

Commercio sempre più equo

Per i prodotti certificati Fairtrade nel 2017 spesi in Italia 130 milioni

CINZIA ARENA

In Italia cresce la fetta di consumatori che sceglie di acquistare prodotti equo-solidali. Nel 2017 gli italiani hanno speso 130 milioni di euro per alimenti certificati Fairtrade, il marchio internazionale di Certificazione, presente su più di 750 prodotti in oltre 5mila punti vendita, che garantisce il rispetto degli agricoltori locali. In che modo? Attraverso un margine di guadagno aggiuntivo per avviare progetti sanitari, di emancipazione sociale, o di miglioramento della produzione. Inoltre, per la maggior parte delle materie prime, è previsto il pagamento di un prezzo minimo, tale da coprire i costi medi per una produzione sostenibile.

Tra i prodotti più venduti spiccano alcuni "classici": le banane, che superano le 13mila tonnellate (+11%), il caffè con 810

tonnellate di caffè verde (+10%), il cacao con 1.600 tonnellate di fave di cacao (+100%) e lo zucchero con 3.300 tonnellate (+10%). Vendite che hanno generato, sotto forma di premi, un ritorno economico alle comunità di Asia, Africa e America Latina pari a 1 milione e 640 mila euro, se si fa riferimento nel complesso a tutte le principali categorie merceologiche. Il circuito rappresenta 1,6 milioni di agricoltori in 73 paesi e in Italia è presente dal 1994.

I marchi etici sono sempre più interessanti per i consumatori. In una ricerca condot-

ta da Nielsen emerge che gli italiani li acquistano nei negozi alimentari generici (si tratta di oltre la metà del campione, 51%, a fronte del 36% registrato nel 2014). Inoltre, rispetto a quattro anni fa i consuma-

tori affermano una maggiore preferenza per i prodotti del commercio equo e solidale (si passa dal 23% del 2014 al 29% di

quest'anno). Cresce la conoscenza tra i giovani (fascia d'età 25-34), e nel nord-est del Paese, seguito da nord-ovest, centro e sud. «La crescita che continuiamo a riscontrare ci indica che i cittadini sono i nostri migliori alleati per creare un giusto impatto e cambiamento verso la sostenibilità anche sul fronte dell'alimentazione. C'è ancora molto da fare, ma le opportunità non mancano per le aziende che scelgono Fairtrade» ha detto Paolo Pastore, direttore operativo in Italia presentando i dati nel corso del convegno che si è svolto ieri al Palazzo Giureconsulti a Milano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

