



Home > Caffè > Fairtrade, il consumatore è disposto a pagare di più per un caffè...

Fairtrade, il consumatore è disposto a pagare di più per un caffè giusto

Per il marchio etico, il caffè è il terzo prodotto chiave per volume dopo banane e cacao. Triplice l'approccio a favore dei coltivatori e della sostenibilità ambientale.

Di **Nadia Rossi** - 11 aprile 2019



Proseguiamo il cammino all'interno della complessa tematica caffè-sostenibilità attraverso il contributo di [Fairtrade Italia](#). L'approccio globale del Marchio etico a questa tematica è triplice. Prende il via dal fattore economico, ovvero dal garantire agli agricoltori un prezzo minimo (per l'arabica 1,35dollari/libbra) che segue le fluttuazioni di mercato solo quando il prezzo sale e dal premio Fairtrade di 0,20dollari/libbra da reinvestire nella comunità. La sostenibilità sociale si

declina nel sostegno non solo ai produttori, ma anche alla famiglia e alla comunità attraverso un premio per mezzo del quale vengono realizzate strade, ospedali, scuole, ma anche impianti per la lavorazione della materia prima e progetti per il miglioramento delle produzioni. Viene inoltre promossa una vera sostenibilità ambientale attraverso la transizione verso il biologico, la lotta integrata, la biodiversità, il compostaggio e viene permesso l'utilizzo di fertilizzanti solo quando concesso dalle legislazioni europee. Si deve tenere in considerazione che **Fairtrade certifica solo piccoli produttori** e che la maggior parte di questi coltiva caffè all'ombra, cioè nella foresta. **L'aumento della produzione, pertanto, non è estensivo, ma in primis vede crescere il numero di piante nella foresta, sostituendole a erbe e cespugli improduttivi.** Proprio per il metodo utilizzato, questa coltivazione è rispettosa della biodiversità (anzi, si nutre di essa) e in molti casi già biologica.

Invia il tuo drink

Il bibliotecario

BOOKS

scarica i libri da collezione

by bargiornale

Edicola web





Dove. Per Fairtrade il caffè è un prodotto chiave a livello mondiale, il terzo per volumi dopo banane e cacao. I suoi network dei produttori spaziano dal Messico al Brasile in America Latina, l'Africa tropicale dalla Costa d'Avorio fino all'Etiopia e l'Asia dall'India all'Indonesia. Queste organizzazioni, che lavorano sul territorio a contatto con i produttori, sono preposte allo sviluppo di nuovi progetti e nuove collaborazioni. «Le ricerche di mercato ci dicono che **sempre più consumatori, nelle loro decisioni di acquisto, vogliono sapere come il loro caffè è stato prodotto, ma soprattutto se la produzione rispetta le persone e l'ambiente** - afferma **Thomas Zulian**, direttore commerciale Fairtrade Italia. Per rispondere a questa esigenza collaboriamo in modo positivo da 25 anni con le aziende che vedono in noi il marchio etico più riconosciuto e apprezzato dai consumatori nel mondo, l'opportunità di comunicare in modo credibile, semplice e immediato la propria scelta di sostenibilità ai clienti». Le vendite di caffè Fairtrade in Italia sono in costante aumento: è un prodotto di qualità, spesso biologico, per cui il differenziale di prezzo con gli altri caffè della stessa categoria è minimo, se non inesistente. A livello mondiale, il marchio è riconosciuto da due consumatori su tre e c'è sicuramente un interesse a contribuire al benessere di chi lo coltiva. In Italia cresce il mercato e il **consumatore è disposto a pagare fino al 20% in più per un prodotto giusto**. Attualmente in Italia sono in vendita più di 750 prodotti Fairtrade e il valore del venduto è di 130 milioni di euro.



Thomas Zulian, direttore commerciale Fairtrade Italia.

TAG caffè Fairtrade Italia marchio etico sostenibilità ambientale Thomas Zulian

Like 0

Facebook Twitter Google+ LinkedIn Pinterest +

Lascia un commento

Commento:

Nome:*

Email:*

Sito Web:

Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per il mio prossimo commento.

Non sono un robot



reCAPTCHA
Privacy - Termini

Invia il commento



Twitter

Facebook



Articoli più letti



Baritalia Lab: le istruzioni per partecipare all'edizione 2019



Barawards 2019: al via la 5a edizione



A Senigallia il "garage" di Oscar Quagliarini

IL FUTURO DELLA BIRRA IN ITALIA



