



Private Label



Coop: debutta la nuova linea di cioccolato Solidal



Il cioccolato Coop è diventato Solidal. Esattamente come già successo per il tè, Coop ha convertito una propria linea da filiera convenzionale a filiera certificata Fairtrade e in alcuni casi biologica. Dieci tipologie di cioccolato (al latte, fondente, bianco, senza zuccheri aggiunti, con riso soffiato, con nocciola) per le quali saranno coinvolti produttori in Perù, Repubblica Dominicana e Madagascar. Nel caso delle varietà con zucchero di canna aggiunto interessati anche Costa Rica, Mauritius e Swaziland. Le materie prime certificate Fairtrade, dopo un'accurata selezione, arrivano in Italia per la lavorazione insieme agli altri ingredienti e la trasformazione dal cacao al cioccolato di qualità.

La coltivazione del cacao e la successiva lavorazione seguono i principi dell'agricoltura sostenibile che evita lo sfruttamento eccessivo delle risorse naturali; a beneficiarne più di 12.000 piccoli agricoltori dei paesi in via di sviluppo che hanno visto migliorare le loro condizioni di lavoro e di vita. Ad esempio, la cooperativa Conacado in Repubblica Dominicana, grazie a Fairtrade, ha perfezionato la qualità del cacao prodotto migliorando la tecnica della fermentazione; oggi sono circa 9000 i membri di quella cooperativa che è diventata la principale impresa esportatrice del Paese e tra le dieci più grandi al mondo. Acopagro invece, la cooperativa che produce cacao in Perù, fa parte di quella rete di produttori, prima coinvolti nella coltivazione di cocaina, che, grazie ad un programma delle Nazioni Unite e all'intervento di Fairtrade, hanno convertito le produzioni illecite in coltivazioni bio e sostenibili. In entrambi i casi, così come per altri soggetti coinvolti, Fairtrade garantisce un prezzo minimo ai produttori, oltre a un Fairtrade Premium che interviene direttamente sulla vita delle comunità.

"Con la nuova linea Cioccolato Solidal intendiamo rafforzare un modello sostenibile e cooperativo di fare impresa e dimostrare che c'è un modo per superare i confini dello sviluppo, accorciando le distanze tra chi acquista e chi produce - spiega Vladimiro Ademi, responsabile della linea Solidal Coop - Contiamo di trovare alleati i nostri soci e consumatori". E in effetti i consumatori sembrano essere sempre più sensibili all'acquisto di beni equosolidali. Secondo l'ultimo report stilato da Fairtrade Italia il valore dei prodotti venduti nel nostro Paese è pari a 99 milioni di euro con un incremento del 10% sull'anno precedente; nel 2003 tale valore non raggiungeva i 30 milioni di euro. Qui Coop ha sicuramente giocato da apripista; è infatti in Coop che è stato venduto nel 1995 il primo prodotto equosolidale, il caffè per la solidarietà. Da allora, sono diventati 47 i prodotti della linea Solidal Coop. "In questo nuovo impegno di Coop - spiega Paolo Pastore, direttore di Fairtrade Italia - il valore aggiunto è dato dalla collaborazione tra organizzazioni, dei paesi in via di sviluppo e italiane, per costruire un'economia condivisa che consenta un processo di crescita e consapevolezza dei contadini e dei coltivatori coinvolti nel Commercio Equo, con impatti positivi per tutte le comunità interessate, in termini di accesso ai servizi di base, salute e sviluppo sostenibile. Fairtrade consente un'alleanza con consumatori e cittadini, protagonisti di un consumo sostenibile e responsabile delle sorti del pianeta per tutti i popoli".

04 Aprile 2017

Ti potrebbero interessare anche



Divorzio consensuale tra esselunga e il gigante | Distribuzione Moderna



Il canale discount aspetta aiuti e leader price | Distribuzione Moderna



Coin apre le porte ad un nuovo mondo beauty | Distribuzione Moderna



Nuovo direttore marketing per heineken italia | Distribuzione Moderna



Sapore di mare, sapore di borsa | Distribuzione Moderna



Eurovo: l'uovo non ha segreti | Distribuzione Moderna



SmartControl



Checkpoint

TGdo Le Videonotizie di DM



Conad torna on air e valorizza la relazione tra le persone



La nuova cultura di vendita secondo Aw Lab

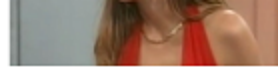




Cura problemi di postura. Migliorala per una schiena priva di dolore. Scopri com...



Metodo innovativo che aiuta giovani e anziani a eliminare la psoriasi.



Modela argentina lascia tutti a bocca aperta per il suo vestito

edit by Edinet



La Notizia del Giorno

Crollano gli acquisti di libri nella grande distribuzione



Leggi Tutto >

Vodafone Ready Business Retail. Migliora il tuo business

Scopri di più >



Articoli Correlati



Selex: Le Vie dell'Uva a +17%

La linea di vini firmati Selex ha chiuso il 2016 con una crescita a due cifre e oltre 3 milioni di bottiglie vendute.

Selex - - Le-vie-dell-uva -



Consorzio Sun: segno positivo per le vendite dei prodotti Consilia

Nel periodo gennaio-novembre 2016 le vendite dei prodotti della marca del distributore del brand Consilia hanno fatto registrare un incremento del 22% contro un aumento registrato in Italia dell'1,1%.

Consorzio-sun - - Consilia -



Pam Panorama amplia la linea dedicata a vegetariani e vegani

Veg&Veg, il progetto lanciato da Pam Panorama dedicato a tutti coloro che seguono un regime alimentare vegetariano e vegano, cresce e si amplia.



Spesa di Natale più leggera del 23% grazie alla Marca del Distributore

4: 87,47 € MDD: 67,03

ADM (Associazione della Distribuzione Moderna) ha messo a confronto il prezzo della spesa fatta con i prodotti a Marca del Distributore con l'offerta rappresentata dai brand industriali nazionali e internazionali per il pranzo di Natale o il cenone di Capodanno di una famiglia media di 4-5 persone.



L'Italia apprezza i prodotti salutarci

Tre distributori in Italia hanno introdotto gamme che offrono prodotti salutarci. Lidl Italia offre due linee di prodotti con lo scopo di promuovere la nutrizione sana.



Pam Panorama lancia la nuova linea dedicata al benessere

Indirizzata a chi tiene al proprio benessere, la linea Semplici e Buoni, con quasi 60 referenze, rappresenta la soluzione ideale per quanti sono alla ricerca di prodotti buoni e nutrienti.

Pam-panorama - - Semplici-e-buoni -



Conad riunisce bio, veg, equo ed eco nella linea

Vodafone Ready Business Retail. Migliora il tuo business

Scopri di più >

IN PARTNERSHIP CON
CONFEDERAZIONE ITALIANA COMMERCIO

FIERE

Utilink





Verso Natura

Verso Natura Bio, Veg, Equo, Eco: è la nuova gamma Conad che risponde ai trend e ai bisogni emergenti di coloro che privilegiano scelte consapevoli di consumo, per riunire sotto un unico marchio "ombrello" biologico, vegetariano, equosolidale, ecologico.

Conad - Verso-natura -



Vodafone Ready Business Retail.
Migliora il tuo business

Scopri di più >



IN PARTNERSHIP CON

CONFCOMMERCIO
UNIONE DELLE INDUSTRIE



Testata giornalistica quotidiana registrata al Tribunale di Milano
(n° 52 del 30/1/2007) - Copyright © 2017 Edizioni DM Srl
Via Sacchini, 3 - 20131 Milano - P. IVA 08954140961

Tutti i diritti riservati



Vuoi essere sempre aggiornato?



ISCRIVITI
ALLA NEWSLETTER