**COMUNICATO STAMPA**

**I PRODOTTI CERTIFICATI FAIRTRADE SONO ANTICRISI**

**Nonostante la congiuntura economica, i consumatori italiani continuano a scegliere le referenze equosolidali che continuano a crescere, secondo i dati 2009. Un sistema affidabile riconosciuto a livello internazionale anche da Euroconsumers**

I prodotti equosolidali certificati Fairtrade continuano a crescere, nonostante la crisi che colpito il portafoglio di molte famiglie italiane. Lo testimoniano i dati 2009 del consorzio italiano che certifica i prodotti garantiti nel nostro paese, pubblicati nel **report di attività alla vigilia dell’assemblea che il 27 maggio a Firenze eleggerà il consiglio di amministrazione** destinato a guidare nei prossimi tre anni.

I dati 2009 parlano di una crescita media a volume del 10%, con performance molto interessanti su alcune referenze come zuccherodi canna (+27%), succhi di frutta (+57%) e riso (+17%). Anche i fiori hanno conosciuto una importante crescita: 2 milioni gli steli venduti lo scorso anno (+40%), merito di alcune campagne mirate, promosse dalla grande distribuzione, in particolar modo durante le ricorrenze (Festa della mamma). **Grazie alle vendite in Italia, oltre al prezzo stabile e garantito ai produttori, è stato possibile generare un Fairtrade Premium (il margine aggiuntivo al prezzo) di 467 mila euro** di cui hanno beneficiato le famiglie e le comunità, con progetti in ambito sociale e sanitario.

Sono ormai **5000 i punti vendita** che propongono referenze equosolidali certificate e nel 2009 si segnala l’arrivo delle private label di **Conad** e **Despar**, l’ampliamento di Coop, l’inserimento nei punti vendita ad insegna Billa, di prodotti proposti grazie ad una collaborazione commerciale con alcune aziende licenziatarie (Pfanner e Alce Nero).

“Nel contesto economico difficile vissuto l’ultimo anno, va sottolineato anche che i prezzi dei prodotti equi non hanno subito effetti inflazionistici e molti prodotti Fairtrade rappresentano un ottimo rapporto qualità/prezzo anche per i consumatori, e risultano competitivi se raffrontati con analoghi prodotti di marca” sottolinea **Paolo Pastore**, **direttore di Fairtrade Italia**.

Ad essere premiata è la garanzia di un marchio riconosciuto ormai a livello internazionale: con 24 paesi coinvolti da Iniziative nazionali di marchio (analoghe a Fairtrade Italia), 867 organizzazioni di produttori in 58 paesi del mondo. **Il sistema Fairtrade è stato segnalato anche dalla ricerca Euroconsumers 2010 come il migliore per quanto riguarda la responsabilità sociale** (rating A /A) sia nei confronti dei produttori, che possono così contare su una retribuzione adeguata e sulla possibilità di sviluppo del loro lavoro, sia nei confronti dei consumatori che sono così certi di contribuire ad un mercato più equo.

Con invito alla pubblicazione

Benedetta Frare – 340 9832227 – stampa@fairtradeitalia.it