**Fairtrade, il commercio equo raggiunge i 130 milioni di euro**

***Presentato a Milano il Rapporto annuale di attività e una ricerca Nielsen sui consumi etici, che segnala ampie potenzialità di mercato per il settore dell’equosolidale. 1,6 milioni di euro per le comunità di Asia, Africa e America Latina***

*Milano, 31 maggio 2018* – Continua la corsa dei prodotti del commercio equo certificati FAIRTRADE, per i quali nel 2017 i consumatori italiani hanno speso ben **130 milioni di euro** nel nostro Paese. Il Marchio internazionale di Certificazione, presente su più di 750 prodotti in oltre 5.000 punti vendita del paese, **assicura** infatti **ai consumatori che gli agricoltori dei paesi in via di sviluppo ricevano migliori condizioni commerciali e di lavoro**. Nella pratica, Fairtrade prevede il pagamento del **Premio Fairtrade alle organizzazioni di Asia, Africa e America Latina all’origine delle filiere**, ovvero 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** **Fairtrade**, tale da coprire i costi medi per una produzione sostenibile.

Tra i prodotti che segnalano la crescita più significativa le **banane,** che raggiungono volumi di vendita pari a 13.600 tonnellate (+11%), il **caffè** con 810 tonnellate di caffè verde (+10%), **cacao** con 1.600 tonnellate di fave di cacao (+100%) e **zucchero** con 3.300 tonnellate (+10%). Questi i valori diffusi oggi in occasione dell’evento “*Il futuro di Fairtrade? Partnership di sostenibilità con le imprese”,* che si è svolto a Milano, nel contesto del Palazzo dei Giureconsulti.

Vendite che hanno generato, sotto forma di **Premio Fairtrade**, un ritorno economico alle comunità di Asia, Africa e America Latina di circa **703.000 euro per le banane**, **309.000 euro per il cacao**, **334.000 per il caffè** e **221.000 per lo zucchero**. Gli italiani che hanno acquistato prodotti Fairtrade hanno sostenuto la crescita e lo sviluppo delle comunità per una cifra pari a **1 milione e 640 mila euro**, se si fa riferimento nel complesso a tutte le principalicategorie merceologiche**.**

**Marchi etici, sempre più interessanti per i consumatori.** In una ricerca condotta da **Nielsen** sempre più italiani dichiarano di acquistare prodotti etici nei negozi alimentari generici, ovvero supermercati, ipermercati e discount (si tratta di oltre la metà del campione, 51%, a fronte del 36% registrato nel 2014). Inoltre, rispetto a quattro anni fa i consumatori affermano una maggiore preferenza per i prodotti del commercio equo e solidale (si passa dal 23% del 2014 al 29% di quest’anno). Per quello che riguarda FAIRTRADE, la fonte principale di conoscenza del Marchio restano i prodotti, seguiti dalla rete internet. Cresce la conoscenza tra i giovani (fascia d’età 25-34), e nel nord-est del paese, seguito da nord-ovest, centro e sud.

**Nuove opportunità di business.** Tra le novità che si prospettano per l’anno in corso, l’introduzione, a livello internazionale, dei **“Marchi di Ingrediente Fairtrade”**. Le aziende partner del circuito, a fronte di un impegno di acquisto di materie prime certificate Fairtrade da utilizzare in prodotti multingrediente, potranno avvalersi dell’utilizzo di Marchi specifici per la tipologia di materia prima acquistata. Il modello è entrato in vigore per tutte le categorie di prodotto tranne caffè e banane. **Attraverso i nuovi “ Marchi di Ingrediente Fairtrade” le aziende hanno a disposizione un modo diverso per collaborare con Fairtrade per ampliare le opportunità di mercato per i produttori agricoli del sistema**.

“La crescita che continuiamo a riscontrare sia nelle vendite dei prodotti che nella riconoscibilità del Marchio ci indicano che i cittadini sono i nostri migliori alleati per creare un giusto impatto e cambiamento verso la sostenibilità. C’è ancora molto da fare, ma le opportunità non mancano per le aziende che scelgono Fairtrade, in prospettiva di un futuro migliore per tutti”, ha dichiarato Paolo Pastore, Direttore Operativo di Fairtrade Italia.

È possibile visualizzare i materiali diffusi durante l’incontro, tra cui il Rapporto annuale Fairtrade e la ricerca Nielsen [qui](https://drive.google.com/drive/folders/1fq8k-YMMhQAf7c2MUR2LxtxRodxhIfe6).

*Con invito alla diffusione.*

Per ulteriori informazioni:

Ufficio stampa

Monica Falezza | 340 9832227 | 049 8750823

**Cos’è Fairtrade**

Il sistema di certificazione **Fairtrade**, nasce per ridurre le ingiustizie del commercio internazionale attraverso l’introduzione di pratiche scambio più eque nei confronti di contadini e dei lavoratori dei Paesi in via di sviluppo. Attraverso un sistema rigoroso di Standard, regola i rapporti commerciali tra aziende e organizzazioni di contadini e lavoratori, in modo che a questi ultimi venga assicurato il pagamento di un prezzo minimo, il **Prezzo minimo Fairtrade**, tale da coprire i costi medi di una produzione sostenibile, e un margine di guadagno aggiuntivo, il **Premio** **Fairtrade**, per la realizzazione di progetti sociali, ambientali o di incremento della produzione. Il circuito rappresenta **1,6 milioni di agricoltori in 73 paesi di Asia, Africa e America Latina** coltivatori di caffè, zucchero, banane, ananas cacao, lavoratori nelle piantagioni di banane, tè, fiori e molto altro. Più di **35.000 prodotti finiti** sono in vendita sugli scaffali di negozi e supermercati di oltre **140 paesi nel mondo**. **Fairtrade** **International** è l’organizzazione capofila del network. Per maggiori informazioni: [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net).

**Fairtrade Italia**

**Fairtrade Italia** rappresenta il Marchio di Certificazione FAIRTRADE nel nostro paese dal 1994. Lavora in partnership con le aziende concedendo in sub-licenza il Marchio FAIRTRADE a garanzia del controllo delle filiere dei prodotti provenienti dai Paesi in via di sviluppo, nel rispetto dei criteri di terzietà che l’ente di certificazione assicura. Supporta le aziende nell’approvvigionamento di materie prime certificate e nel consolidamento delle filiere in base alle richieste specifiche dei propri partner. Attualmente in Italia sono in vendita **più di 750 prodotti Fairtrade** e **il valore del venduto è di 110 milioni di euro**. Per maggiori informazioni: [www.fairtrade.it](http://www.fairtrade.it).