nuova DISTRIBUZIONE

Mensile

Data 08-2009
Pagina 19/20
Foglio 1 / 2

www.ecostampa.it

Fiere/2

L'equosolidale protagonista a BioFach 2009

All'altra faccia della medaglia bio, il settore dell'equosolidale, è dedicata in modo particolare la nuova edizione del Biofach di Norimberga: una vetrina di grande rilievo per le produzioni biologiche che torna in scena dal 17 al 20 febbraio del 2010.

Il commercio equosolidale diventa l'altra metà della medaglia che contraddistingue il settore biologico. Tenendo presenti aspetti economici, sociali ed ecologici, questo ambito diventa la colonna portante delle attività imprenditoriali del settore preferito dai fans del vivere ecocompatibile. Prodotti ecologici ed equosolidali sono stati presentati ai visitatori professionali per la prima volta nella mostra straordinaria Organic + Fair dell'edizione 2009 di **BioFach** e **Vivaness**. Ventinove espositori e 125 presentazioni di prodotti hanno fornito una panoramica completa del commercio equosolidale sotto aspetti internazionali, nazionali e regionali. E nel 2010 il BioFach, in calendario da mercoledì 17 a sabato 20 nel

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

059745

Fairtrade

www.ecostampa.it

Fiere/2

Centro Esposizioni Norimberga, tornerà a dar spazio all'Organic + Fair, un mercato che, nel 2008, è cresciuto del 25 %

Giusto per comprendere il giro d'affari che ruota intorno al settore basterebbe rileggere le stime effettuate da **Organic Monitor** di Londra che, nel 2008, contabilizza un fatturato pari a 3,5 miliardi di dollari. Due terzi di tutte le offerte del commercio equo e solidale provengono da coltivazione biologica. Nel 2008 la **Transfair**, associazione tedesca no profit di Bonn attiva a livello internazionale, ha raggiunto con i suoi prodotti dotati del marchio Fairtrade un giro d'affari di circa 2,9 miliardi di euro che rappresenta un aumento del 25 % rispetto all'anno precedente. Oltre alla Germania, si annoverano fra i mercati in più forte crescita in Europa la Gran Bretagna, la Francia e la Scandinavia. Il marchio **Fairtrade** è conosciuto in tutto il mondo e gode della fiducia dei consumatori. Nei 15 Paesi nei quali è stato svolto un sondaggio su Fairtrade questo marchio è risultato noto alla metà degli intervistati. Nove persone su dieci lo considerano credibile. Fairtrade è sinonimo di standard rigorosi per il 64 % di tutti i consumatori. Questo aspetto è strettamente connesso alla fiducia dei consumatori. Quasi il 75 % ritiene che la certificazione indipendente sia la via migliore per rendere credibile l'impegno etico che sta all'origine di un prodotto. 120 ispettori indipendenti controllano 1.150 commercianti in 73 paesi e 870 gruppi di produttori in 58 paesi. I classici prodotti Fairtrade sono le banane: attualmente ne esistono 60 produttori che nel 2007 hanno venduto 234.112 tonnellate in tutto il mondo.

Il Fairtrade in Europa

In Germania, la **Gepa** ha fatto da pioniera Nel 2008 i consumatori tedeschi hanno acquistato prodotti Gepa per un valore di 73 milioni di euro. Nello stesso anno il fatturato del commercio all'ingrosso della Gepa – Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt (Società per la promozione della partnership con il Terzo Mondo) di Wuppertal, Germania – è cresciuto del 2,5 % toccando i 54 milioni di euro. "Il movente dell'economia globale deve essere la solidarietà, non l'avidità. In tempi di crisi è proprio il commercio equo che fornisce l'opportunità di dimostrarlo", spiega **Thomas Speck**, amministratore della Gepa. "Siamo stati noi i primi, 34 anni fa, a dare l'impulso per ciò che sta diventando sempre più importante per molti consumatori: il connubio di principi sociali ed ecologici con prodotti di qualità".

In Francia è invece il marchio **Alter Eco**, noto per il programma emissioni zero, ad aver acquisito via via grande diffusione nelle famiglie. Il trend verso i prodotti equosolidalisi è noto all'85 % dei francesi, ed un quarto di tutti i nuclei familiari acquista merci fair trade come rivela uno studio condotto nel 2007 dall'analista di mercato **Tns**, di Monaco di Baviera. In Francia, l'ascesa di Alter Eco a leader del mercato del commercio equosolidale è stata impressionante. Fondata nel 1998 da Tristan Lecomte, già alla fine del 2008 ha raggiunto un fatturato di quasi 20 milioni di euro con il commercio equo e solidale di cioccolata, tè, caffè, succhi e frutta secca.

In questo periodo Alter Eco ha lanciato il programma Emissioni zero introducendo sul mercato una cioccolata "CO_2 neutrale". Nel 2008 il commercio al dettaglio francese ha raggiunto con gli alimentari fairtrade un fatturato di 114 milioni di euro, il 54% dei quali con il solo caffè. La cioccolata ha raggiunto il 14%, il tè il 9% e i succhi il 5%, la quota dei rimanenti prodotti, per esempio spezie e frutta secca, è stata del 18%.

È vero e proprio boom del Fairtrade anche in Gran Bretagna. Nel 2008 il business con merci provviste del marchio Fairtrade ha superato i 700 milioni di sterline, dato reso noto dalla Fairtrade Foundation. La crescita rispetto al 2007 è stata quindi del 43 %. Le vendite di tè, zucchero e cotone sono raddoppiate, richiestissime le banane che hanno registrato una crescita del 27 % toccando i 184 milioni di sterline. Nel 2008, hanno acquistato prodotti Fairtrade quasi 18 milioni di famiglie britanniche, vale a dire 1,3 milioni più che l'anno precedente, come hanno accertato i ricercatori della Tns Worldpanel.

In Belgio, Francia, Paesi Bassi, Norvegia e Svizzera il commercio equosolidale è noto soprattutto sotto il nome di **Max Havelaar**. In Finlandia è l'organizzazione **Reilun kaupan edistämisyhdistys ry** a impegnarsi per il commercio equosolidale, in Spagna la **Asociación del Sello de Comercio Justo**. Dal 2003 esse hanno tutte in comune il logo Fairtrade blu-verde-nero di Transfair, Bonn, Germania.

BioFach, comunque, significa biologico a 360 gradi, un settore che continua a godere di buona salute. Nella scorsa edizione il settore internazionale del bio si è presentato per la ventesima volta pieno di vita, dinamico e innovativo all'annuale highlight del ramo a Norimberga. Infatti sono stati ben 46.771 visitatori che si sono potuti convincere della proposta avanzata dalle 2.744 aziende che hanno esposto ai saloni mondiali dei prodotti biologici, della cosmesi naturale e del wellness.

059745

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.