

La strada per la sostenibilità è sempre più lastricata di multinazionali e buone intenzioni. O strategie d'immagine. L'etico, l'equo, l'ambiente sono nicchie di mercato che fanno gola anche ai giganti, oppure un modo per risciacquarsi i vestiti macchiati d'ingiustizia. In queste pagine presentiamo alcuni casi di grandi aziende che cercano di unire all'etica il proprio brand, con obiettivi e risultati diversi. Fenomeno da tenere d'occhio: positivo se mette in moto comportamenti “socialmente responsabili”, ma a rischio di creare confusione tra i consumatori. Com'è accaduto di recente per il “caffè sostenibile” di Kraft, per esempio: prodotto da piantagioni colombiane gestite in modo sostenibile dal punto di vista ambientale, come certificato dall'ong Rainforest Alliance. L'iniziativa ha però sollevato le proteste dell'inglese Fairtrade Foundation: “C'è il rischio -ha dichiarato il direttore Ian Bretman al quotidiano Daily Telegraph- che venga percepito come prodotto di commercio equo dai consumatori”.

Banane “etiche” col bollino blu? Lo crede possibile “Gdweek”, settimanale per operatori della grande distribuzione italiana che a novembre ha assegnato a Chiquita l'Ethic Award per la categoria “Personale e processi interni”. Il premio -organizzato con Kpmg Consulting Business Advisory Services (nota società di consulenza e revisione contabile)- è andato alla multinazionale di Cincinnati per la responsabilità d'impresa: “Per il forte impegno di ‘grande rispetto’ adoperato a livello mondiale per superare il passato, attraverso diverse modifiche strutturali”, con particolare riferimento alla certificazione Sa 8000 ricevuta da sue piantagioni in Costa Rica, Colombia e Panama. Nella giuria del premio anche tre “volti noti” del commercio equo: Paolo Brichetti, direttore di Ctm Altrmercato, Paolo Pastore, direttore di Transfair Italia, e Teresa Pecchini per l'Associazione Botteghe del mondo. A loro chiediamo spiegazioni su un premio che ci ha lasciati molto perplessi. E in effetti è stato negativo il voto dei primi due: “A fronte di un processo in atto da parte di Chiquita -conferma Brichetti- permangono grossi problemi e discrepanze rispetto a quanto l'azienda comunica, come confermano soprattutto i sindacati locali”. E ci si interroga sul senso di premi simili. Fa eco Paolo Pastore: “Il nostro giudizio su Chiquita resta sospeso. Vogliamo vedere se l'azienda andrà avanti o se si tratta soltanto di una boutade pubblicitaria”. Teresa Pecchini invece ha deciso di premiare l'iniziativa: “Tra i candidati -dice- il progetto di Chiquita era il migliore. È importante riconoscere lo sforzo che un colosso del genere sta facendo”.

Ma vediamo come la pensa **Alistair Smith**, coordinatore di Banana Link, organizzazione britannica tra le più impegnate nella difesa dei diritti dei lavoratori bananieri, e parte del coordinamento europeo Euroban. “Firmare un accordo -dice Smith- è un primo passo, ma non basta”.

Quindi il tuo giudizio sul premio a Chiquita è negativo?

“Chiquita è stata premiata da poco anche nel Regno Unito, ma dev'essere chiaro a tutti che questa non è una compagnia angelica. Nonostante sia la più sindacalizzata nel suo settore e tra quelle che hanno fatto qualche limitato sforzo per migliorare l'impatto ambientale delle piantagioni, c'è ancora un lavoro enorme da fare perché Chiquita possa essere considerata una compagnia etica. Chiquita dovrebbe fare attenzione a dare fiato alle proprie trombe, finché chi lavora per lei in Guatemala, Nicaragua e Costa Rica vivrà in condizioni così povere e riceverà un salario tanto basso (meno di un euro al giorno in Nicaragua)”.

L'azienda ha anche firmato un accordo con Colsiba, il coordinamento dei sindacati bananieri latinoamericani.

“Chiquita può giustamente andar fiera dei passi fatti e di aver firmato l'accordo sui diritti dei lavoratori con i sindacati latinoamericani e con il sindacato internazionale luf. Uno sforzo del genere è molto più importante di tanti altri, è un modello che altre aziende dovrebbero imitare con urgenza se vogliono evitare continue denunce pubbliche qui al Nord, cioè nei loro mercati chiave. Ma firmare una bozza d'accordo è solo un primo passo: quel che importa davvero è poi mettere in pratica le belle parole. E questo può accadere soltanto se i sindacati locali sono abbastanza forti per dialogare alla pari con Chiquita”.

E per quanto riguarda la Sa 8000?

“Non abbiamo fiducia nelle società private di certificazione che si occupano della Sa 8000 per le grandi compagnie bananiere. Finché società come Sgs, Bvqi e Intertek marginalizzeranno le opinioni dei sindacati che operano nelle zone dove vengono effettuate le verifiche, le compagnie bananiere non saranno in grado di ‘vendere’ le certificazioni al vero consumatore critico. Su questo fronte stiamo lavorando duramente anche per educare i buyer dei supermercati. Se i rivenditori chiedessero seriamente il rispetto delle convenzioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro (Ilo) da parte dei propri fornitori, le certificazioni private

sarebbero inutili. Ci opponiamo alla strisciante privatizzazione di quelli che dovrebbero essere standard pubblici. L'lo esiste ancora: dovremmo cercare di migliorarne l'efficienza piuttosto che screditare l'organizzazione dicendo che non funziona. L'lo sarà sempre meno in grado di funzionare se la società civile e le aziende continueranno a insistere che gli standard di iniziativa privata sono l'unica via da percorrere".

Un altro fronte è quello ambientale. Anche qui Chiquita ha ottenuto la "certificazione" verde dell'ong Rainforest Alliance.

"Chiquita è molto più avanti degli altri giganti del settore nell'organizzazione di relazioni strutturate con i sindacati, ma come in quest'ambito permangono troppi problemi e ingiustizie economiche perché possa ricevere un premio, lo stesso vale per l'impatto ambientale. È chiaro che la certificazione di Rainforest Alliance è meglio che niente, ma l'uso di pesticidi sta ancora uccidendo le persone e danneggiando l'ambiente nelle piantagioni di Chiquita e nelle altre piantagioni bananiere. Rainforest Alliance spinge l'azienda a migliorare, ma esistono limiti oggettivi per una monocoltura che dipende in modo così massiccio dai prodotti chimici".

Esistono altre multinazionali bananiere interessate a una maggiore sostenibilità?

"Dole è nel board di Social Accountability International (Sai, l'organizzazione da cui la Sa 8000 dipende, ndr), ma ripeto, serve un coinvolgimento più serio dei sindacati prima che i lavoratori possano trarre un qualsiasi beneficio pratico dalle certificazioni rilasciate alle aziende agricole per le quali lavorano".

Chi è, invece, sulla lista nera?

"Del Monte e Noboa, che credono di potere restare nel commercio bananiere senza cambiare nulla delle condizioni disumane in cui tengono la maggior parte dei loro lavoratori".

Da tempo si parla di multinazionali interessate al commercio equo, di una loro possibile iscrizione ai registri di Flo, l'organismo di certificazione internazionale del fair trade. Ma una multinazionale equa è possibile?

"Alcuni importatori equi sono già multinazionali in senso stretto, perché hanno sedi in diversi Paesi, per cui il dibattito è un po' difficile. Dole inoltre è coinvolta nel trasporto di banane biologiche e certificate fair trade dal Perù. Il rischio è che queste compagnie -inclusi i supermercati attraverso cui vendono la frutta- usino le banane del commercio equo solo come uno specchietto, per coprire il modo in cui trattano il 99% dei loro fornitori nel mondo".

Come si devono muovere i consumatori?

"Devono pretendere dai supermercati trasparenza lungo tutta la catena di approvvigionamento e prezzi giusti per i fornitori, così che anche i lavoratori delle piantagioni possano guadagnare salari dignitosi".

@@

Bananiere di tutto il mondo unitevi, a Bruxelles

"Fermare la competizione dal basso": è il titolo della "Conferenza bananiere internazionale" in programma dal 28 al 30 aprile 2005 a Bruxelles, organizzata da sindacati bananieri, produttori e attivisti. Tra questi anche Euroban, rappresentata per l'Italia da Ctm Altromercato. È prevista la partecipazione di catene della grande distribuzione e di associazioni dei consumatori.

I temi caldi: dalle condizioni di lavoro al degrado ambientale provocato dalle piantagioni. Ma l'argomento più delicato sarà quello delle quote di importazione in Unione Europea, che prevedono una tariffa unica di 230 euro la tonnellata sulle banane in ingresso, cifra considerata troppo alta dagli esportatori latinoamericani (i più grandi al mondo). Le quote di importazione sono state decise dall'Ue per "tutelare" le proprie ex-colonie in Asia, Caraibi e Pacifico (Acp), che hanno produzioni bananiere più ridotte e meno competitive sul mercato.

Cari amici delle Botteghe del Mondo,

ci sono fatti che riguardano le multinazionali e la responsabilità sociale d'impresa che devono farci drizzare le orecchie perchè aprono un dibattito ampio e non scontato all'interno del nostro mondo.

Da sempre sosteniamo l'importanza delle pratiche del commercio equo per influenzare i comportamenti delle imprese e delle istituzioni.

Oggi però ci troviamo di fronte ad un paradosso che abbiamo contribuito a costruire e che rischia di mettere in discussione la capacità del commercio equo e solidale di spostare gli equilibri e modificare le regole. E' storia nota ma ripercorriamola brevemente: il 17 gennaio del 2005 la Chiquita Brands annuncia il raggiungimento della certificazione SA8000 per il 100% delle sue piantagioni in America Latina. Ciò significa che le aziende agricole situate a Panama, in Costa Rica, Guatemala e Honduras rispettano, secondo quanto verificato da ispettori indipendenti (almeno nominalmente), gli standard sociali basati sulle principali convenzioni internazionali e dell'OIL; una dichiarazione di rispetto dei diritti basilari e di non discriminazione. Un passo avanti, senza dubbio.

Facendo ancora un salto indietro, nel novembre del 2004, sempre la Chiquita riceve in Italia l'Ethic Award; si tratta di un premio istituito dal Gdoweeek, settimanale per operatori della grande distribuzione italiana, che gli viene conferito per la categoria "personale e processi interni". La multinazionale aveva anche ottenuto la certificazione verde dalla Rainforest Alliance, ong che certifica le produzioni sostenibili.

Un altro passo avanti, senza dubbio.

Fino a questo punto assistiamo alla storia di un'impresa multinazionale diabolica che ad un certo punto decide di diventare responsabile e comincia un percorso di miglioramento attraverso gli strumenti disponibili sul mercato per certificare la "conversione" e riabilitare immagine e prodotti presso i consumatori e i decision-makers.

Tutto bene, anche se non dobbiamo dimenticare la limitatezza intrinseca di strumenti di monitoraggio e certificazione privati finanziati dalle imprese stesse; e non dobbiamo nemmeno dimenticare che tali certificazioni attestano il miglioramento di processi organizzativi e produttivi a livelli che in realtà sono di poco superiori alla sussistenza e ci dicono una cosa sola: che l'impresa si impegna a non violare i diritti fondamentali; non è poco (se ciò è vero) ma non è sufficiente per definirsi etici.

L'ultimo tassello, quello amaro, di questa storia è che tra pochi mesi, la Chiquita Brands potrebbe ricevere l'ennesima certificazione: quella di FLO.

E questo non è un passo avanti, per quanto ci riguarda.

L'avanzamento sul piano della responsabilità sociale da parte delle imprese multinazionali, frutto anche di mutamenti sostanziali delle regole del gioco che vedono i consumatori e le istituzioni giocare un ruolo cruciale di pressione e influenza, è un fatto positivo sul quale vigilare.

Ci sfugge invece il senso ed il beneficio nel permettere a Chiquita di vendere banane che possono a tutti gli effetti dirsi eque e solidali.

Forse per permettere la definitiva saldatura tra giganti della produzione e giganti della distribuzione che potranno somministrare a milioni di consumatori prodotti etici ed equi, aumentando ancora il loro fatturato e mettendo definitivamente fuori gioco i piccoli produttori e tutte quelle realtà portatrici di un altro modo di fare impresa e mercato?

Forse per regalare quote di mercato etico faticosamente conquistate a chi ha grande potere comunicativo e di lobbying affinché possa migliorare il suo posizionamento commerciale e politico per poter ritornare ad abbassare la guardia sui diritti?

Forse per permettere alle grandi corporation di accedere al mercato pubblico e di competere con gli attori dell'economia solidale per l'attribuzione delle forniture di servizi e beni locali?

O forse perchè si sta smarrendo il senso profondo di un'esperienza che non nasce per regolare e tutelare i mercati ma per mettere al centro relazioni basate sulla giustizia e sull'equità?

Noi crediamo che il commercio equo abbia un compito preciso che parte dalla capacità di confrontarsi in autonomia con la politica e con il mercato; crediamo che si tratti di un compito difficile che necessita di un movimento composito ma forte e soprattutto in grado di definire una propria identità chiara ed inequivocabile. Se i poteri forti del mercato cominciano a fare il nostro mestiere, loro sicuramente ci guadagnano e noi sicuramente abbiamo un problema, un grande problema.

A meno che questa non diventi l'occasione per alzare il tiro e per rivendicare nuovi spazi di cittadinanza e cambiamento, ridefinendo la nostra identità senza margini di ambiguità.

Per fare questo occorre innanzitutto confrontarsi a livello di movimento italiano per continuare a costruire percorsi e alleanze che rafforzano le economie alternative nei territori, presso gli enti locali, i governi e i consumatori.

Ma occorre anche agire collettivamente per arginare i danni derivanti da scelte che aumenterebbero ulteriormente lo strapotere dei colossi del mercato contro gli interessi della società civile globale: per esempio decidendo tutti insieme che in Italia la Chiquita potrà vendere le sue banane "etiche" ma senza il marchio equo e solidale.

Il "caso" Chiquita

La posizione di TransFair Italia

Carissimi amici del Commercio equo, a seguito delle sollecitazioni e informazioni che ci vengono richieste da più parte sulla vicenda "certificazione banane Chiquita" vi inviamo alcune precisazioni e la posizione ufficiale (inviata a FLO nello scorso mese di gennaio e ribadita nei numerosi contatti precedenti e successivi ed in tutte le sedi istituzionali) di TransFair Italia.

- Per quanto riguarda la richiesta di chiarimenti sugli standard di certificazione FLO vi segnaliamo che questi sono pubblici, disponibili sul sito www.fairtrade.net, per tutti i prodotti certificati/certificabili, e quindi anche per le banane. Se può essere utile, siamo a disposizione per approfondirne alcuni aspetti.

- Tali standards riguardano sia i piccoli produttori associati in cooperativa/associazione, sia, soprattutto per alcuni prodotti nuovi (banane, ananas, palloni) le piantagioni o situazioni il cui le caratteristiche del commercio equo vengono applicate al lavoro dipendente e salariato.

- Il problema che si pone sul mercato delle banane è legato ad alcuni fattori di criticità, in particolare le shipping lines che trasportano il prodotto sono per il 99 % in capo alle famose "cinque sorelle" od a loro partecipate o legate in varie forme societarie e/o controllate (Dole, Del Monte Chiquita, Fyffes e Noboa) e per entrare nel mercato UE, almeno fino al 2006 si devono fare i conti con le "quote" che anche in questo caso sono controllate per la maggior parte da questi soggetti.

- Alcuni di questi già da tempo (es. Fyffes e Dole) forniscono prestazioni logistiche a Cooperative e/o Produttori di Commercio equo (su richiesta degli stessi) per fare giungere banane di questi produttori sul mercato europeo, garantendo trasporto, maturazione e confezionamento. Tali servizi non impegnano il marchio specifico, ma si configurano come prestazioni appunto di trasporto e/o logistica e sono le stesse cooperative di produttori a scegliere (ad esempio dal Perù l'unica shipping lines utilizzabile per alcuni trasporti è di Dole.).

- Il sistema del Fairtrade si trova dunque in questa situazione di scomodo interlocutore di questi soggetti, c'è anche da pensare che se li si ha convinti ad accettare di cedere quote sul fronte delle banane eque vuol dire che una piccola battaglia è stata vinta.

- Per quello che riguarda in specifico Chiquita la situazione è la seguente:

- Chiquita ha concorso e vinto nei mesi scorsi in Italia l' Ethic Award, per i processi adottati nei suoi siti produttivi, nella giuria, composta da 20 soggetti (da ONG, ad ACU a Sodalitas, etc..) sono stati presenti 3 soggetti di Commercio Equo, TransFair Italia, CTM, ed Assobotteghe. TransFair e CTM, pur apprezzando gli sforzi di Chiquita (che ha siglato degli accordi sindacali, ha migliorato alcuni aspetti produttivi etc..) hanno dichiarato la loro contrarietà al premio a Chiquita, ritenendo prematuro parlare di conversione della azienda, La rappresentanza di AssoBDM si è espressa a favore di Ethic Award a Chiquita, tale situazione è stata evidenziata anche nelle dichiarazioni pubblicate sul periodico Altraeconomia di Gennaio 2005.

- All'interno di FLO, il Consorzio Internazionale di certificazione di cui noi facciamo parte, esistono posizioni diverse (ad esempio la visione anglosassone sul tema non è la nostra), comunque il comitato di certificazione ha espresso nel febbraio scorso una indicazione sulla non opportunità di certificare piantagioni di grandi aziende multinazionali, a scapito delle altre realtà minori del Commercio Equo.

- Pur con questa indicazione e su insistente richiesta di TransFair USA, è stata effettuata una visita di ispezione in un sito produttivo di Chiquita, già certificato SA8000, da cui è emerso che per la certificazione Fairtrade, sono ancora necessarie significative modifiche.

- FLO in tale contesto analizzerà e discuterà i risultati anche nel prossimo incontro dei suoi membri, a cui parteciperanno anche rappresentanti dei produttori delle varie aree.

- Il Consiglio di Amministrazione di TransFair Italia ritiene comunque che non ci siano le condizioni per lavorare con queste aziende e quindi reputa non opportuno concedere il marchio Fairtrade a Chiquita. Ha comunicato tale decisione a FLO negli scorsi mesi ed ha rifiutato la firma di un eventuale memorandum in quanto ritiene che attualmente la crescita del Commercio Equo non passi attraverso accordi con queste aziende.

Visto il messaggio di TRANSFAIR ho deciso di scrivere due righe di chiarimento sulla questione Ciquita, almeno per quel che mi riguarda, e precisamente circa la giuria dell'Ethic Award, di cui facevo parte.

Preciso che il mio coinvolgimento in detta giuria è stato a titolo totalmente personale. L'ASSOCIAZIONE BOTTEGHE, al cui interno comunque non ho alcun ruolo istituzionale da oltre un anno, non è stata contattata da chi ha organizzato il premio, mentre sono stata contattata a titolo personale dato che in passato avevo partecipato a seminari organizzati da loro.

Se confusione c'è stata me ne scuso ma ho ben precisato a loro e in sede di giuria che parlavo a titolo personale, e chi era presente lo sa bene.

Credo comunque che il progetto di Ciquita fosse davvero un bel progetto e quello che si valutava in quella sede erano i singoli progetti e non l'azienda in quanto tale. D'altra parte in quel contesto la maggior parte dei progetti venivano da realtà molto lontane da noi e dal nostro modo di intendere il "commercio".

Nei giorni precedenti la riunione della giuria ho riflettuto a lungo sui progetti che dovevamo valutare e ne ho parlato anche con i miei bimbi e vi dico, come ho detto in giuria, ciò che Sara mi ha detto (loro non hanno mai mangiato banane ciquita ed è un argomento di cui in casa si parla spesso) lo sai mamma x loro deve essere difficile riuscire a fare una cosa bene e allora bisogna aiutarli a rifarla.... è come per me stare brava a scuola se ci riesco vale di più che se ci riesce Natan (che è suo fratello ed è molto più tranquillo).... questo mi ha fatto pensare che forse un riconoscimento dello sforzo che indubbiamente stanno facendo andava fatto.

Se poi qualcuno andasse a vedere gli altri progetti presentati in quella categoria capirebbe.

Senza polemiche ma per chiarezza.

Grazie a tutti

Maria Teresa Pecchini

è nostro desiderio come sempre fare chiarezza ed evidenziare come assobotteghe fin da subito abbia richiesto rettifica della notizia non veritiera pubblicata dagli organi di stampa e sia estranea alla vicenda in oggetto.

spedito a altraeconomia il 20 gennaio scorso.

Alcuni organi di stampa hanno pubblicato la notizia riguardante la partecipazione al comitato del premio in oggetto.

Il CDA precisa che nessuno ha partecipato al progetto in rappresentanza di Assobotteghe; pertanto s'invitano gli organi in questione a rettificare la notizia.

Si precisa inoltre che eventuali figure presenti nel comitato e già coinvolte con il passato CDA lo hanno fatto a titolo personale.

Andrea Reina

Presidente

risposta immediata

grazie per la segnalazione, anche se sono stati gli organizzatori stessi del premio a indicare teresa pecchini come rappresentante di assobotteghe. di qui l'equivoco.

saluti,

davide

oggi:

Cari amici,

il Consiglio di Amministrazione dell'Associazione Botteghe del mondo Italia vi chiede cortesemente di pubblicare sul prossimo numero della vostra rivista una smentita riguardante l'articolo da voi pubblicato sul numero di gennaio dal titolo "Chiquita etica. Possibile? Sì a parole" di Davide Musso.

Voi scrivete che Teresa Pecchini era presente nella giuria " per l'Associazione Botteghe del mondo", ma lo fate erroneamente perchè lei era stata invitata come singola persona ed era presente come tale. Non ci rappresentava in alcun modo, non essendo stata invitata come nostra rappresentante e non avendo avuto da noi nessuna delega.

Vi ringraziamo per la gentilezza. Cari saluti,

il cda di Assobotteghe

tutto quanto per la massima trasparenza che il cda ha sempre dimostrato

Cari amici e amiche della lista bdm,
ho potuto leggere le riflessioni uscite sulla "questone Chiquita".

Come alcuni di voi sanno, mi sto occupando di banane per CTM altromercato dal convegno di Genova nel 2000, a cui invitammo l'allora segretario generale dei sindacati latinoamericani, G.Bermudez, diversi rappresentanti delle organizzazioni di difesa dei diritti umani e ambientali del settore (BananaLink, Bananawatch, UsLeap) e rappresentante della Dole Europa, l'unica multinazionale che aveva voluto intervenire.

A partire da allora abbiamo partecipato attivamente agli incontri ed alle campagne di "Euroban" la rete europea delle organizzazioni sociali e dei sindacati in difesa dei braccianti e dei produttori del settore.

In questo ambito, abbiamo potuto acquisire in modo graduale sempre maggiori informazioni rispetto alla situazione dei diritti nelle grandi piantagioni in centro e sudamerica, alle strategie di difesa delle multinazionali (codici di condotta volontari ecc.) ma anche alle criticità sollevate dai sindacati rispetto al fair trade di FLO ed alle debolezze strutturali dell'organismo di certificazione fair trade.

Già un anno fa, nella riunione tenutasi a Berlino l'11 marzo 2004, avevamo trattato il tema del fair trade e delle grandi piantagioni, poi ripreso nella riunione di Copenhagen del 27 settembre 2004.

Da allora in più occasioni ci siamo impegnati come CTM altromercato su quella che ritenevamo fosse la priorità d'azione: coinvolgere il mondo del Fair trade a livello internazionale e nazionale su quanto stava accadendo.

Paradossalmente, nel settore in cui il fair trade è riuscito ad incidere maggiormente ed a "sfidare" più direttamente il mercato tradizionale, ciò è accaduto con una scarsa consapevolezza e presenza delle organizzazioni di commercio equo (solo 4 organizzazioni fair trade, Banafair-Twin Trading- Oxfam Belgio e CTM altromercato sono coinvolte nelle campagne e nel commercio equo di banane). Per questo abbiamo fornito a più riprese informazioni alle organizzazioni "esterne" al movimento fair trade (sindacati e ong) perchè firmassero con noi una lettera rivolta a IFAT, NEWS, EFTA e FLO; in questa lettera denunciavamo i rischi che sta correndo la credibilità del commercio equo tutto (anche di quello che non si occupa direttamente di banane) a causa di decisioni che ci sembra stia assumendo l'organismo di certificazione a livello internazionale FLO rispetto alla presenza nei registri dei produttori certificati di grandi piantagioni non sindacalizzate e, più recentemente, dell'entrata in questi registri delle piantagioni di multinazionali (non ancora ufficiale, mentre è già acquisita la loro presenza nei registri come "trader").

Parallelamente siamo intervenuti a livello nazionale in Agices (G. Dal Fiume) per sollecitare attenzione a questi temi.

La risposta di IFAT non si è fatta attendere: alla prossima assemblea di Quito sarà organizzato un workshop su questo tema, ed il consiglio direttivo di IFAT si è detto interessato ad svolgere un seminario di confronto con FLO-News-Efta per discutere delle possibili ricadute di un'entrata delle multinazionali. Anche News ha affrontato questo tema nel recente incontro di Lisbona.

In data 9 marzo, in assenza di informazioni ufficiali sull'entrata di Chiquita nel registro FLO, abbiamo incontrato (come rete EUROBAN) il direttore Simon Pare e il presidente Luuk Zonnerveld, oltre al resp. di Transfair USA. In quella occasione abbiamo sollecitato FLO ad attendere un confronto aperto con il movimento del commercio equo e solidale prima di procedere con certificazioni che potrebbero incidere significativamente nei prossimi anni di fair trade, impattando negativamente sulla priorità tradizionale dei piccoli produttori svantaggiati.

Se da un lato sembra esserci una consapevolezza dei dirigenti di FLO di non poter decidere il futuro del fair trade senza coinvolgere il movimento delle Ato's e quindi ci si dice disponibili ad incontri di confronto sul tema, dall'altro ci sono segnali preoccupanti di posizioni rigide già assunte da alcune organizzazioni di certificazione nazionali (Usa e Svizzera) e voci di corridoio su decisioni già assunte dai gruppi di lavoro interni a FLO.

Insomma, sembrano esserci ormai "due velocità" e le due anime del commercio equo - l'organizzazione di certificazione di prodotto FLO e le organizzazioni di commercio equo - sembrano destinate a non concordare una linea di sviluppo comune del fair trade su temi così importanti. Va detto che Transfair Italia ha assunto in queste settimane una posizione distinta rispetto alle politiche che sembrano emergere da FLO a livello internazionale.

Come CTM altromercato procediamo comunque nella nostra azione:

- a) il prossimo 7 maggio, nell'ambito della campagna di CTM altromercato "Diritti che parlano", torneremo ancora una volta a parlare di diritti nelle piantagioni di banane in occasione di un

convegno che si terrà a Genova (a Palazzo Ducale, nella sala che fu "occupata" dai G8 nel 2001), così come già successo nel 2000 alla presenza dei principali soggetti coinvolti.

- b) Questa volta sembra essere stata confermata anche la presenza di Chiquita, con il suo direttore senior G.Jaksch
- c) Stiamo insistendo per organizzare un seminario partecipato da numerose organizzazioni (e quindi non solo dai rappresentanti del board di "FINE") che rifletta sull'evoluzione del commercio equo e sul ruolo delle certificazioni in questo.
- d) Tutto questo in un clima di informazioni parziali che ci sembra contrasti con la tradizionale trasparenza di informazione e democraticità nei processi decisionali che ha sempre caratterizzato il fair trade.