

▼ MIBTEL ▼ MIB30 ▼ S&P/MIB ▼ ALL-STARS	-0,38%	-1,23%	-1,28%	-1,10%
▼ LONDRA ▼ PARIGI ▼ ZURIGO ▼ FRANCOFORTE	-1,79%	-1,53%	-1,89%	-0,79%
▼ NASDAQ ▼ DOW JONES ▼ S&P500	-1,32%	-1,16%	-0,81%	

Borsa chiusa | Borsa aperta

Dati ritardati di 20 min. **Tempo reale: Acquista - Entra** Cerca  Azioni Milano

- [Borsa Italiana](#) | [Borse Estere](#) | [News](#) | [Fondi](#) | [Obbligazioni](#) | [Valute](#) | [Petrolio](#)

Tutte | [Repubblica.it](#) | [Agi](#) | [Teleborsa](#) | [Kataweb](#) | [Altre testate](#)

### Nel 2007 balzo dell'equo e solidale +35% grazie ai supermercati



Alcuni prodotti del commercio equo e solidale

ROMA - Non più solo prodotti etnici per un regalo esotico, foulard di seta e oggetti artigianali spesso molto belli ma anche costosi. Il commercio equo e solidale è costituito anche da ottimi prodotti a prezzo concorrenziale, soprattutto alimentari e di abbigliamento, prodotti che da diversi anni si stanno facendo spazio anche tra gli scaffali dei supermercati, circostanza che ne ha permesso una diffusione a tassi accelerati. E' proprio grazie agli accordi con la grande distribuzione che a poco a poco il commercio equo e solidale sta emergendo dalla posizione di nicchia per "consumatori di buona volontà" alla quale sembrava condannato, perlomeno in Italia. E' quanto emerge da dati e analisi presentati tra ieri e oggi a Terra Futura 2008, mostra-

convegno internazionale delle buone pratiche di sostenibilità, alla Fortezza Da Basso di Firenze. Un appuntamento per riflettere sullo stato dell'arte dell'economia 'alternativa': la finanza etica, il microcredito, l'architettura sostenibile, le energie rinnovabili.

E il commercio equo e solidale nel 2007 ha attraversato una fase di grande sviluppo. Infatti le vendite dei prodotti certificati Fairtrade (il marchio di garanzia del commercio equo e solidale) sono cresciute del 35%, grazie soprattutto agli accordi attuati nell'ultimo trimestre con le catene Auchan, Lidl e Dico. Che si affiancano a quelli di più antica data: la Coop per esempio ha messo in vendita il primo caffè dal commercio equo e solidale nel 1995, per poi arrivare a una vera e propria linea certificata nel 2003, con una trentina di prodotti. Una ulteriore spinta alla diffusione dei prodotti alimentari certificati Fairtrade è venuta dagli accordi con le mense pubbliche e i servizi di ristorazione.

Più vendite per biscotti, frutta e tè. A crescere, con vendite più che triplicate, sono soprattutto biscotti e snack. Benissimo anche la frutta fresca (banane ma anche arance, proposte fuori stagione) e quella secca, con un miniboom di noci dell'Amazzonia e arachidi. Abbastanza bene anche il tè, con un +36%, seguito da caffè e cacao (per entrambi +23%) e cioccolato (+9%). Consistente arretramento per il miele (-18%). Anche sull'abbigliamento ai prodotti più raffinati si affiancano da qualche tempo linee a buon mercato, proposte con successo dalla grande distribuzione, in particolare jeans, ma anche vere e proprie linee maschili e femminili.

Le Botteghe e i supermercati. "Il commercio equo e solidale rappresenta ancora una nicchia di mercato - ammette Adriano Poletti, amministratore delegato e past president di Fairtrade Italia - saremo più o meno al 6%, costituito per il 50% dalle vendite delle Botteghe del Mondo e per il 50% da quelle dei supermercati. Sono due canali separati che hanno entrambi ottime prospettive di sviluppo, anche se la grande distribuzione ha dalla sua i grandi numeri. Ma le Botteghe del Mondo a questo possono opporre le caratteristiche dei negozi di quartiere: il rapporto privilegiato con i clienti e anche con i produttori. Nel tempo è probabile che nelle prime troveranno sempre più spazio i prodotti artigianali. Mentre nei supermercati il nostro sforzo sarà quello di essere presenti in un numero sempre maggiore di punti vendita con prodotti di ottima qualità ma anche di buon prezzo. Il nostro obiettivo primario è che il prezzo sia equo per il produttore, ma per una ampia diffusione nella grande distribuzione deve essere equo naturalmente anche per i consumatori, considerato che spesso si tratta di famiglie con figli che vivono con 1.500 euro al mese".

Le garanzie del marchio. Fairtrade Italia è un consorzio senza scopo di lucro costituito da organismi che operano nella cooperazione internazionale, nella solidarietà e nel commercio equo e solidale, nato nel 1994 per diffondere nella grande distribuzione i prodotti del mercato equo. Fa parte di FLO (Fair Trade Labelling Organizations), il coordinamento internazionale dei marchi di garanzia, insieme ad altri 20 marchi che operano in Europa, Stati Uniti, Canada e Giappone. Il marchio Fairtrade garantisce che i prodotti certificati, tanto quelli che si trovano al supermercato quanto quelli delle Botteghe del Mondo (che però vendono anche un gran numero di prodotti artigianali, acquistati da produttori che spesso conoscono e sostengono personalmente), "siano stati lavorati senza causare sfruttamento e povertà nei Paesi in via di sviluppo". Obiettivo principale del commercio equo e solidale è quello dello "sviluppo sostenibile

- Home Economia & Finanza
- Home Borsa e finanza
- Analisi
- Listino
- Portafoglio
- Comunicati societari
- Prospetti ISVAP
- Glossario

**25/05/2008 ore 18:52**

- Utente registrato
- Utente Extra
- Nuovo utente
- Dati personali

**IL BLOG DI GIUSEPPE TURANI**

- Gli Speciali Economia**
- ↳ Assicurazioni
  - Casa
  - Vita
  - Lavoro
  - Viaggio
  - Auto e moto
  - ↳ Energia
  - Nuove fonti di energia
  - ↳ Servizi bancari
  - Carte di credito
  - Risparmio gestito
  - Credito al consumo

nei Paesi produttori, attraverso l'offerta di migliori condizioni di scambio e assicurando i diritti dei produttori e dei lavoratori svantaggiati".

Nel 2007 una crescita mondiale del 47%. La crescita registrata in Italia nel 2007, per quanto consistente, è inferiore a quella globale: nel mondo infatti l'anno scorso le vendite dei prodotti del commercio equo e solidale sono aumentate del 47%. I consumatori hanno speso 2,3 miliardi di euro in prodotti certificati **Fairtrade**, che sono andati a vantaggio di oltre un milione e mezzo di produttori e lavoratori in 58 Paesi in via di sviluppo. In particolare, le vendite di succhi di frutta sono quadruplicate, lo zucchero ha raddoppiato e le banane sono cresciute del 72%. Le vendite di caffè sono aumentate del 19%.

In testa Svezia e Norvegia. Una forte crescita si è registrata anche per i prodotti in cotone, dall'ovatta ai jeans agli asciugamani: sono stati venduti oltre 14 milioni di capi. I Paesi che hanno registrato il maggiore incremento delle vendite di prodotti **Fairtrade** sono Svezia (+166%), Norvegia (109%), Gran Bretagna (+72%) e Stati Uniti (+46%). Il Paese con il maggiore consumo pro capite di prodotti equi solidali nel mondo è la Svizzera, con una spesa annua di 20,8 euro.

I produttori sperano di crescere ancora. "L'aumento delle vendite è una buona notizia per i nostri membri - commenta Raymond Kimaro, portavoce del Network africano, l'associazione che rappresenta le organizzazioni di produttori africani certificati **Fairtrade** all'interno di Flo - Il **Fairtrade** ci ha dato la possibilità di costruire nuove scuole, di dotarci di acqua potabile e di migliorare le condizioni di salute delle nostre comunità. Tuttavia abbiamo bisogno di altro. La povertà rimane la sfida più grande per i produttori africani. Alcuni gruppi vendono a condizioni **Fairtrade** una percentuale molto piccola della loro produzione. E' cruciale far crescere il mercato **Fairtrade** in modo che questi produttori possano trarne maggiori benefici".

25/05/2008 - 15:31

**Altre news**

**Vai a Repubblica.it**