



L'esperienza di Fairtrade

COMMERCIO EQUO CONTRO LA POVERTÀ

di **PAOLO PASTORE***

Abbiamo letto il servizio pubblicato a inizio agosto su Buone Notizie «La cooperativa del caffè parla italiano» sull'ultimo rapporto di Equogarantito e ci siamo sentiti chiamati in causa. Esprimiamo in questa sede anche il nostro punto di vista rispetto al successivo intervento pubblicato, a firma di Gian Paolo Barbetta, in cui le Botteghe del Mondo sono indicate come principale canale distributivo per i prodotti del commercio equo. Riteniamo che i consumatori che scelgono i prodotti certificati *Fairtrade* tra gli scaffali dei supermercati non siano persone di serie B ma cittadini che attraverso il loro gesto di acquisto vogliono privilegiare quelli che offrono maggiori garanzie di rispetto dei lavoratori e dei produttori agricoli. Le filiere di questi prodotti sono le filiere principali anche dei prodotti venduti nelle Botteghe del Mondo (cacao, caffè, zucchero, banane...). Ovvero, a cambiare sono i nomi, i marchi e i canali di vendita, ma le organizzazioni di produttori da cui viene acquistata la materia prima sono molto spesso sovrapponibili. *Fairtrade* lavora per certificare più prodotti e produttori possibile secondo gli standard di commercio equo per garantire agli agricoltori organizzati dei Paesi in via di sviluppo, l'80% dei quali possiede meno di 2 ettari di terreno a testa, nuove opportunità di mercato e un livello di vita dignitoso. Crediamo infatti che il commercio equo sia uno degli strumenti più efficaci per combattere la povertà e promuovere il rispetto delle persone. Lo facciamo attraverso un sistema di certificazione indipendente, a cui le aziende scelgono di aderire, che indica, per la maggior parte delle referenze, un Prezzo minimo stabile, che copra i costi di una produzione sostenibile, e un Premio *Fairtrade* che le organizzazioni decidono come spendere e che va a sostegno di attività in ambito sociale, sanitario, ambientale, di miglioramento produttivo. Nel caso dei lavoratori dipendenti, essi stessi decidono come gestire il Premio per bonus sociali e progetti comunitari. E questo vale per tutti i prodotti certificati dal nostro sistema, indipendentemente dai canali di vendita e dalle strategie commerciali delle aziende. Questo lavoro ha prodotto nel 2017 un valore di vendita di 130 milioni in Italia. Crediamo che attraverso le vendite anche nel canale della grande distribuzione possiamo garantire ai nostri produttori l'impatto di cui hanno bisogno per cambiare in modo significativo le loro vite. Crediamo che tutte le aziende che rispettano i criteri *Fairtrade* (condivisi con le organizzazioni di produttori presenti in modo paritario nella nostra governance internazionale) possano contribuire a raggiungere l'obiettivo. Non ci risulta che in Italia ce ne sia qualcuna, come dice l'articolo, che reclamizzi il proprio impegno in questo senso: c'è ancora molta strada da fare con aziende e distributori (nonostante i buoni risultati raggiunti), per un consumo più responsabile e consapevole.

*direttore di *Fairtrade Italia*

© RIPRODUZIONE RISERVATA