la Repubblica

Quotidiano

Data 13-10-2009
Pagina 50
Foglio 1 / 2

www.ecostampa.it

Nuovi consumi

Da sabato la sesta edizione di "Io faccio la spesa giusta", la settimana nazionale del commercio che rispetta i lavoratori ma anche la fertilità dei terreni. E che fa bene alla salute

Alimenti bio ed etici un mercato senza crisi

ELVIRA NASELLI

Nonostante la crisi economica, che ha ridotto e spinto al ribasso anche parte dei consumi alimentari, c'è una nicchia di prodotti che resiste, e anzi in alcuni casi tende ad allargarsi. Sono tè, caffè, zucchero, cacao, banane, miele, ananas, ma anche abbigliamento, fiori o palloni da calcio. In comune hanno una cosa: non sono ogm e sono stati prodotti eticamente, senza utilizzare minori e sfruttare lavoratori e produttori, anzi garantendo un prezzo equo per le loro merci.

Ma non solo. Circa la metà della produzione equa e solidale ha anche la certificazione biologica. A poco a poco, man mano che cresce la richiesta di questi prodotti nell'Occidente ricco, si comincia a riconvertire le piantagioni di caffè o banane nei paesi in via di sviluppo, dal Nicaragua al Pakistan, passando per Perù, Colombia o Mali, con innegabili vantaggi di salute sia per chi nelle piantagioni lavora che per chi quei prodotti li consuma. Oltre che per i terreni. Inoltre cresce anche l'attenzione per le confezioni. Altromercato, consorzio non profit di oltre 350 botteghe di prodotti equi in Italia e nel mondo, ha introdotto il primo pacchetto senza alluminio, che protegge il caffè tostato da luce, aria e umidità ma nello stesso tempo può essere smaltito con la raccolta differenziata nella plastica.

Per avvicinarsi al grande pubblico, che in Italia acquista soprattutto snack, biscotti, dessert e frutta fresca, da sabato prossimo a domenica 25 torna la sesta edizione di "Io faccio la spesa giusta", iniziativa organizzata da Fairtrade Italia. Un appuntamento per provare alcuni prodotti, ma anche per partecipare a incontri ed eventi. Cene solidali e biologiche anche nei ristoranti aderenti a "Io faccio la cena giusta" e in alcuni self service della catena Cir Food. Nelle librerie Feltrinelli sarà presentato anche un ricettario appena uscito con Tecniche nuove.

L'obiettivo è ovviamente quello di allargare questa piccola nicchia di "consumatori etici attivi", che in Italia è comunque più consistente che in altri paesi e acquista per circa 43,5 milioni di euro nel 2008 mentre, in tutto il mondo, vale da 2,3 a 2,9 miliardi di euro. L'allargamento del mercato è facilitato anche dalla diffusione sempre maggiore di questi prodotti. E che il mercato sia interessante lo dimostra anche la nascita delle cosiddette private label, cioè i prodotti a marchio delle grandi aziende di distribuzione e produzione.

Chi ne ha di più è Coop che, con la sua linea Solidal, nata nel 2003, ha oggi 89 referenze diverse tra alimentare e non, con un giro d'affari che incide soltanto per l'uno per cento su tutti i prodotti a marchio, ma che vale comunque 21 milioni di euro (dato 2008). A Coop si stanno aggiungendo anche Standa, Conad e Despar, sebbene con pochissimi prodotti, ed Esselunga con i fiori.

EQUO, SOLIDALE E BIOLOGICO

ITALIA

Le vendite dei prodotti Equi e solidali
Molte catene hanno produzioni a marchio proprio (Coop con 89 diverse referenze tra alimentari e non, Dico, Conad e Despar)

+20%	43,5	50% ca.
sono aumentate nel 2008	milioni € (valore stimato)	della produzione venduta è biologica

IL MONDO

Lavoratori
1,5 millioni di produttori e lavoratori coinvolti

Prodottori
1.800 aziende con prodotti certificati in 73 paesi
822 organizzazioni di produttori certificate in 58 paesi

Vendite
60 paesi in cui sono disponibili i prodotti certificati
2,3 miliardi € di prodotti venduti nel 2007

059745

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

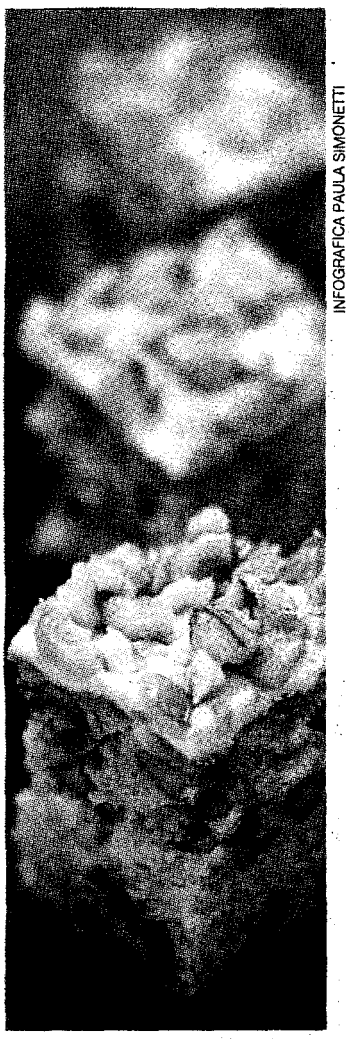
Fairtrade

la Repubblica

Quotidiano

Data 13-10-2009
Pagina 50
Foglio 2 / 2

www.ecostampa.it



INFOGRAFICA PAULA SIMONETTI

059745

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Fairtrade