



TESTATA: **Adnkronos.it**

GIORNO: 18 aprile 2012

PAGINA: (web)

rassegna stampa

"Con la loro spesa i consumatori garantiscono dignità del lavoro e opportunità per il futuro a 1,2 milioni di lavoratori e alle loro famiglie nei paesi del Sud del mondo"

Gli italiani preferiscono i prodotti certificati, +17% nel 2011 per il Fairtrade

Roma, 18 apr. - (Adnkronos) - Con un valore stimato delle vendite di prodotti a marchio di 57,5 milioni di euro nel 2011 (8 milioni in più rispetto all'anno precedente), i prodotti a marchio Fairtrade sembrano non conoscere la crisi e segnano un +16,5% di crescita rispetto al 2010. Numeri che parlano di una scelta di campo da parte dei consumatori italiani che preferiscono sempre di più i prodotti certificati (Fairtrade certifica la produzione nel rispetto dell'ambiente e dei lavoratori) e premiano il biologico. In 10 anni (2002 - 2011), Fairtrade mette a segno un bel +480%, passando da 12 a 57,5 milioni di euro. Il 54% dei prodotti Fairtrade venduti infatti è 'bio', con una crescita netta del 16% in volume rispetto al 2010. Tra questi, i preferiti sono tè (+83%), biscotti e altri snack (+91%). Le performance migliori nel 2011 sono state registrate in particolare dalle banane (bio e non) cresciute del 47%, e le rose (+54%): dati che parlano di una crescente attenzione da parte dei consumatori alla provenienza di ciò che mangiano e regalano, e una grande sensibilità verso i temi dei diritti dei lavoratori, dell'equa retribuzione e della tutela sul luogo di lavoro.

Anche yogurt e gelati sono cresciuti di 4,5 volte rispetto al 2010 e con l'estate alle porte i numeri potrebbero crescere ulteriormente. "Gli italiani spendono meno, ma spendono meglio - spiega Andrea Nicoletto-Rossi, presidente di Fairtrade Italia - con la loro spesa i consumatori garantiscono dignità del lavoro e opportunità per il futuro a 1,2 milioni di lavoratori e alle loro famiglie nei paesi del Sud del mondo".

"Sempre più richiesto dai consumatori nei punti vendita, il marchio di certificazione Fairtrade è uno strumento di cui si avvale un numero sempre maggiore di aziende di importazione, trasformazione e produzione italiane per sviluppare nuovi prodotti. Parte degli ottimi risultati di vendita è, infatti, dovuta al proficuo incontro fra ottime materie prime eque certificate Fairtrade e la qualità del made in Italy", aggiunge Paolo Pastore, direttore operativo Fairtrade Italia.

Fairtrade è il marchio internazionale di certificazione dei prodotti del commercio equo. Assicura che i prodotti siano stati lavorati senza causare sfruttamento e povertà nel Sud del mondo e che siano stati acquistati secondo i criteri del Commercio Equo e Solidale. Fairtrade, infatti, garantisce un prezzo equo e stabile ai produttori (Fairtrade Minimum Price) e un margine aggiuntivo da investire in progetti sociali e sanitari per le comunità e il rispetto delle colture locali (Fairtrade Premium).

Sembra che i consumatori italiani abbiano voluto premiare ancora i prodotti Fairtrade portando il valore totale delle vendite nel 2011 alla cifra di 57,5 milioni di euro, 8 milioni in più rispetto all'anno precedente, pari al +16,5%. Fra questi il

Link

- Da Sainsbury's i prodotti Fairtrade crescono del 27%
- Sainsbury's è la catena odo