

[Bilanci]

Fairtrade Italia: più 35% nel 2007 le vendite a volume di prodotti certificati

Con la raccolta dati dell'ultimo trimestre 2007, si è concretizzato il quadro finale delle cifre relative alle vendite a volume dei prodotti certificati **Fairtrade** durante lo scorso anno. I dati più interessanti emergono dal settore dei prodotti composti (biscotti e snacks) che sono più che triplicati, grazie anche all'inserimento delle referenze equosolidali nelle mense pubbliche e nei servizi di ristorazione. Buono il trend per i prodotti classici di commercio equo: tra il 2006 e il 2007, il caffè cresce del 23%, il tè del 36%, il cacao del 23% mentre il cioccolato del 9%. Per il miele equosolidale, i dati invece parlano di vera e propria crisi tra il 2006 e il 2007, con una perdita del 18%. La parte del leone la fanno, come sempre, la frutta fresca (banane ma anche arance, proposte in controstagione la scorsa estate con un buon riscontro) e le noci e la frutta secca che, con le noci dell'Amazzonia e ora anche le arachidi, hanno incontrato i gusti dei consumatori nel corso di tutto l'anno. A regime nel 2007 le vendite dei fiori, iniziate nell'ultima parte dell'anno 2006, e quelle del cotone, con i jeans proposti dalla Gdo e dalle Botteghe del Mondo ma anche con le nuove linee uomo e donna che stanno differenziando l'offerta. La crescita a valore tra il 2006 e il 2007 si attesta, quindi, sul 12% stimato con circa 38 milioni di euro di prodotti **Fairtrade** acquistati dai consumatori italiani. Una spinta importante l'hanno data gli inserimenti di prodotti certificati **Fairtrade** in tre nuove insegne nell'ultimo trimestre: **Auchan e Lidl** (con una linea a marca privata) e **Dico**.

