



AZIONI COMUNI

PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE

ANNUAL REPORT 2016



LA VISION DI FAIRTRADE

**UN MONDO IN CUI I TUTTI I
PICCOLI PRODUTTORI POSSANO
GODERE DI CONDIZIONI DI VITA E
MEZZI DI SUSSISTENZA STABILI E
SOSTENIBILI, REALIZZARE LE
PROPRIE POTENZIALITÀ,
DECIDERE DEL PROPRIO FUTURO**



FAIRTRADE IN PRATICA

1

**PREZZI
STABILI**

2

**FAIRTRADE
PREMIUM**

3

**SVILUPPO DI
AGRICOLTORI E
LAVORATORI**



FAIRTRADE COME MARCHIO



FAIRTRADE
CARBON CREDITS™

Gold Standard's expertise in climate security and sustainable development and Fairtrade's strength in producer empowerment, together support vulnerable rural communities in their fight against climate change.



Gold Standard



PARTNERSHIP FORTI CON I PRODUTTORI

DECISION-MAKING

I produttori possiedono il 50% del nostro sistema – questo è vero empowerment!

SERVIZI

Sono presenti sul territorio le Reti dei Produttori con la finalità di organizzare gli agricoltori in cooperative efficaci

SUPPORTO

Visitiamo regolarmente le cooperative per fornire consulenza e supporto

ASSISTENZA

Forniamo accesso a fondi di approvvigionamento, prefinanziamento, facilitazione alle partnership e fondi di assistenza



GOAL 1:

BUILDING BENEFITS FOR SMALLHOLDERS AND WORKERS



Celia Abrego (right), a member of COOBANA in Panama, classifies bananas according to their quality. Alongside coffee and cocoa, bananas are one of the biggest selling Fairtrade products benefiting thousands of small-scale farmers and workers. A new focus on Fairtrade's three largest products will maximize impact and learning in these products that can be applied to other products.

© James Rodriguez

FAIRTRADE PER LE IMPRESE: DUE OPZIONI DI COLLABORAZIONE

Certificazione di prodotto



Strategie di sostenibilità / CSR



GOAL 2:

DEEPENING IMPACT THROUGH SERVICES AND PROGRAMMES

Zeddy Rotich processes cow dung used to produce biogas for her family's cook stove, the remaining by-product will be used to fertilize her coffee bushes. Zeddy is part of the Women in Coffee programme in Kenya, a three-year project to empower women coffee farmers.

CACAO FAIRTRADE – LIVING INCOME

STUDIO SUL REDDITO FAMILIARE DEI PRODUTTORI DI CACAO IN COSTA D'AVORIO

OBIETTIVI

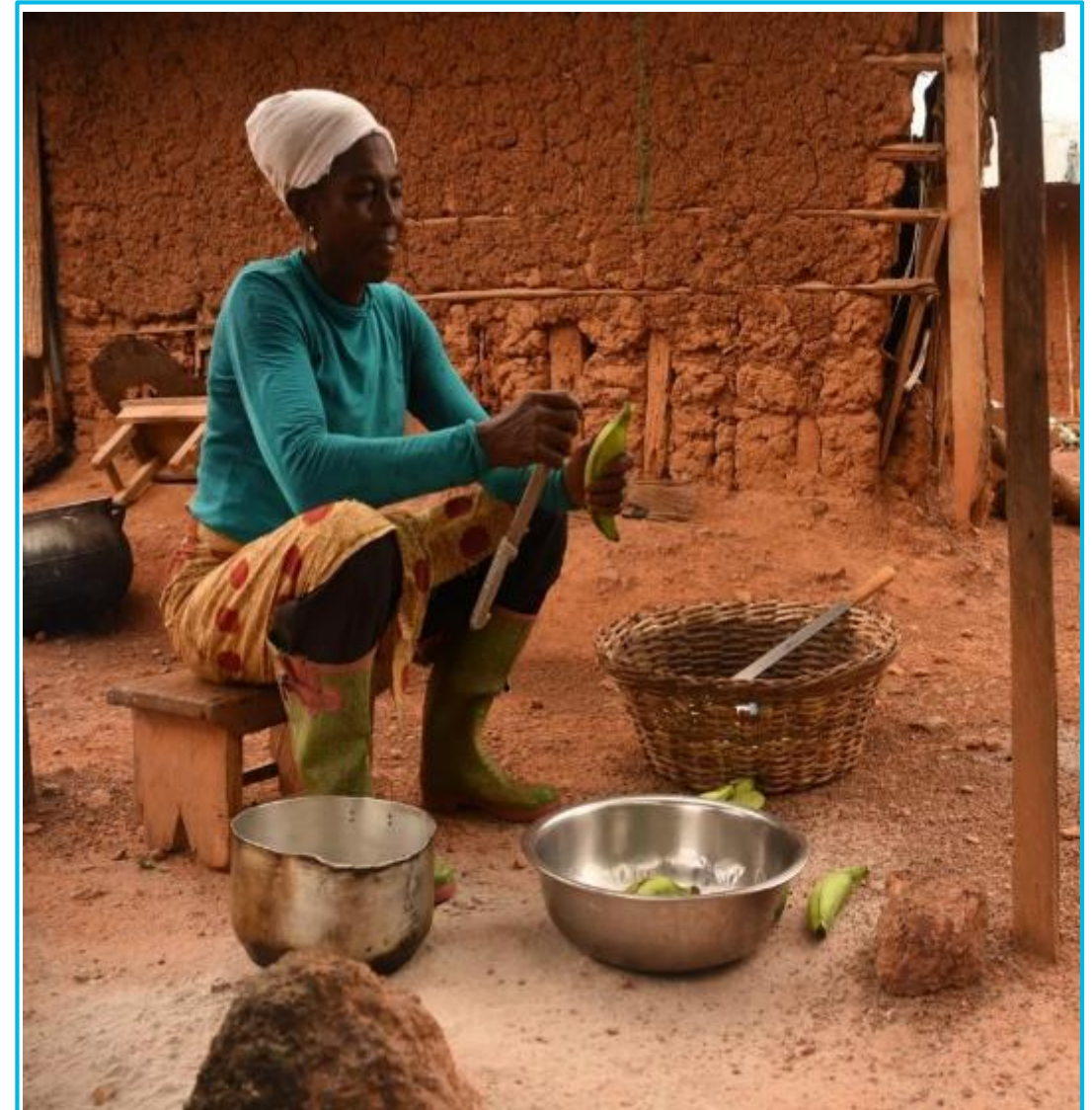
- Ottenere informazioni per analizzare il gap esistente tra reddito vitale minimo e reddito familiare reale
- Comprendere gli elementi chiave del reddito familiare e l'impatto del Fairtrade Premium
- Delineare una strategia di Fairtrade sul reddito dei piccoli produttori di cacao

RICERCA

- 3000 famiglie e 22 cooperative coinvolte
- Misurazione del reddito legato al cacao e non, dell'accesso alla formazione, dei servizi sanitari, della sicurezza alimentare e delle acque, etc.

TEMPI

- Risultati attesi per il Q1 2017



In partnership con



FORMAZIONE E SUPPORTO AI PRODUTTORI

WEST AFRICA COCOA PROGRAM

DOVE E QUANDO

- Progetto pilota nel 2015, esteso nel 2016
- Nel 2017 le SPOs Fairtrade lo implementeranno in Ghana e Costa D'Avorio a supporto di:
 - Miglioramento della conformità agli standard di base Fairtrade
 - Ulteriore support via formazione su temi specifici come GAP, IMS, sviluppo della comunità, gestione della cooperativa

OBIETTIVI

- Rendere le SPOs organizzazioni forti ed economicamente sostenibili, che offrano benefici ai i loro soci attraverso:
 - Analisi dei bisogni
 - definizione dei piani di sviluppo e gestione del premio
 - formazione e coaching

COCOA TEAM

- Nuovo cocoa manager: Anne-Marie Yao
- West Africa team: 7 advisors in CDI, 5 in Ghana



Anne-Marie Yao, nuovo Fairtrade cocoa manager, in Costa d'Avorio e all'ISM di Colonia nel 2015

CACAO FAIRTRADE: WOMEN'S EMPOWERMENT

SCUOLA DI LEADERSHIP IN IN COSTA D'AVORIO A SUPPORTO DELLE DONNE E DELLE NUOVE GENERAZIONI IN AGRICOLTURA

OBIETTIVI

- Migliorare l'equità di genere tramite politiche e pratiche di genere nelle organizzazioni dei produttori
 - Riduzione della povertà, discriminazione e violenza sulle donne
 - Rafforzare le capacità e le conoscenze delle donne in agro-produzione e pratiche commerciali
 - Aumentare la voce e la leadership delle donne all'interno delle cooperative
- Sviluppo della fiducia in se stesse, autostima e resilienza

TEMPI

- Progetto portato a termine con successo nel 2016 in America Latina
- 7 SPOs pianificate in Costa D'Avorio per il 2017



GOAL 3:

BUILDING FAIRTRADE MARKETS



Fair Foods, The Sustainability Store in Bangalore, India is an example of Fairtrade moving beyond its traditional markets. Fairtrade aims to prioritize growth in Brazil and India, two countries that show great potential for Fairtrade sales in producer countries.

© Didier Gentilhomme

I PIÙ IMPORTANTI PRODOTTI E PAESI PRODUTTORI PER IL MERCATO ITALIANO



Banane

- | | |
|-------------------|------------|
| ① Rep. Dominicana | ④ Panama |
| ② Ecuador | ⑤ Colombia |
| ③ Perù | |



Cacao

- | | |
|-------------------|------------------|
| ① Perù | ④ Costa d'Avorio |
| ② Rep. Dominicana | ⑤ Costa Rica |
| ③ Ecuador | ⑥ Ghana |



Caffè

- | | |
|--------------|----------------------|
| ① Perù | ⑨ Brasile |
| ② Honduras | ⑩ Colombia |
| ③ Messico | ⑪ Etiopia |
| ④ Indonesia | ⑫ Guatemala |
| ⑤ Bolivia | ⑬ Papua Nuova Guinea |
| ⑥ India | ⑭ Tanzania |
| ⑦ Nicaragua | ⑮ Uganda |
| ⑧ Costa Rica | ⑯ Vietnam |



Cotone

- | |
|----------------|
| ① India |
| ② Burkina Faso |



Fiori

- | |
|---------|
| ① Kenya |
|---------|



Tè

- | | |
|-------------|-------------|
| ① Sri Lanka | ③ Cina |
| ② India | ④ Sudafrica |



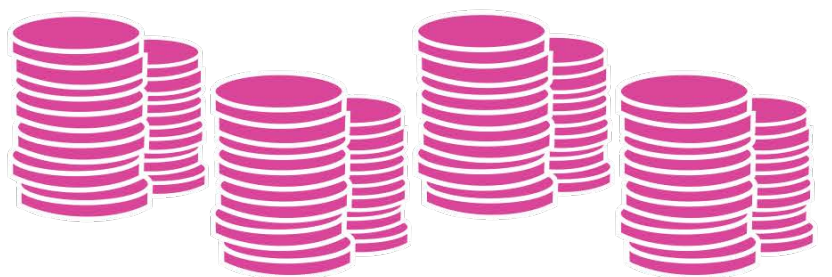
Zucchero di canna

- | | |
|--------------|-------------|
| ① India | ⑥ Belize |
| ② Paraguay | ⑦ Malawi |
| ③ Costa Rica | ⑧ Mauritius |
| ④ Cuba | ⑨ Swaziland |
| ⑤ Perù | |

NEL 2015

€ 138

MILLIONI



L'IMPORTO STIMATO DEL PREMIUM FAIRTRADE PAGATO NEL MONDO



I NUMERI IN ITALIA

I prodotti certificati Fairtrade venduti in Italia sono sempre di più. La parte del leone è sostenuta dalle banane che da sole fanno più del 50% a volume del complessivo dei prodotti. Seguono lo zucchero (sia granulare che utilizzato per i prodotti composti), il cacao e il caffè. Anche Fairtrade Italia, seguendo i trend indicati a livello internazionale, punta a un significativo incremento dei prodotti core che hanno il maggiore impatto per i produttori.

VALORE RETAIL



NEL MONDO 
PIU' DELL'87%
SONO PICCOLI
PRODUTTORI 

VOLUMI 2016 PER PRODOTTO

Prodotti	Totale 2016
Banana	11.021.516
Altra frutta fresca	1.186.207
Frutta secca e disidratata	178.481
Fave di Cacao	833.291
Zucchero di canna granulare	2.428.863
Zucchero di canna usato nei prodotti composti	641.488
Caffè Verde	740.274
Succhi di frutta	919.227
Riso	240.054
Tea	190.854

Nota:

le quantità sono espresse in kg tranne per il succo (in litri)

PREMIUM GENERATO PER I PRINCIPALI PRODOTTI NEL 2016 (IN EURO)

1.304.000



 **BANANE**
559.000

 **CACAO**
152.500

 **CAFFÈ**
301.000

 **ZUCCHERO**
203.500

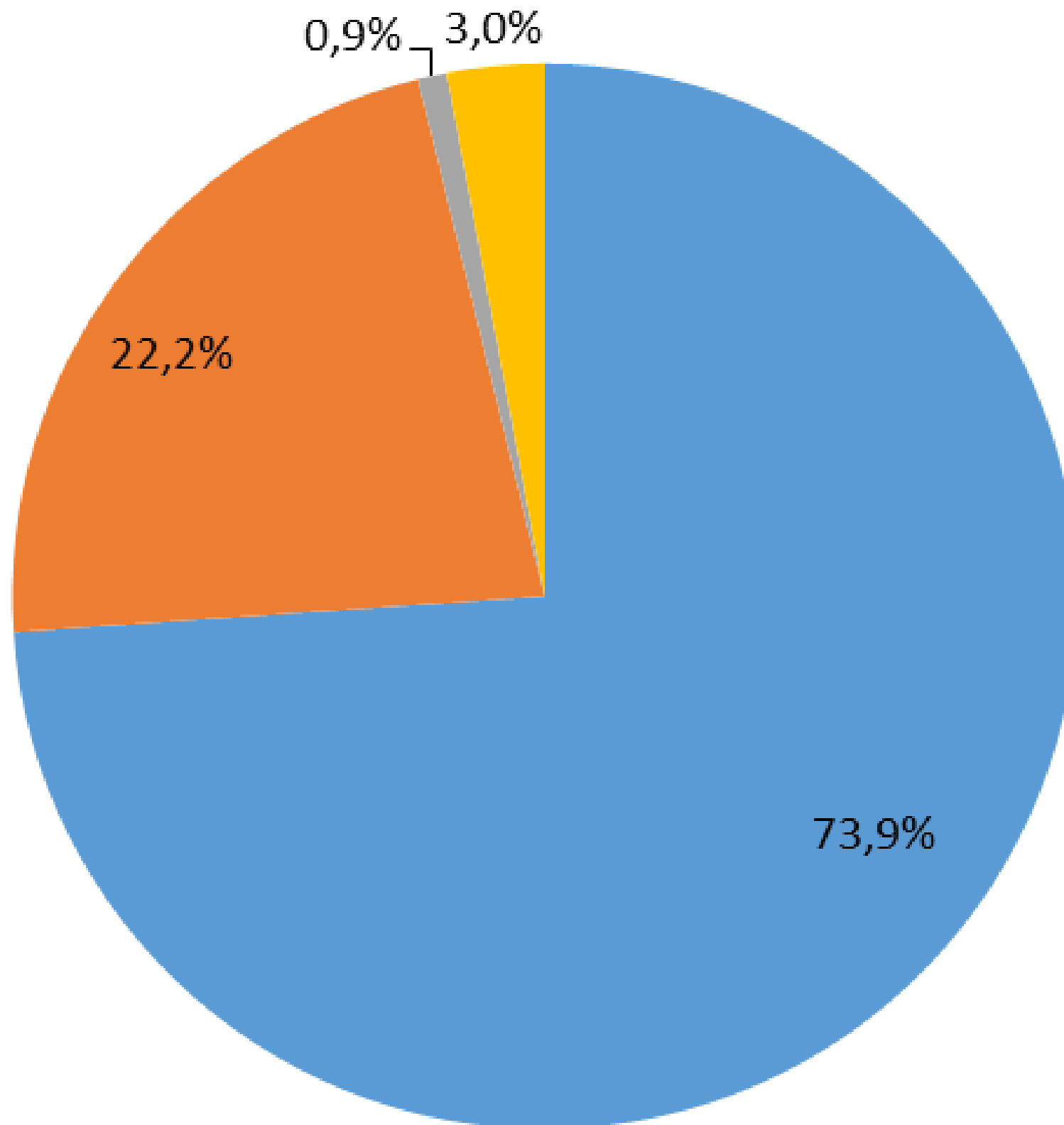
 **TÈ**
88.000

LE RISORSE DI FAIRTRADE ITALIA

FAIRTRADE ITALIA- incidenza percentuale RICAVI 2015 -- VS -- RICAVI 2016

RICAVI	cons. 2016	% sul totale 2016
Ricavi da gestione licenza Marchio – mercato Italiano	1.235.020	73,9%
Ricavi da gestione licenza Marchio – mercati esteri	371.255	22,2%
Raccolta di sponsorizzazioni + Vendita di materiali e servizi	14.632	0,9%
Altri proventi (incl. sopravv. attive e rimanenze finali)	49.286	3,0%
TOTALE RICAVI	1.670.193	

LE RISORSE DI FAIRTRADE ITALIA



PROPORZIONI RICAVI 2016

- Ricavi da gestione licenza Marchio – mercato Italiano
- Ricavi da gestione licenza Marchio – mercati esteri
- Raccolta di sponsorizzazioni + Vendita di materiali e servizi
- Altri proventi (incl. sopravv. attive e rimanenze finali)

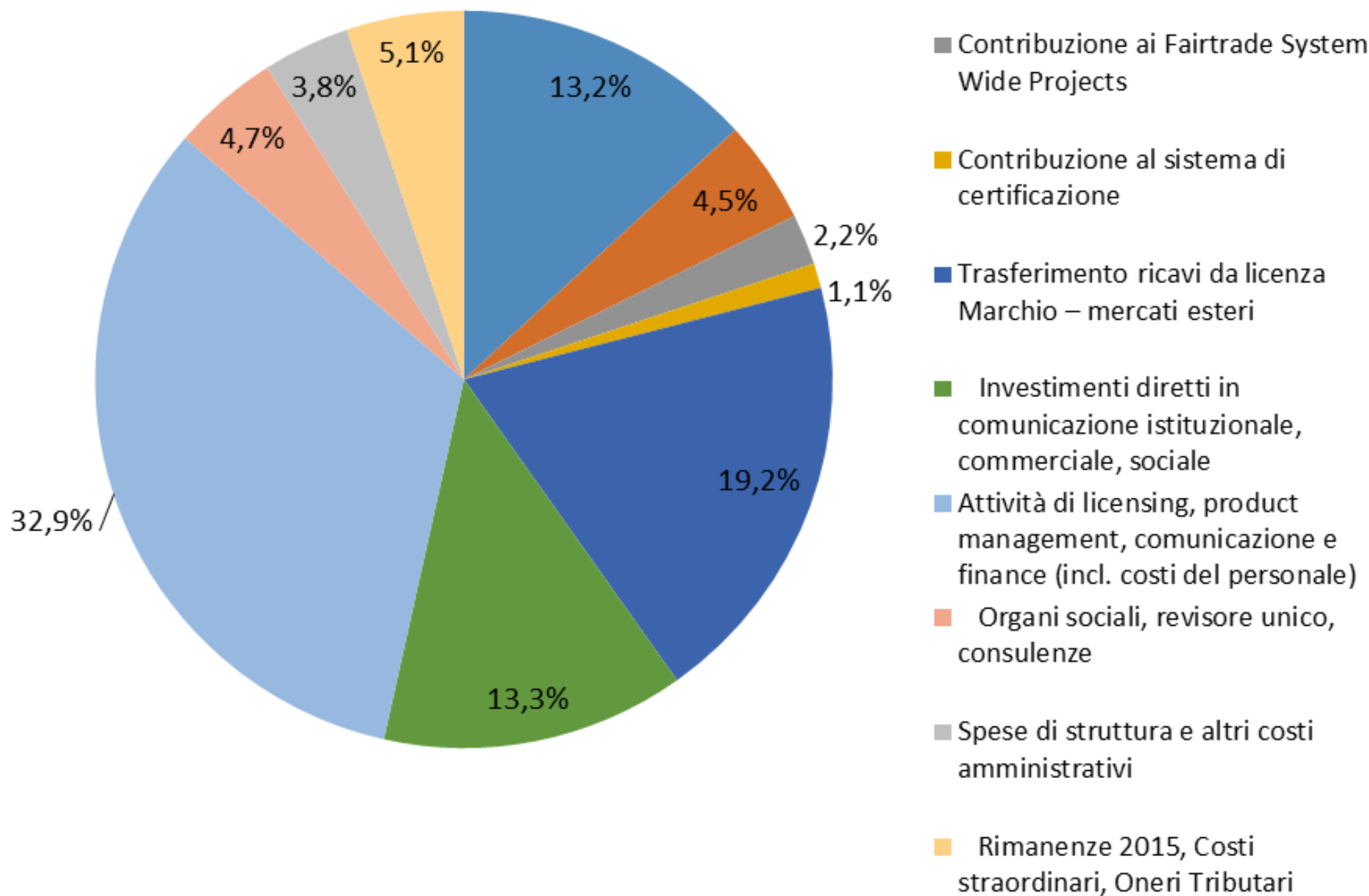
LE RISORSE DI FAIRTRADE ITALIA

FAIRTRADE ITALIA- incidenza percentuale COSTI 2015 -- VS -- COSTI 2016

COSTI	cons. 2016	% sul totale 2016
Contribuzioni a Fairtrade International	211.156	13,2%
Contribuzione ai Networks dei Produttori	72.638	4,5%
Contribuzione ai Fairtrade System Wide Projects	35.650	2,2%
Contribuzione al sistema di certificazione	17.344	1,1%
Trasferimento ricavi da licenza Marchio – mercati esteri	307.799	19,2%
Investimenti diretti in comunicazione istituzionale, commerciale, sociale	213.330	13,3%
Attività di licensing, product management, comunicazione e finance (incl. costi del personale)	527.097	32,9%
Organi sociali, revisore unico, consulenze	75.204	4,7%
Spese di struttura e altri costi amministrativi	61.124	3,8%
Rimanenze 2015, Costi straordinari, Oneri Tributari	82.579	5,1%
TOTALE COSTI	1.603.920	

LE RISORSE DI FAIRTRADE ITALIA

PROPORZIONI COSTI 2016



I SERVIZI OFFERTI DA FAIRTRADE

SVILUPPO DEL MERCATO FAIRTRADE

Fairtrade Italia è responsabile dello sviluppo del mercato dei prodotti certificate Fairtrade nel nostro Paese e con i nostri partner (aziende, retailer e ONG) promuoviamo il movimento e il mercato di tali prodotti.

ESEMPI DI ATTIVITÀ

- Campagne nazionali di Comunicazione
- Sviluppo di relazioni con I retailers
- Collaborazione con le aziende licenziatarie
- Promozione dell'impatto di Fairtrade
- Creazione di relazioni con le ONG/società civile
- Campagne di promozione per prodotti specifici
- Newsletter ai supporter

I SERVIZI OFFERTI DA FAIRTRADE

SUPPORTO DIRETTO ALLE AZIENDE

A ogni licenziatario Fairtrade viene assegnato un account manager che coordina i servizi seguenti:

CERTIFICAZIONE

- Certificazione dei prodotti
- Approvazione di packaging e artwork recanti il marchio
- Assistenza nella rendicontazione

SUPPORTO AL PUNTO VENDITA

- Accesso ai materiali promozionali
- Fornitura di grafiche per la produzione di propri materiali e approvazione degli stessi
- Attività di formazione

I SERVIZI OFFERTI DA FAIRTRADE

PROMOZIONE DEI PRODOTTI CERTIFICATI

- **Promozione attraverso i canali social di Fairtrade Italia (Facebook, twitter, linkedin)**
- **Supporto nella redazione e nel lancio di comunicati stampa**
- **Presenza dei prodotti certificati nelle pagine dedicate del sito di Fairtrade Italia**
- **Possibilità di adesione alle campagne istituzionali e di prodotto**

I SERVIZI OFFERTI DA FAIRTRADE

APPROVVIGIONAMENTO E SVILUPPO DI NUOVI PRODOTTI


- Supporto nella ricerca di ingredienti per lo sviluppo di nuovi prodotti
- Supporto nel lancio di nuovi prodotti

INFORMAZIONI DI MERCATO

- Fornitura delle seguenti informazioni Fairtrade:
 - Risultati di ricerche e analisi
 - Casi di studio internazionali
 - Impatto economico del Fairtrade Premium
 - Storie delle cooperative dei produttori
 - Report annuale

GOAL 4:

INFLUENCING GOVERNMENT POLICIES

A photograph of Victor Biwot, a Fairtrade tea farmer, standing in a public square in Paris. He is wearing a brown jacket and black pants. In the background, the Eiffel Tower is visible under a blue sky with scattered clouds. To the left, there is a modern glass and metal structure. Other people are walking in the square.

Victor Biwot, a Fairtrade tea farmer, attended the COP21 Climate Summit in Paris in 2015 making sure the voice of small-scale farmers was heard at this important venue. We will increase our work amplifying the voices of farmers and workers in key policy debates.

LAVORO SU FRONTI ISTITUZIONALI

UNIVERSITÀ

- **SUPPORTO AGLI STUDENTI PER TESI E RICERCHE**
- **COLLABORAZIONE PER UNA RICERCA DEL POLITECNICO DI MILANO**
- **INTERVENTI IN WORKSHOPS E LEZIONI PER MASTER UNIVERSITARI**

ISTITUZIONI (ADVOCACY)

FAIRTRADE ITALIA È MEMBRO DI:

- **ASVIS (ALLEANZA ITALIANA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE)**
- **AOI (ASSOCIAZIONE DELLE ORGANIZZAZIONI ITALIANE DI COOPERAZIONE E SOLIDARIETÀ INTERNAZIONALE)**
- **FORUM DEL TERZO SETTORE**

LAVORO SU FRONTI ISTITUZIONALI

PARTECIPA AL CONSIGLIO NAZIONALE PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO

HA COLLABORATO ALLA STESURA DELLA PRIMA LEGGE NAZIONALE SUL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

PARTECIPA AI TAVOLI DI LAVORO:

- **DECRETO LGS PER LA RIFORMA DEL CODICE DEL TERZO SETTORE**
- **DECRETO LGS PER LA REVISIONE DELLA DISCIPLINA IN MATERIA DI IMPRESA SOCIALE**
- **REVISIONE DEI CRITERI MINIMI AMBIENTALI PER IL GREEN PUBLIC PROCUREMENT PRESSO IL MINISTERO DELL'AMBIENTE**



FAIRTRADE

WWW.FAIRTRADE.IT