**COMUNICATO STAMPA**

**Nel 2021 continua la corsa dei prodotti Fairtrade del commercio equosolidale. E 3 milioni e 200 mila euro per le organizzazioni di contadini e lavoratori in Asia, Africa e America Latina.**

*Milano, 25 maggio 2022*. È stato presentato oggi a Milano il nuovo rapporto annuale delle attività di Fairtrade [Italia “The future is fair: filiere e diritti”](http://annualreport2021.fairtrade.it/), che riassume l’andamento delle vendite dei prodotti del commercio equo certificato in Italia e l’insieme delle iniziative realizzate nel 2021.

**Lo scorso anno gli italiani hanno speso 553 milioni di euro in prodotti contenenti almeno un ingrediente certificato Fairtrade**. Si tratta ad esempio di frutta fresca come banane e ananas, caffè, cioccolato, cereali per la colazione, barrette, biscotti, frutta secca, fiori recisi, abbigliamento in cotone e molto altro. I [Marchi Fairtrade](https://www.fairtrade.it/marchi/) si possono trovare infatti su un’ampissima gamma di prodotti in supermercati, ipermercati, ma anche negozi di vicinato, mense e altri luoghi di ristorazione collettiva e distributori automatici.

Parallelamente, grazie alle vendite di prodotti in Italia**, crescono anche i benefici per le organizzazioni di agricoltori e lavoratori in Asia Africa e America Latina, che hanno ricevuto 3 milioni e 200 mila euro in Premio**. Insieme al Prezzo Minimo stabile, il Premio costituisce uno dei pilastri del modello Fairtrade, e **nel concreto è una somma extra che le organizzazioni ricevono per realizzare iniziative di interesse collettivo, frutto di una decisione democratica.** Il Premio può essere utilizzato per il miglioramento tecnico e produttivo, come l’acquisto di fertilizzanti o altri prodotti e macchinari per l’agricoltura; per la realizzazione di aule e strutture scolastiche, ambulatori sanitari o altro. Generalmente è corrisposto dalle aziende che si servono dei Marchi Fairtrade alle organizzazioni di produttori agricoli e lavoratori.

**Le vendite in Italia.** La Grande Distribuzione Organizzata resta il principale canale di diffusione dei prodotti certificati Fairtrade. **Coop Italia** nel 2021 ha proseguito con l’inserimento di referenze a Marchio FSI; **Aldi** **Italia**, oltre ai prodotti a base di cacao FSI, ha recentemente introdotto nel proprio assortimento le banane. **Lidl Italia** ha mantenuto un’ampissima offerta di prodotti realizzati con cacao FSI; **IN’s Mercato** ha esteso la sua gamma di capsule con caffè Fairtrade, triplicando i volumi di vendita.

"Siamo soddisfatti perché anche nel 2021 il mercato Fairtrade in Italia è cresciuto grazie ad un aumento generalizzato dei volumi di sostanzialmente tutte le categorie di prodotto. I nuovi progetti, la solidità delle partnership con le aziende e il crescente interesse dei consumatori ci consente di guardare con fiducia al futuro nonostante il complesso quadro economico e geopolitico", ha dichiarato **Thomas Zulian, Direttore commerciale di Fairtrade Italia.**

**La corsa del cacao.** Le chiusure avvenute lo scorso anno hanno favorito il costante incremento dei consumi domestici di prodotti a base di cacao. Oltre alle tradizionali tavolette infatti si presta per numerose preparazioni come biscotti, barrette, snack, cereali per la colazione e praline che stanno avendo un notevole sviluppo negli ultimi anni per Fairtrade. I volumi venduti sono stati pari a **8.895 tonnellate (+9 %)**, e il Premio generato per gli agricoltori pari **a 1.884.398 euro**.

**Le banane restano il prodotto più venduto per volumi.** Dopo una flessione nel periodo dell’emergenza COVID-19 dovuto principalmente alla chiusura delle mense scolastiche, con il 2021 le vendite sono tornate a crescere raggiungendo le **14.100 tonnellate**. I nuovi Criteri Minimi Ambientali che regolamentano la scelta delle forniture nella ristorazione collettiva del settore pubblico (CAM) stanno contribuendo in maniera significativa; ma anche dei nuovi inserimenti di prodotto in GDO lasciano prevedere buone opportunità di crescita.

**Caffè**. Dopo un 2020 molto complesso, le chiusure del primo trimestre del 2021, la diffusione dello smart-working nelle città e il calo nei flussi turistici hanno rappresentato un ostacolo per il settore di consumi fuori casa. Nel complesso tuttavia i volumi Fairtrade venduti sono cresciuti del **5% rispetto al 2020 con 843 tonnellate**.

**Lo zucchero.** In linea con la crescita registrata negli ultimi anni, il dato su questo prodotto si attesta su **5.158 tonnellate (+10%)** grazie all’utilizzo dello zucchero come ingrediente all’interno di prodotti confezionati o multi-ingrediente, oppure nei succhi di frutta.

Tra le iniziative per il business portate avanti durante l’anno, da segnalare il lancio del [portale èQuì](https://equi.fairtrade.it/account/register) rivolto agli esercizi commerciali come torrefazioni artigianali, pasticcerie, gelaterie e fiorerie che rivendono prodotti Fairtrade o li utilizzano come ingredienti nelle loro preparazioni. **èQuì** offre loro la possibilità di registrarsi e geolocalizzarsi, rendendoli più accessibili ai consumatori.

A livello globale l’attività di advocacy è stata dedicata principalmente a far emergere la voce degli agricoltori nel dibattito sulla **legge europea sulla Due Diligence sui diritti umani e ambientali (HREDD)**, che avrà lo scopo di monitorare l’impatto sui diritti umani e ambientali nelle filiere agricole locali e globali. Parallelamente Fairtrade si sta attrezzando per accompagnare le aziende già partner e le nuove nell’applicazione di questo percorso***.***

“Fairtrade porta le voci dei lavoratori e degli agricoltori nel dibattito sul fare impresa e sui diritti umani. Le leggi europee devono incoraggiare il dialogo e la collaborazione tra tutti gli attori della filiera agricola, dagli agricoltori fino ai retailer”. Ha dichiarato **Tytti Nahi, settore Business e Diritti umani in Fairtrade International** “L’approccio della due diligence porta trasparenza. Richiama tutti noi a lavorare insieme per contrastare le più impellenti sfide delle filiere globali, dal lavoro minorile ad un reddito dignitoso per tutti i produttori agricoli fino alle eccessive emissioni di CO2”.

“Il sistema globale Fairtrade è più che mai pronto a favorire nuove strategie per affrontare le problematiche che riguardano la sostenibilità e la giustizia sociale, tanto per le aziende del nostro paese quanto per le comunità agricole del sud globale. Temi come il raggiungimento di un salario o un reddito dignitosi per i lavoratori, la resilienza al cambiamento climatico e maggiori opportunità per le donne e i giovani sono diventate ormai necessità impellenti. Ora la sfida è approfondire la relazione con i nostri partner commerciali per accrescere il nostro impatto”. ha concluso **Paolo Pastore, Direttore generale di Fairtrade Italia**.

.

.

*Con invito alla diffusione.*

[DOWNLOAD FOTO E GRAFICI](https://drive.google.com/drive/folders/1LG80xeU4VCsF_TndFwg1zmCIvS5dp1Iy?usp=sharing)

TRACCIA AUDIO – [COMMENTO DATI DEL DIRETTORE COMMERCIALE THOMAS ZULIAN](https://drive.google.com/file/d/16gqOMqj3JvCbc9UKewl_z7bNti4lgH4-/view?usp=sharing)

Crediti fotografici: Foto archivio Fairtrade

Per maggiori informazioni:

Fairtrade Italia – Monica Falezza

Tel. 340.9832227

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 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 2500 prodotti Fairtrade** e **il valore delle vendite di prodotti con almeno un ingrediente Fairtrade è di 553 milioni di euro**. Per maggiori informazioni: [www.fairtrade.it](http://www.fairtrade.it/).