



L'espresso al bar? Più equo e solidale



La crescente attenzione dei bar italiani verso la tazzina equa ha avuto una conferma in occasione della Grande Sfida, la campagna di sensibilizzazione che ogni anno concentra in un weekend l'attenzione del grande pubblico verso i prodotti a marchio Fairtrade. All'ultima edizione i bar aderenti hanno per la prima volta superato quota 100.

Oltre 150 milioni per il Premio Fairtrade

Dare ai produttori dei Paesi in via di sviluppo un equo compenso in cambio di una qualità garantita è lo scambio - che rende tutti vincitori - alla base del sistema Fairtrade, il marchio di certificazione del commercio equo e solidale che è oggi attivo in 73 Paesi produttori, coinvolgendo 1,6 milioni tra agricoltori e lavoratori delle piantagioni (1.411 le organizzazioni coinvolte, perlopiù cooperative).

Per loro è stato istituito il Premio Fairtrade, una somma aggiuntiva che i produttori ricevono oltre al prezzo di vendita, da investire in progetti sociali o ambientali. Nel 2016 (ultimo dato disponibile) il premio ha raggiunto quota 158,3 milioni di euro, in crescita del 9% rispetto all'anno precedente. Due i progetti che hanno raccolto le maggiori risorse: Fame Zero (55%) e No povertà (22%). Le cooperative di produttori hanno impiegato il premio soprattutto per incrementare i servizi ai loro membri (il 48%) e per il potenziamento della cooperativa, mentre i lavoratori impiegati nelle piantagioni lo hanno utilizzato per sviluppare servizi per le loro famiglie (76%), per le comunità (16%) e per la formazione dei lavoratori (105). I prodotti certificati Fairtrade sono distribuiti in oltre 140 Paesi, tra cui l'Italia. A.M.