

# Tutte le anime del commercio equo

L'offerta dei prodotti del commercio equo, anche nella grande distribuzione, si è ampliata, dal cibo ai cosmetici, e ora anche ai fiori. Ecco le voci delle organizzazioni che animano questo settore



leri caffè, zucchero e maglioni peruviani; oggi avocado, rose e rossetti. In pochi decenni è decisamente cambiata l'offerta del commercio equo e solidale, il circuito che garantisce migliori condizioni economiche e il rispetto dei diritti dei piccoli produttori e dei lavoratori dei Paesi meno sviluppati, specialmente nel Sud del mondo.

Un sistema sbarcato in Italia negli anni '80 e che, da allora, ha continuato a crescere, superando tante difficoltà (offerta limitata, scarsa distribuzione, prezzi alti) ma restando una nicchia. Poi, qualcosa è cambiato: super e ipermercati hanno iniziato a

proporre una vasta scelta di prodotti del commercio equo, a prezzi accessibili, e così il pubblico si è ampliato. **“Oggi non si sceglie più il commercio equo per solidarismo o ideologia, ma perché questi prodotti sono ritenuti buoni, sani e puliti** - spiega Paolo Pastore, direttore di Fairtrade Italia -. E questo si deve al lavoro che abbiamo svolto con i produttori e i venditori”. Il successo del commercio equo e solidale sta, però, creando una situazione paradossale, come spiega il Rapporto annuale 2017 di Equo Garantito, l'associazione di settore che riunisce 82 soci tra importatori e botteghe: da un lato c'è un settore che





Le banane bio Fairtrade sono il prodotto equo più venduto in Italia. E in dieci anni, grazie all'aumento dei volumi e alle sinergie logistiche, il loro prezzo si è dimezzato

cresce e tanto (ma solo nella grande distribuzione), dall'altro ci sono le organizzazioni che si interrogano sulla sostenibilità economica, sul ruolo e sull'impatto sociale del commercio equo e solidale nel futuro. "Fino al 2000 abbiamo vissuto un'epoca di grande vivacità intellettuale ma poi **l'enfatizzazione del piacere del cibo e della cucina e l'egocentrismo dei consumatori di oggi hanno portato in secondo piano il tema della qualità sociale e ambientale**", sottolinea il direttore generale di Altromercato, Andrea Monti.

## Un mondo, due anime

L'affermazione del commercio equo in Italia è avvenuta lungo due direttrici parallele. Da un lato **Altromercato**, promotore di un sistema di garanzia che ha il suo sbocco nei negozi specializzati e, dall'altro, **Fairtrade**, fondato su una certificazione legata all'omonimo marchio e rivolto da subito alla distribuzione moderna. **Queste due anime collaborano per il bene comune del settore, ma conservano due approcci complementari.**

Il Consorzio Altromercato riunisce 114 soci, cooperative e organizzazioni no profit, ha rapporti commerciali diretti con circa

140 organizzazioni di produttori e gestisce 260 Botteghe Altromercato in tutta Italia. **"Queste Botteghe sono luoghi straordinari perché sono i posti ideali dove raccontare i prodotti e farli provare"**, spiega Monti. E se l'offerta di prodotti alimentari è importante, il mondo del non food (e in particolare quello della cosmesi) sembra decisivo per intercettare un pubblico nuovo e giovane e spostarne gli acquisti su prodotti "etici".

Invece, **per Fairtrade, la crescita del commercio equo in Italia va costruita nella e con la grande distribuzione (Gdo).** In questi anni Fairtrade ha puntato sulla sostenibilità, sia sviluppando l'agricoltura biologica (che oggi rappresenta il 50% dei prodotti) sia adottando pratiche agricole che riducono l'impatto ambientale (ad esempio coltivando il cacao in zone ombreggiate). Il che significa anche mantenere la terra curata e fertile, e permettere ai contadini di vivere in modo dignitoso del loro lavoro.

## Il ruolo della grande distribuzione

Lo scossone al mondo del commercio equo dato da Esselunga, Coop, Carrefour e Conad, che ne hanno inserito i prodotti nei loro negozi (sviluppando anche linee a marchio proprio), non ha solo aumentato l'offerta e la disponibilità, ma ha anche standardizzato la qualità e abbassato i prezzi. Prendiamo le banane bio Fairtrade, il prodotto "equo" più venduto in Italia: in dieci anni, grazie all'aumento dei volumi e alle sinergie logistiche, il loro prezzo si è dimezzato. Anche così il commercio equo è diventato più accessibile, e continua a farlo, conquistando i discount, come Lidl, In's ed Eurospin.

Coop è stata la prima catena a credere nel commercio equo, nel 1995, e resta tutt'ora quella dov'è più presente. "Da allora





► 1 gennaio 2018

## informa bio

ne abbiamo fatta di strada e siamo cresciuti insieme, noi e tutti gli attori della filiera - dice Vladimiro Adelmi, brand manager di Solidal e Vivi Verde, i due marchi con cui Coop presidia il mondo dell'equo -. L'innalzamento della qualità dei prodotti ha fatto bene a tutti, perché, essendo più graditi dai consumatori, sono più comprati e questo garantisce il sostegno dei tanti piccoli produttori coinvolti nella filiera". I risultati raggiunti in questi 20 anni sono stati spesso sorprendenti: **talvolta il prodotto equo piace più della marca leader** (succede coi muesli), **talvolta quello che sembra un azzardo diventa un successo, com'è accaduto alle rose e ai bouquet di fiori provenienti dal Kenya.**

### E per i prodotti nostrani?

Ma commercio equo e solidale non è solo sinonimo di alimenti esotici o coloniali: esistono anche l'avocado e le erbe aromatiche, le conserve di pomodoro e la pasta, tutti solidali e tutti prodotti in Italia. **Nel 2011 è nato il marchio Solidale Italiano Altrmercato, riservato ai prodotti tipici creati da esperienze**

catene distributive e colossi del commercio extra-alimentare (uno per tutti, Ikea): **tutti sono interessati al commercio equo sia in termini di prodotti finiti che di materie prime da usare come ingredienti.** "Spesso si tratta di scelte puramente strumentali - sottolinea Monti (Altrmercato) - per questo noi siamo molto selettivi e applichiamo regole severe alla scelta dei partner con cui lavorare".

Ma non solo. Gli operatori più anziani vogliono far valere il proprio ruolo e la propria storia, tornando a raccontare i prodotti e la loro origine. "Dobbiamo alzare l'asticella delle nostre regole, adottare una comunicazione più aggressiva e parlare delle caratteristiche del commercio equo", dice Monti. E poi occorre pensare in grande perché tutti credono che limitarsi a una nicchia sia pericoloso. Ad esempio, Altrmercato ha avviato collaborazioni ad ampio raggio e con mondi diversi (università, start-up e operatori dell'economia circolare) per definire modelli economici alternativi, in cui il commercio equo possa valorizzare le sue peculiarità e mettere a frutto la sua esperienza.



di **economia sociale** e realizzati rispettando i principi del commercio equo e solidale. Oggi firma 200 prodotti e continua ad ampliarsi sia nelle filiere alimentari più critiche (come quella delle conserve di pomodoro) sia in altri settori (come tessile e ceramiche).

Un'altra esperienza interessante è **100% EquoBiologico Italiano** della cooperativa La Terra e il Cielo, che lavora solo materie prime italiane biologiche acquistate dai produttori agricoli associati, ai quali garantisce un prezzo equo.

### Tutti vogliono diventare "etici" ma...

Se il mondo a cui attingere i prodotti del commercio equo e solidale è ampio quanto la Terra, per i grandi commercianti o trasformatori alimentari non è facile trovare massicci quantitativi di prodotti che rispettino i vincoli imposti dalle certificazioni del settore. "C'è un problema normativo: a differenza del biologico, **il mondo del commercio etico non è ancora definito a livello legislativo** e questo complica tutto", conclude Adelmi (COOP). Multinazionali del food, aziende alimentari italiane di marca,

### Grandi attese per il 2018

Sul fatto che il commercio equo e solidale possa giocare un ruolo importante nello scenario economico mondiale scommettono in tanti, perlomeno a parole. Anche l'Italia, che l'ha inserito tra gli obiettivi dell'Agenda 2030, e ha avviato una legge per promuoverlo e disciplinarlo anche a livello nazionale. Un traguardo molto atteso per garantire di più i consumatori e spingere le aziende italiane a integrare la sostenibilità sociale nelle filiere produttive. A dispetto delle buone intenzioni, però, questo provvedimento, già approvato alla Camera, è fermo in Senato da oltre un anno.

Intanto, lo scorso agosto, è entrata in vigore un'altra importante norma: è il Codice del Terzo Settore in cui, per la prima volta, **il commercio equo viene inserito tra le attività economiche di interesse generale.** Il che ne definisce il quadro normativo e apre la possibilità di adottare strumenti economici per sostenerne la crescita. Ecco perché l'arrivo dei decreti attuativi, attesi a inizio 2018, dovrebbe scrivere un nuovo capitolo nella storia del commercio equo e solidale in Italia. ●