



COMUNICATO STAMPA

LA VENDITA GLOBALE DEI PRODOTTI FAIRTRADE È AUMENTATA DEL 40%

Pubblicati i dati 2006 di FLO, il Coordinamento internazionale dei marchi di garanzia del commercio equo. Lo scorso anno quasi un milione e mezzo i produttori coinvolti

Bonn, Germania, 25 Luglio 2007

Nel 2006 i consumatori di tutto il mondo hanno speso 1.6 bilioni di euro per l'acquisto di prodotti a marchio Fairtrade: lo sostiene FLO, il coordinamento internazionale dei marchi di garanzia del commercio equo e solidale. Questo aumento del 41% rispetto all'anno precedente ha portato dei vantaggi ad oltre un milione e quattrocentomila produttori e lavoratori del sud del mondo.

Questa straordinaria crescita riguarda varie categorie di prodotti, ma in particolare il cacao, che è aumentato del 93%, il caffè del 53%, il tè del 41% e le banane del 31%. Inoltre i produttori di cotone Fairtrade hanno visto duplicarsi la domanda del loro prodotto in un solo anno.

All'aumento delle vendite corrisponde anche un aumento del numero dei licenziatari (aziende che vendono il prodotto confezionato con marchio Fairtrade). Infatti nel 2006 i licenziatari sono passati da 1514 a 1954, con una particolare dedizione da parte di alcune aziende nel supporto del commercio equo e solidale.

Ad esempio Il supermercato inglese Sainsbury ha annunciato lo scorso dicembre la conversione dell'intera gamma di banane con banane Fairtrade. Un'altra catena inglese, Mark & Spencer, risponde al desiderio dei suoi clienti di poter fare acquisti etici convertendo l'intera gamma di tè e caffè in prodotti a marchio Fairtrade (aprile 2006). La catena Dunkin Donuts ha adottato una politica Fairtrade per il 100% del caffè venduto in America del Nord e in Europa. Nel settembre 2006 Insomnia Coffee Company in Irlanda ha annunciato che il caffè servito nei punti vendita di tutto il paese sarà cento per cento Fairtrade. Scandic and Hilton, una delle più importanti catene di hotel della Svezia, ha annunciato in ottobre che convertirà tutto il suo caffè in caffè Fairtrade.

Gli standard Fairtrade assicurano contratti a lungo termine e rapporti duraturi tra produttori e importatori. Ciò permette ai produttori di organizzarsi per i loro progetti futuri.

Nel corso del 2006 FLO ha stimato che le vendite del caffè a marchio Fairtrade hanno portato alle cooperative all'incirca 41 milioni di euro in più rispetto a ciò che avrebbero ricavato da una vendita al mercato tradizionale.

Nel commercio equo e solidale vi è ancora una grande possibilità di espansione, infatti FLO ha stimato che le cooperative vendono in media a condizioni Fairtrade il 20% della loro produzione totale. FLO e i suoi membri stanno lavorando per



aprire nuovi mercati ed identificare nuove opportunità affinché i produttori in futuro riescano a vendere una percentuale più alta della loro produzione al circuito Fairtrade.

Alcuni esempi:

Canada

Nel 2006 sono stati introdotti nuovi prodotti certificati fairtrade come caffè, tè, zucchero e cacao, nella più grande catena canadese di supermercati, tra cui Costo, Loblaws e Sobey.

Via Rail la rete ferroviaria nazionale a bordo dei suoi treni serve solo caffè fairtrade.

Irlanda

Le vendite del Fairtrade sono aumentate del 75%.

Italia

Nel 2006 sono stati lanciati nuovi prodotti tra cui le rose e i jeans fatti con cotone equo e solidale.

Norvegia

Hanno organizzato una campagna d'arte per promuovere il Fairtrade, il progetto ha portato alla realizzazione di 33 sculture di consumatori che sono state esposte in molti supermercati del paese. Ed hanno riscontrato un ottimo successo.

Svizzera

Le banane certificate fairtrade rappresentano il 55% della vendita totale di banane. Le banane e le rose fairtrade hanno riscontrato successo anche negli acquisti on-line.

Svezia

In Svezia la vendita del Fairtrade è aumentata del 63% per un totale di 16 milioni di euro. Alcune catene svedesi servono solo caffè fairtrade, come "Scandic and Hilton" e "Barista Fair Trade Coffee".

UK

La vendita delle rose fairtrade è aumentata del 46% rispetto al 2006.

Con invito alla pubblicazione

Ufficio stampa Fairtrade Italia

Benedetta Frare

049 8750823

340 9832227

stampa@fairtradeitalia.it

Fairtrade TransFair Italia

È il marchio di certificazione dei prodotti equosolidali. È un consorzio cooperativo costituito da 26 soci attivi nella cooperazione, nel biologico, nell'associazionismo sociale e ambientale. È membro di FLO (Fairtrade labelling organizations international), il coordinamento dei marchi di garanzia presenti in 20 paesi in Europa, Stati Uniti, Canada e Giappone. Fairtrade TransFair Italia attualmente certifica i prodotti di 69 aziende licenziate presenti in 4500 punti vendita della piccola, media e grande distribuzione e 55 gruppi di produttori, con un fatturato al consumo stimato di 35 milioni di euro.