analyses performed on the products listed in the contract.

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi n. 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

5



Consorzio Ctm altromercato Soc. Coop.

www.altromercato.it

info@altromercato.it

10.5 (il paragrafo 10.5 dovrà essere inserito solo se le merci in ordine sono bio) Together with the above mentioned documents, the Trade Partner will send Ctm Altromercato a copy of the application form for Organic Certification sent to the Authority or Certification Body. Any change in the Organic Auditing Authority must be approved by Ctm altromercato.

11. Law and legal matters

11.1 This agreement is subject to Italian law.

11.2 All legal matters fall within the jurisdiction of the Italian court of Verona.

Attachments to this contract

The quality standards and description of the goods are listed in the attachments, which are inseparable parts of this contract.

Read, accepted and signed

Verona XXth.XX.20XX

(Consorzio Ctm altromercato soc. coop.)

(Catholic Diocese of Meru - NGWP)

Ctm altromercato
Sede legale
Via Crispi n. 9
39100 Bolzano
Tel. 0471.941194
Fax 0471.977599

Ctm altromercato
Sede operativa
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8222600
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Ass. BdM/ clienti e Show Room
Via Francia 1/C
37135 Verona
Tel. 045.8008081
Fax 045.8008020

Ctm altromercato
Magazzino
Via F. Busoni 25 – loc
Vallese
37050 Oppeano (Vr)
Fax 045.6983651

6

Iscrizione Registro Imprese di Bolzano e n. Partita IVA: 01337600215 - REA n.116817

BIBLIOGRAFIA

Abdelgawad W., *Le commerce équitable et la société civile internationale: Une chance pour la mondialisation d'un droit de l'économie solidaire*, in *Revue Internationale de Droit Économique*, 2003.

Abdelgawad W., *Point de vue. La reconnaissance du commerce équitable en droit français : une victoire pour la société civile internationale ?* in *Revue Internationale de Droit Economique* 2007/4, t. XXI, 4, pp. 471 e ss.

Afnor, *Commerce équitable – Les trois principes du commerce équitable – Les critères applicables à la démarche du commerce équitable*, AC X50-340, gennaio 2006, 8.

Antonioni, *Le Comunicazioni della Commissione europea e atti amministrativi nazionali*, Milano, 2000.

Baranes A., Manes L., Sensi R., Tricarico A., a cura di, *Tutte le bugie de libero commercio*, Milano, Consorzio Altra Economia, 2005.

Barbetta G. P., *Il commercio equo e solidale. Analisi e valutazione di un nuovo modello di sviluppo*, Working paper n. 3, *Il commercio equo e solidale in Italia*, Università Cattolica del Sacro Cuore, Centro di ricerche sulla cooperazione, Milano, 2006.

Barca A., *Il Convegno Genovese su Il contratto nell'Unione europea*, 2003 ne *I Contratti*, 2002.

Bruni L., *Una radicale critica all'homo oeconomicus, l'uomo senza qualità*, in *Nuova umanità* XXVII (2005/2).

BverfG, 19 ottobre 1993, in *NGCC*, 1995, I.

“*Charte québécoise des droits et libertés de la personne*” (1975).

“*Charte canadienne des droits et libertés*” (1982).

Camilletti, *Profili del problema dell’equilibrio contrattuale*, Milano 2004.

Caranta R., *Giustizia amministrativa e diritto comunitario*, Napoli, 1992.

Carta Europea dei Criteri del commercio equo e solidale in www.agces.org.

Carta Italiana dei Criteri del commercio equo e solidale in www.agces.org.

Charpentier E., *Les fondaments théoriques de la transformation du rôle de l’équilibre des prestations contractuelles*, in *Les Chaiers de Droit*, 2004.

Collins H., *La giustizia contrattuale in Europa* in *Giustizia sociale e mercato nel diritto europeo dei contratti*, A. Somma (a cura di), Torino, 2007.

Comunicazione della Commissione al Consiglio sul “*commercio equo e solidale*”, COM (1999) 619, del 29 novembre 1999.

Comunicazione della Commissione al Consiglio ed al Parlamento Europeo del 12/02/2004 “*Catene di prodotti agricoli di base, dipendenza e povertà*”.

Comunicazione della Commissione Europea “*Aid for trade strategy*” del 4/4/07.

Comunicazione della Commissione (2007) 158 “*Da Monterrey al consenso europeo in materia di sviluppo: il rispetto degli impegni assunti*” in GU C181 del 3/08/2007.

Comunicazione della Commissione (2007) 163 “*Onorare le promesse dell’Europa per quanto riguarda il finanziamento dello sviluppo*”, in GU C181 del 3/08/2007.

Comunicazione della Commissione (2007) 164 “*Verso una strategia dell’UE in materia di atti al commercio – il contributo della Commissione*”, in GU C181 del 3/08/2007.

Altre comunicazioni:

COM(2001) 416, 18/07/2001 *“Promozione delle norme fondamentali del lavoro e miglioramento della governante sociale nel quadro della globalizzazione”*.

COM(2005) 134, 12/04/2005 *“Coerenza delle politiche per lo sviluppo. Accelerare i progressi verso la realizzazione degli obiettivi di sviluppo del millennio”*.

COM(2007) 72 (GU C 181 del 3.8.2007)

COM(2007) 242 (GU C 181 del 3.8.2007)

COM(2007) 349 (GU C 191 del 17.8.2007)

COM(2007) 545 (GU C 4 del 9.1.2008)

COM(2007) 540

COM(2007) 642

COM(2007) 643

Convenzione sui diritti del fanciullo, New York 20/11/1989 resa esecutiva con L. 176/1991.

Cuming D. e pubblicato da *L'Union des consommateurs* dal titolo *“Commerce équitable: batir des règles de marché claires pour les consommateurs”*, Montréal (Québec), Juin 2002.

D.lgs. n.155 del 24 marzo 2006, *Disciplina dell'impresa sociale a norma della legge 13 giugno 2005, n.118*.

D.lgs n.163 del 12/04/06 *“Codice dei contratti pubblici relativi a lavori servili e familiari”* in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2008/18/CE.

De Vergottini G., *Note sugli atti normativi ed amministrativi dell'ordinamento comunitario europeo*, in *Riv. Trim. dir. Pubblico*, 1964.

Decreto del Ministro delle attività produttive del 30/12/2005 “*Regimi derogatori ai criteri per la definizione della prevalenza di cui all’art. 2513 del Cod. Civ.*” pubblicato in G.U. n. 20 del 25 gennaio 2006.

Deglise F., *Á quand l’appellation équitable? Le concept équitable n’a pas encore trouvé sa place dans les instances réglementaires des pays où il se proméne*, in *Le Devoir (de Montréal)* 7 giugno 2003 B1.

Disegno di l. n.1694/2002 “*Delega al governo per il riordino del turismo termale, venatorio, sportivo, religioso, naturalistico, nonché del commercio equo e solidale*”.

Disegno di l. n.3091/2004 “*Norme a favore del commercio equo e solidale*”.

Disegno di l. n.2728 dell’8/3/2005 “*Riorganizzazione della cooperazione allo sviluppo*”.

Disegno di l. n.1828/2006 “*Disposizioni per la promozione del commercio equo e solidale*”.

Fridell G., *Fair Trade Coffee. The Prospects and Pitfalls of Market-Driven Social Justice*, Toronto, 2007.

Gervais J.P., *Les personnes morale set la Charte canadienne des droits et libertès*, in *R. D. McGill*, 1993.

Greco G., *Sentenze della Corte e comunicazioni della Commissione: un’ulteriore fonte di obblighi e di poteri amministrativi per gli Stati membri*, in *Riv. It. dir. pubbl. com.* 1992.

Interrogazioni parlamentari dell’on. L. Vecchi, E-3862/97 del 5/12/97 in GUCE C223 del 17/07/1998 ed E-3611/98 del 3/12/98 in GUCE C182 del 28/06/1999 e dell’on. R. Fassa, E-794/99 del 6/04/99 in GUCE C370 del 21/12/99.

Jacquiau J., *Les coulisses du commerce équitable, mensonges et vérités sur un petit business qui monte*, in *Mille et une nuits*, Paris, 2006.

“*Loi canadienne sur la concurrence*” in L.R.C. (1985) ch C-34.

“*Loi sur l’emballage et l’étiquetage des produits de consommation*” in L.R.C. (1985) ch C-38.

“*Loi sur les aliments et drogues*” in L.R.C. (1985) ch F-27.

“*Loi sur les marques de commerce*” in L.R.C. (1985) ch T-13.

“*Loi québécoise sur les appellations réservées*” in L.R.Q., c. A -20.02.

“*Loi n.882/05 de 2 août 2005*” in *J.O. n.179 du 3 août 2005*, 12639.

“*Loi sur le développement durable*”, Québec 2006.

“*Ley 30/2007 de contratos en el sector público*”, in *BOE n.261 del 31/10/2007*.

L. Regione Toscana del 23/02/2005 n.37 “*Disposizioni per il sostegno alla diffusione del commercio equo e solidale in Toscana*”.

L. Regione Friuli Venezia Giulia del 5/12/2005 n.29 art. 26 “*Normativa organica in materia di attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande. Modifica alla l.r. 16/01/2002 n.2*”.

L. Regione Abruzzo del 28/03/2006 n.7 “*Disposizioni per la diffusione del commercio equo e solidale in Abruzzo*”.

L. Regione Umbria del 06/02/2007 n.3 “*Diffusione del commercio equo e solidale in Umbria*”.

L. Regione Liguria del 13/08/2007 n.32 “*Disciplina e interventi per lo sviluppo del commercio equo e solidale in Liguria*”.

L. Regione Marche del 29/04/2008 n.8 “*Interventi di sostegno e promozione del commercio equo e solidale*” in BUR Marche n.44 del 30/4/08.

La Porta U., *Globalizzazione e diritto. Regole giuridiche e norme di legge nell’economia globale. Un saggio sulla libertà di scambio e sui suoi limiti*, Napoli, 2005.

Lanzillo, *Regole nel mercato e congruità nello scambio*, in *Contratto e impresa*, 1985.

L. del 26 febbraio 1987, n. 49 sulla *Nuova disciplina della Cooperazione dell’Italia con i Paesi in via di sviluppo*, in G.U. 28/02/1987.

L. regionale n.105 del 14/12/1989 “*Svolgimento di attività di cooperazione allo sviluppo nei paesi in via di sviluppo da parte della regione Abruzzo*” in BUR Abruzzo n.44 del 27/12/1989.

L. regionale n.28 del 14/04/1997 “*Disciplina delle attività di promozione economica delle risorse toscane e di supporto al processo di internazionalizzazione nei settori produttivi dell’agricoltura, artigianato, piccola e media impresa industriale e turismo*” in BUR Toscana n.18, parte I, del 21/04/1997.

L. n.24 del 6/08/1997 “*Provvedimenti diretti alla promozione a allo sviluppo della cooperazione*” in BUR Umbria n.38 del 13/08/97.

L. n.17 del 27/03/1999 “*Interventi per la promozione dell’attività di cooperazione e partenariato internazionale a livello regionale e locale*” in BUR Toscana n.9 del 31/03/99.

L. n.26 del 27/10/1999 “*Interventi regionali per la promozione della cooperazione internazionale allo sviluppo e della solidarietà tra i popoli*” in BUR Umbria n.57 del 3/11/99.

L. n.55 del 16/12/1999 “*Interventi regionali per la promozione dei diritti umani, la cultura della pace, la cooperazione allo sviluppo e la solidarietà*” in BUR Veneto n.40/1999.

Maniaci V.A., *Il Convegno Milanese su Il contratto nell’Unione europea*, ne *I Contratti*, 2002.

Marini, *Ingiustizia dello scambio e lesione contrattuale*, in *Riv. crit. dir. priv.* ,1986.

Mazeaud D., *Loyauté, solidarité, fraternité: la nouvelle devise contractuelle?*, in *Mélanges Terré F.*, Paris, 1999.

Mengozi, *Il diritto della Comunità Europea*, in *Tratt. dir. comm. e pubbl. econ.*, vol. XV, Padova, 1990.

Mozione n.10 del 1995 “*Sul commercio equo e solidale tra Nord e Sud*” in BUR Marche n.82 del 9/11/1995.

Nota della Commissione sul Commercio Alternativo (1994).

Perlingieri P., *Mercato, solidarietà e diritti umani*, in *Rassegna di diritto civile* 1/95 Saggi.

Progetto di l. Regione Lombardia n.128/06 “*Interventi regionali a favore del commercio equo e solidale*”.

Progetto di l. Regione Veneto n.191/06 “*Interventi regionali a favore del commercio equo e solidale per valorizzare produzioni, tradizioni e culture nei paesi in via di sviluppo*”.

Progetto di l. Regione Veneto n.203/06 “*Interventi in materia di promozione sostegno del commercio equo e solidale nella regione Veneto*”.

Progetto di l. Regione Piemonte n.466/07 “*Disposizioni per la diffusione del commercio equo e solidale*”.

Progetto di l. Regione Piemonte n.479/07 “*Sostegno alle organizzazioni di commercio equo e solidale*”.

“*Proposición no de ley para el fomento del comercio justo y el consumo responsable*” in BOCG. Congreso de los diputados, serie D, n. 600, de 14 de septiembre 2007.

“*Proposition de loi visant à promouvoir un commerce international équitable entre Nord et le Sud*” publiée in www.assemblee-nationale.fr.

Proposta di legge n.3892 del 14/04/2003 presentata alla Camera dei Deputati “*Disposizioni per favorire lo sviluppo sostenibile, incentivare il commercio equo e solidale e promuovere la responsabilità sociale delle imprese*”.

Proposta di l. n.4130 del 02/07/2003“*Delega al Governo in materia di fiscalità etica e di promozione dello sviluppo sostenibile*).

Proposta di l. n.3021 dell’ 8/3/2005 “*Disciplina della cooperazione allo sviluppo equo e sostenibile*”.

Rapporto UNCTAD (2002), “*Least developed countries-escaping from the poverty trap*”.

Rapporto Morgantini su Commercio e Sviluppo (2003).

Recommendation report “*Regulation of Fair Trade products: Calls for a National Definition of Fair trade*” (Wells S., aprile 2007).

Risoluzione del Parlamento Europeo 8/10/1991 (A3-228/91) in GUCE C280 del 28/10/1991.

Risoluzione del Parlamento Europeo del 19/1/94 “*La promozione del commercio equo e solidale tra Nord e Sud*”.

Risoluzione del Parlamento Europeo del 15/05/1997 sull’etichettatura sociale.

Risoluzione del Parlamento Europeo del 2/10/1997.

Risoluzione del Parlamento Europeo (A4-0198/98) in Guce C226 del 20/07/1998.

Risoluzione del Parlamento Europeo del 06/06/2006 (2005/2245 INI).

Risoluzione del Parlamento Europeo del 13/03/2007 (2006/2133 INI).

Rossi Carleo L., *Diritto del mercato, diritto per il mercato o diritto per i soggetti del mercato?*, in *Rassegna di diritto civile*, 4/92/Saggi.

Schlesinger P., *I mercati neri*, in *Riv. Dir. Civ.*, 1999, I.

Schlesinger P., *Mercati, diritto privato, valori*, ivi, 2004, II.

Sciarrone Alibrandi A., *Quali norme per il commercio equo e solidale?*, Working paper n.4, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 2006.

Sondaggio “Eurobarometro 1997 – atteggiamenti dei consumatori UE nei confronti delle banane fair trade”.

Stiglitz J. E., *La globalizzazione e i suoi oppositori*, Torino, Einaudi, 2002.

Strozzi G., *Il sistema normativo*, in AA. VV., *Trattato di diritto amministrativo europeo*, parte generale, Milano, 1983.

Tolone S., *L'ordine della legge ed il mercato*, Torino, 2003.

Tremblay A. e Desjardins M.C., *Le commerce équitable au Québec*, in *Revue juridique des étudiants et étudiantes de L'Université Laval*, 17 R.J.E.U.L.(2003-2004).

Tremblay A. e Desjardins M.C., *Des produits vraiment équitables? Réflexions sur l'opportunité d'un encadrement juridique des produits équitables au Canada* in *JSDLP(McGill International Journal of Sustainable Development Law and Policy)* Vol. 3, Issue 2, 2007.

Tremblay A. e Desjardins M.C., *L'encadrement juridique du commerce équitable: un aperçu des avenues possibles*, in *Production et consommation durables: de la gouvernance au consommateur-cytoien*, Colloque International 18, 19 et 20 septembre 2008 Organisé par le Centre d'études en droit économique de la Faculté de droit de l'Université Laval, Editions Yvon Blais.

Vettori G., *Autonomia privata e contratto giusto* in *Riv. Dir. Priv.* 1/2000.

Volpe F., *La giustizia contrattuale tra autonomia e mercato*, Napoli, 2004.

Weisbrot M., Baker D., Rosnick D., *The scorecard on development. 25 years of diminished progress*, Centre for Economic and Policy Research, Washington, 2005.

Sitografia

www.agices.org.

www.altromercato.it.

www.unctad.org.

www.regione.liguria.it

<http://www.ico.org/asp/display3.asp>.

<http://www.fairtradenet/sites/products/coffee/markets.html>

www.tenthousandvillages.com

www.equiterre.org

www.tranfair.ca

www.levelground.com

www.thimothys.com

www.multatuli.ca

www.secondcup.com

www.starbuks.com

www.codev.org

www.internet.net/worldcom/fairtrade.htm

www.pistoladnburnes.com

www.terracaf.ca

www.island.net/stevecar

www.ifat.org

www.fairtrade.net/

www.transfair.it

www.equo.it

www.efta.int/

www.fair-trade.ca/en/index.php?i=faqs

<http://www.transfair.ca/fr/mediauniversitaires/communiqués/10.2.6/>

www.gouv.qc.ca/portail/quebec/international/italie/quebec/valeurs/solidarite/action_internationale/

http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/tm/tm_main-e.html

http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/help/faq_tm-f.html

<http://lois.justice.gc.ca/fr/f-27/5001.html>

<http://www.inspection.gc.ca/francais/bureau/labeti/guide/guidéf.shtml>

<http://lois.justice.gc.ca/fr/C-34/index.html>

<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ct01250f.html>

<http://lois.justice.gc.ca/en/C-34/30583.html>

www.assemblee-nationale.fr

http://www.caqbio.org/francais/loi_appellationreservee.htm

<http://www.agr.gouv.qc.ca/info/cpresse/97124.htm>

<http://www.agr.gouv.qc.ca/info/discoursm/dm29196.htm>

<http://www.agr.gouv.qc.ca/info/discoursm/dm041296.htm>

<http://www.caqbio.org/francais/reservationappellationhtml.htm#Introduction>

<http://www.caqbio.org/francais/programmecontroleimport.htm>