Terra

Quotidiano

Data 08-07-2009
Pagina 5
Foglio 1

www.ecostampa.it

Mercato Sono sempre di più i consumatori che scelgono prodotti Fairtrade. Un trend positivo che nonostante una recessione senza precedenti non dà segnali di resa

Solidali per vincere la crisi

Giuliano Rosciarelli

Il mercato italiano dell'equo e solidale cresce, nonostante crisi, sfiducia e scetticismo. Il primo semestre del 2009, secondo stime di Fairtrade Italia, si chiude con un bilancio di 16 milioni e mezzo di fatturato, il 15% in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Un trend positivo iniziato nel 2007 e che a distanza di due anni e una recessione senza precedenti nel mezzo, non dà cenni di resa alcuna. Anzi. I prodotti più venduti fino a ora sono il riso, lo zucchero di canna e soprattutto i biscotti; una "dolce" via d'uscita all'amarezza delle restrizioni quotidiane. Apprezzati anche il the e il caffè. «Il dato maggiormente significativo - ci rivela il direttore di Fairtrade Italia, Paolo Pastore - è che a fronte di una stabilizzazione degli esercizi, le vendite sono aumentate. Vuol dire che gli italiani si fidano dei nostri marchi». E la conferma arriva anche da una indagine promossa dalla fondazione internazionale Dnv (Det norske veritas), secondo la quale due italiani su tre, nella scelta dei propri consumi prediligono prodotti verdi, etici e a zero impatto ambientale. Al supermercato, afferma lo studio, il 70% degli impieghi alimentari è orientato a premiare gli aspetti etico-sociali mentre il 65% quelli ambientali e addirittura l'83% dà valore a una produzione con basse emissioni di CO_2. Dopo 60 anni quindi il mercato del Fairtrade non dà cenni di scricchiolii. Come un tam tam, il "battito" solidale ha raggiunto tutti i fronti del mercato globale: solo nell'ultimo anno la spesa per prodotti certificati Fairtrade è stata di 2,9 miliardi di euro in tutto il mondo con una crescita del 15% in più sui fatturati e del 20% sulle vendite, rispetto al 2007. I prodotti più venduti sono stati in particolare, il the (112%) e il cotone (94%) che hanno decuplicato le vendite; per quanto riguarda invece i prodotti storici: il caffè ha segnato un incremento del 14%, raggiungendo le 66mila tonnellate, mentre la vendita delle banane ha registrato un +28% (300mila tonnellate). I Paesi più virtuosi, con incrementi del 50% sono stati: Nuova Zelanda (72%), Canada (67%), Finlandia (57%), Germania (50%), Norvegia (73%) e Svezia (75) mentre si sono confermati i mercati già sviluppati come quello inglese (+43%) e quello statunitense (+10%). Ma la crescita ha contagiato anche numerosi nuovi mercati, come ad esempio i Paesi dell'Est Europa, dell'Asia orientale e il Sudafrica. «Fairtrade non fa speculazioni, punta sulla stabilità dei prezzi - ci spiega Pasini -. I nostri produttori non hanno interesse a guadagnare 1.000 oggi per poi chiudere domani. Cercano stabilità e affidabilità. I fatti ci stanno dando ragione». Alla fine del 2008 le organizzazioni di produttori certificati Fairtrade erano 746, in rappresentanza di oltre 1 milione di singoli coltivatori legati a un mercato di circa 5 milioni di persone. ■

Ricavi, Sky sorpassa Mediaset
La Rai non crolla grazie al canone
Solidali per vincere la crisi

059745

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Fairtrade