



COMUNICATO STAMPA

## **I consumatori vedono Fairtrade come riflesso dei loro valori su prezzi giusti, redditi dignitosi e miglioramento delle condizioni di vita dei coltivatori**

*Padova, 22 maggio 2019*

Un sondaggio che interessa una pluralità di Paesi, condiviso oggi, mostra che la maggior parte delle persone che fa acquisti ha familiarità con il **marchio FAIRTRADE** e ritiene che rifletta i propri valori personali. I consumatori hanno fiducia nel marchio Fairtrade e lo associano strettamente all'approvvigionamento a prezzi equi, ad un reddito dignitoso e all'aiuto agli agricoltori per uscire dalla povertà. Tutte caratteristiche fondamentali per creare fiducia.

La società internazionale di consulenza e ricerca **GlobeScan** ha condotto lo studio tra gennaio e marzo 2019 in otto mercati: Australia, Canada, Germania, India, Nuova Zelanda, Svizzera, Regno Unito e Stati Uniti.

Il **caffè** è il prodotto Fairtrade più in vista nei Paesi presi in esame, seguito da **banane, cioccolato** e **cacao**. I consumatori che hanno visto il marchio, in grande maggioranza, concordano sul fatto che il marchio FAIRTRADE abbia un impatto positivo sulla percezione del marchio.

"I dati trasmettono un messaggio molto chiaro alle aziende", spiega **Paolo Pastore, direttore di Fairtrade Italia**. "Esiste un forte gruppo di acquirenti che si identifica con i valori di Fairtrade e desidera che le aziende operino correttamente. Ora le persone si aspettano che le aziende prendano sul serio le loro responsabilità sociali e ambientali. Oltre a questo, è chiaro che un segmento significativo del pubblico appoggia i principi di equità e giustizia nel commercio di Fairtrade".

Il Report intercontinentale approfondito su 9.200 consumatori è stato commissionato per le Organizzazioni Nazionali Fairtrade su richiesta di Fairtrade International.

Complessivamente, negli otto mercati studiati, Fairtrade è l'etichetta di certificazione più conosciuta, con il maggior livello di **riconoscimento** in **Svizzera** e **Regno Unito**, dove il marchio è noto al 91% dei cittadini britannici.

La **fiducia** nel marchio FAIRTRADE rimane sempre forte al 69%, con tre quarti degli intervistati che associano il marchio all'aiuto agli agricoltori per uscire dalla povertà.

In Canada, Germania, India e Nuova Zelanda il supporto di Fairtrade agli agricoltori per **mitigare i cambiamenti climatici** è un importante fattore di fiducia dei consumatori nel Marchio. In questi paesi, i risultati indicano che le persone vogliono poter collegare in modo semplice e diretto l'acquisto di prodotti Fairtrade all'aiuto agli agricoltori nel far fronte alle catastrofi climatiche.

"I consumatori associano Fairtrade a prezzi equi, reddito, buone condizioni e sostegno agli agricoltori dei Paesi in via di sviluppo. Laddove potranno, gli acquirenti premieranno le aziende che fanno la cosa giusta", conclude il direttore di Fairtrade Italia.



## Cos'è GlobeScan

GlobeScan è una società di consulenza strategica che si occupa di aiutare i clienti a costruire rapporti di fiducia a lungo termine con i propri stakeholder. Offrendo una serie di servizi specialistici di ricerca e consulenza, collabora con aziende, ONG e organizzazioni governative per raggiungere obiettivi strategici in termini di reputazione, sostenibilità e obiettivi.

Fondata nel 1987, GlobeScan ha uffici a Città del Capo, Hong Kong, Londra, Parigi, San Francisco, San Paolo e Toronto, è membro del Global Compact delle Nazioni Unite e una B Corporation certificata. Maggiori informazioni: [www.globescan.com](http://www.globescan.com).

Per maggiori informazioni:

Fairtrade Italia – Elena Guzzonato  
Tel. 340.9832227  
[stampa@fairtrade.it](mailto:stampa@fairtrade.it)  
[www.fairtrade.it](http://www.fairtrade.it)

## 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 75 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 **30.000 prodotti finiti** sono in vendita sugli scaffali di negozi e supermercati di oltre **150 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 130 milioni di euro**. Per maggiori informazioni: [www.fairtrade.it](http://www.fairtrade.it).