

A woman with dark hair tied back, wearing a green polo shirt and blue gloves, is crouching in a field of young green plants. She is looking towards the camera with a slight smile. In the background, other workers in green shirts are visible, working in the field. The scene is outdoors with trees and a building in the distance.

**PARTNERSHIP DI SOSTENIBILITÀ
CON LE IMPRESE**

ANNUAL REPORT 2017



FAIRTRADE
ITALIA

INDICE

Una grande alleanza per lo sviluppo sostenibile [Giuseppe Di Francesco, Presidente]	2
Equità responsabile per tutti [Paolo Pastore, Direttore]	4
Fairtrade nel mondo	6
Ingredienti dei prodotti composti: più opportunità di approvvigionamento Fairtrade	8
Nielsen: cresce la riconoscibilità del marchio [Giorgio Pedrazzini]	10
Comunicazione, marketing e advocacy: che cosa abbiamo fatto nel 2017	12
Bilancio 2017	14
Licenziatari e operatori FLO-Cert per l'Italia	18
Crediti	24

In copertina: Luis Morales, membro di APPTA (Costa Rica), appartenente alla popolazione Bribri, coltiva le piante di cacao.

© James A. Rodríguez



UNA GRANDE ALLEANZA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Il filo conduttore di questo rapporto, nel quale raccontiamo con orgoglio il nostro lavoro e i buoni risultati che con il marchio Fairtrade abbiamo conseguito in Italia nel corso del 2017, potrebbe essere quello dell'alleanza.

Dobbiamo costruire infatti una **grande alleanza** per raggiungere l'obiettivo di giustizia sotteso agli SDGs, gli Obiettivi per lo sviluppo sostenibile che nell'Assemblea Generale dell'ONU tutte le nazioni del pianeta si sono impegnate a raggiungere entro il 2030.

Per superare povertà e fame, garantire a tutti salute e accesso all'istruzione, contrastare il cambiamento climatico e ridurre le disuguaglianze, serve allora costruire un'alleanza larga, che **metta insieme la società civile, della quale Fairtrade fa parte, con le imprese responsabili, con i cittadini, con i governi.**

TUTTI INSIEME PER OBIETTIVI COMUNI

Noi vogliamo declinare il tema della partnership in chiave di raggiungimento di obiettivi di sostenibilità.

Perché il **commercio equo**, che mette al centro della relazione commerciale la dignità dell'uomo e il rispetto per l'ambiente, **definisce un partenariato tra produttori e consumatori**, e raggiunge l'obiettivo di contribuire allo sviluppo sostenibile nella misura in cui garantisce diritti e migliori condizioni commerciali agli agricoltori e ai lavoratori nelle aree più povere del pianeta.

Ma questa relazione non può realizzarsi senza la partecipazione di **imprese responsabili** che importano,

trasformano e mettono in commercio i prodotti agroalimentari del commercio equo: **imprese che hanno scelto Fairtrade come strumento per portare i temi della sostenibilità all'interno del proprio modello di business**, imprese che il consumatore riconosce e premia con le sue scelte di consumo responsabile.

UN GRANDE POTENZIALE

Siamo in grado di sviluppare un enorme potenziale, se possiamo fare il bene utilizzando come leva le strutture economiche tradizionali dei mercati.

Sarebbe riduttivo leggere il commercio equo come un **player eccentrico** nel mercato che si accontenta di avere successo nella propria nicchia: **noi dobbiamo, tutti insieme, cambiare le regole e le prassi del commercio** in direzione di una maggiore equità e giustizia.

Cambiando il commercio noi riusciamo a cambiare la vita delle persone, ad aumentare la giustizia sociale, a diffondere fiducia, a generare speranza.

E riusciamo a ridare opportunità a quei milioni di giovani che, nati nelle periferie delle grandi metropoli o nelle aree rurali più remote e povere, vivono una drammatica disparità di occasioni per costruirsi un futuro simile a coloro che invece hanno avuto la fortuna di nascere e crescere altrove.

Giuseppe Di Francesco
Presidente



CHE COS'È FAIRTRADE

SIAMO UN'ORGANIZZAZIONE GLOBALE CHE, ATTRAVERSO IL MARCHIO DI CERTIFICAZIONE FAIRTRADE, SI PROPONE DI GARANTIRE MIGLIORI CONDIZIONI DI VITA PER I PRODUTTORI DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO.

IMMAGINIAMO UN MONDO NEL QUALE TUTTI I PRODUTTORI POSSANO VIVERE E LAVORARE IN MODO SICURO E SOSTENIBILE, REALIZZARE LE PROPRIE POTENZIALITÀ E DECIDERE DEL PROPRIO FUTURO. LA NOSTRA ASPIRAZIONE È TRASFORMARE IL COMMERCIO GLOBALE PROMUOVENDO CONDIZIONI DI SCAMBIO PIÙ EQUE.

KASINTHULA, MALAWI

La **cooperativa Kasinthula** è stata creata nel 1996 dal governo del Malawi per dare un'opportunità alla popolazione povera e analfabeta di uscire da questa condizione di svantaggio. L'economia della regione è fondata principalmente sull'agricoltura, che rappresenta l'unica fonte di sostentamento per circa l'85% della popolazione. I coltivatori di Kasinthula vivono nel distretto di Chikwawa, che ha il più basso tasso di precipitazioni di tutto il paese. La lunga siccità spesso provoca carestie e quando arrivano le piogge, due volte all'anno, spesso si trasformano in inondazioni. La valle di Shira, dove Kasinthula ha la sua sede, rappresenta infatti una delle regioni più insospite del sud del paese, nonché una delle più povere dell'intera Africa meridionale.

USO DEL PREMIO

- > Costruzione di una sala comunitaria
- > Installazione di mulini per la macinazione del mais
- > Rette scolastiche per i bambini
- > Acquisto di cibo per i lavoratori
- > Gestione ambientale: piantumazione di piante e di erba lungo i filari

Elettricità per il villaggio di Chinangwa - Kasinthula Sugar Cooperative - Malawi.

© Anette C. Kay Fairtrade Danimarca



EQUITÀ RESPONSABILE PER TUTTI

Ci sono tre parole chiave che contraddistinguono l'anno appena passato, sia a livello internazionale che in Italia.

Equità: è una parola che definisce in sintesi il nostro rapporto con oltre **1,6 milioni di agricoltori Fairtrade** che in questa partnership trovano un giusto prezzo e un Premio Fairtrade che consente il riscatto e l'investimento nelle realtà locali. Concretamente questo concetto si traduce in circa **130 milioni di euro di valore di prodotti certificati Fairtrade acquistati in Italia** e in oltre **8 miliardi nel mondo**: non sono gesti di carità o di solidarietà ma di giustizia e di scambio nel rispetto di tutti.

Ci parlano di scelte da parte di aziende e di cittadini alleati nel cambiamento dei paradigmi economici, nella vita di tutti i giorni.

L'assortimento di questi prodotti è sempre più ampio: non più nicchie ma alimenti che sono sempre più presenti nella vita di tutta la famiglia.

Sostenibile: perché tutte le colture Fairtrade sono ottenute con lotta integrata e rispettosa dell'ambiente. In Italia, circa il 50% dei prodotti certificati sono anche provenienti da filiera biologica, segno che anche nei Paesi in via di sviluppo si cerca di privilegiare la ricerca di un'agricoltura più sana.

La sostenibilità è anche connessa al recupero di metodologie di coltivazione e produzione che non

obbligano ad acquisti di prodotti di sintesi ma recuperano le tradizioni anche grazie agli investimenti consentiti dal Premio Fairtrade, salvaguardando il valore aggiunto per le comunità locali. Siamo orgogliosi che questo sia al centro del **nostro lavoro con i network e le cooperative dei produttori** che, non dimentichiamolo, sono azionisti al 50% del Sistema.

Responsabile: l'unione di realtà di diverse parti del mondo lungo la filiera e la catena del valore consente di condividere un concetto di **responsabilità che va oltre lo scambio** ma si trasforma in relazione solida, trasparente e coinvolgente. Più Fairtrade per tutti significa anche rispondere in modo concreto e innovativo ai grandi temi che hanno aperto questo scorcio del nostro secolo. Alle migrazioni economiche, climatiche e causate da conflitti si può reagire anche facendo crescere il consumo responsabile.

Paolo Pastore
Direttore

Un coltivatore di cacao taglia con il machete i frutti nella propria piantagione - COOPROAGRO, Repubblica Dominicana.

© Fairtrade Austria

FUNDOPO, REPUBBLICA DOMINICANA

La **Fundación Dominicana de Productores Orgánico (FUNDOPO)** è un'organizzazione ombrello che raggruppa **67 piccole unità produttive dislocate nelle zone di Villa Altigracia, Yamasá, Puerto Plata, Joba e Blanco Arriba, Nagua, Maimon e San Francisco de Macoris**, sparse su una superficie di circa 6.000 ettari. La maggior parte delle cooperative ha sede nelle regioni montuose della Repubblica Dominicana, dove sgorgano le acque dei principali fiumi. In questa zona **il cacao rappresenta l'80% delle entrate delle famiglie**. La certificazione Fairtrade, ottenuta nel 2005 ha permesso ai produttori di ricevere un **compenso equo per il prodotto**, indipendente dal suo prezzo fluttuante sul mercato mondiale. Presso Fundopo la tutela delle risorse idriche e dell'ambiente viene salvaguardata con molta attenzione. Il cacao viene coltivato rispettando i criteri dell'**agricoltura biologica**, che garantisce ai produttori un maggiore guadagno.

USO DEL PREMIO

- > Costruzione di un centro polivalente
- > Costruzione di ponti per favorire il trasporto del cacao
- > Costruzione di essiccatoi e di centri di raccolta
- > Costruzione di un acquedotto



I PIÙ IMPORTANTI PRODOTTI E PAESI PRODUTTORI PER IL MERCATO ITALIANO



Ananas

- ① Costa Rica



Banane

- ① Rep. Dominicana ④ Panama
② Ecuador ⑤ Colombia
③ Perù



Cacao

- ① Perù ④ Costa d'Avorio
② Rep. Dominicana ⑤ Costa Rica
③ Ecuador ⑥ Ghana



Caffè

- ① Perù ⑨ Brasile
② Honduras ⑩ Colombia
③ Messico ⑪ Etiopia
④ Indonesia ⑫ Guatemala
⑤ Bolivia ⑬ Papua Nuova Guinea
⑥ India ⑭ Tanzania
⑦ Nicaragua ⑮ Uganda
⑧ Costa Rica ⑯ Vietnam



Cotone

- ① India
② Burkina Faso



Fiori

- ① Kenya



Tè

- ① Sri Lanka ③ Cina
② India ④ Sudafrica



Zucchero di canna

- ① India ⑥ Belize
② Paraguay ⑦ Malawi
③ Costa Rica ⑧ Mauritius
④ Cuba ⑨ Swaziland
⑤ Perù ⑩ Colombia

19 ORGANIZZAZIONI
NAZIONALI
FAIRTRADE

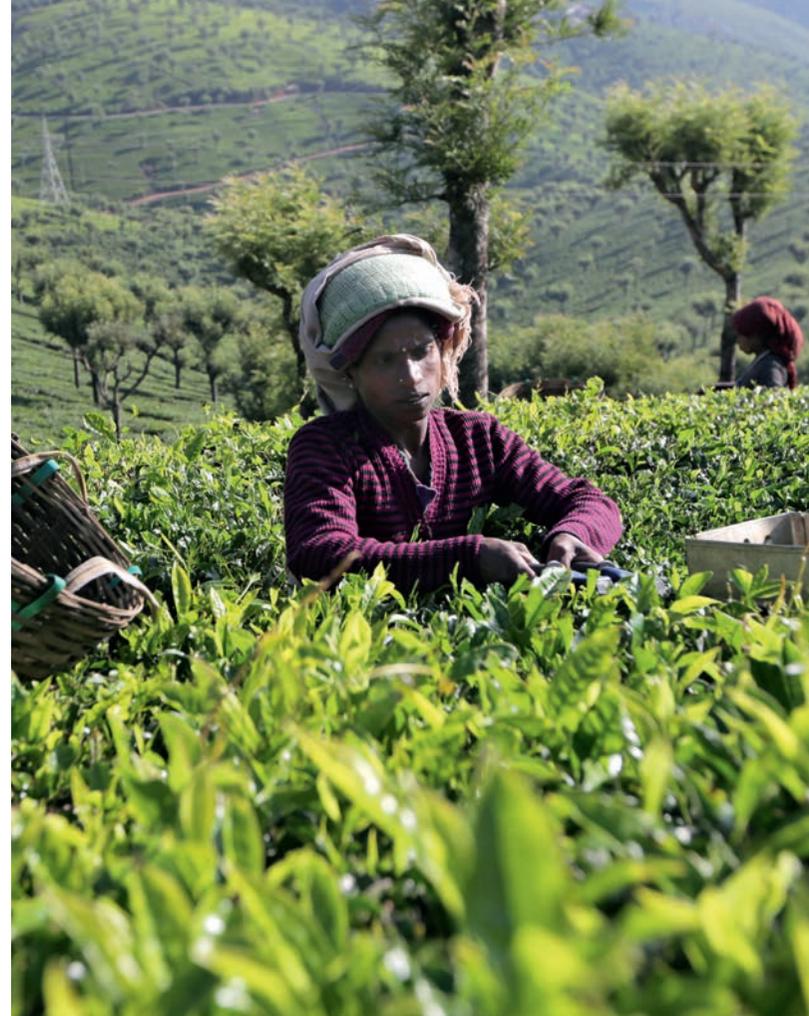


3 NETWORK DI
PRODUTTORI E
8 ORGANIZZAZIONI
DI MARKETING



Padmini, raccoglitrice di tè per United Nilgiri Tea, India.

© Fairtrade International



IL PREZZO MINIMO

LO CHIAMIAMO FAIRTRADE MINIMUM PRICE. È IL PREZZO MINIMO GARANTITO E STABILE, INDIPENDENTE DALLE FLUTTUAZIONI DI MERCATO CHE VIENE PAGATO AI PRODUTTORI PER LA LORO MERCE. VIENE STABILITO DI CONCERTO CON I PRODUTTORI PER CONSENTIRE LORO DI RICEVERE UN GUADAGNO CHE COPRA I COSTI DI PRODUZIONE MA CHE PERMETTA ANCHE INVESTIMENTI PER LO SVILUPPO DELL'IMPRESA.



INGREDIENTI DEI

PRODOTTI COMPOSTI:

PIÙ OPPORTUNITÀ DI

APPROVVIGIONAMENTO

FAIRTRADE

Judy Muthoni lavora a Simbi Roses vicino a Nairobi, Kenya. © Joerg Boethling

È vitale che gli agricoltori possano accedere al mercato Fairtrade in modi diversi, per avere una vita migliore e affrontare le sfide della produzione e della distribuzione, come le **fluttuazioni dei prezzi delle materie prime**.

Con questo obiettivo Fairtrade ha esteso il suo **Fairtrade Sourcing Programme (FSP)** a (quasi) tutte le materie prime per cui esiste uno standard. Rinominato **FSI - Fairtrade Sourcing Ingredient**, il modello, che già ha dimostrato un grande successo con il suo focus iniziale su cacao, zucchero e cotone, è ora applicabile a tutte le altre commodity certificabili, esclusi caffè e banane.

Scopo dell'FSP, quando è stato lanciato, era quello di coinvolgere le aziende con la possibilità di approvvigionarsi di una o più materie prime certificate Fairtrade, da utilizzare insieme a ingredienti non certificati all'interno di prodotti composti in linee specifiche o nell'intera produzione.

L'acquisto da parte delle aziende di ingredienti come cacao, zucchero e cotone con il modello FSP si è tradotto in un **impatto sostanziale per i volumi di vendita dei produttori**. Estendendo la gamma di materie prime che possono essere acquistate in termini Fairtrade, il programma avrà, da un lato, un impatto ancora più

diretto sui paesi in via di sviluppo e, dall'altro, offrirà alle aziende più opportunità per inserire ingredienti Fairtrade.

Il lancio del nuovo modello FSI - Fairtrade Sourcing Ingredient, disponibile dal 22 gennaio 2018, è stato accompagnato da una semplificazione del marchio, con l'indicazione dell'ingrediente interessato.



CAC ORO VERDE (PERÙ)

La Cooperativa Agraria Cafetalera y de servicios "Oro Verde" produce, lavora e commercializza principalmente **caffè arabica e cacao**. Ha sede a Lamas, la città del nord del Perù considerata la capitale folkloristica dell'Amazzonia peruviana. Fondata nel 1999 da 53 famiglie di produttori di caffè, negli anni ha ottenuto la **certificazione biologica e Fairtrade** e oggi conta più di 1.200 famiglie di soci, di etnia principalmente Chanca Lamista. Certificata Fairtrade dal 2002, "Oro Verde", produce anche miele e zucchero per il mercato nazionale, ospita turisti e ha un centro di degustazione di caffè.

USO DEL PREMIO

- > **Assistenza tecnica** a ogni socio per migliorare la produttività
- > **Cliniche mobili** gratuite per raggiungere le aree più isolate della comunità
- > **Diversificazione del raccolto e istituzione di orti familiari**
- > Formazione sulla realizzazione di **fertilizzanti organici**
- > **Rafforzamento** del business plan



CAC ORO VERDE, Perù. © Fairtrade International



NIELSEN: CRESCERE LA RICONOSCIBILITÀ DEL MARCHIO

Di **Giorgio Pedrazzini**
Consumer Insight Senior Consultant, Nielsen

Un'indagine Nielsen svolta all'inizio dell'anno su 1.000 responsabili degli acquisti ha evidenziato interessanti cambiamenti all'interno del mercato dei prodotti etici in Italia.

La prima importante dinamica è che **sempre più intervistati dichiarano di acquistare più spesso prodotti etici nei negozi alimentari** (si tratta di oltre la metà del campione, 51%, a fronte del 36% registrato nel 2014), i canali specializzati rimangono ancora in vetta alla classifica ma vedono erodere la propria quota (ora 65%) di 8 punti percentuali.

IL PREMIO FAIRTRADE

IL PREMIO FAIRTRADE È UN MARGINE AGGIUNTIVO AL PREZZO MINIMO PAGATO AI PRODUTTORI, DA INVESTIRE IN PROGETTI SOCIALI, SANITARI E DI BUSINESS DEVELOPMENT ATTRAVERSO UN PROGRAMMA PARTECIPATIVO E DEMOCRATICO. SONO GLI STESSI PRODUTTORI, INFATTI, CHE DECIDONO COME UTILIZZARE IL PREMIO FAIRTRADE.

Una volta terminata la fermentazione di otto giorni, il cacao è steso al sole per essere essiccato (Acopagro, Perù). © Luca Rinaldini

Inoltre, rispetto a quattro anni fa i consumatori affermano una **maggiore preferenza per i prodotti del commercio equo e solidale** (si passa dal 23% del 2014 al 29% di quest'anno). La prima motivazione che porta all'acquisto di prodotti etici è la volontà di sostenere una giusta causa (50%, con un guadagno di quasi una decina di punti percentuali rispetto a quattro anni fa), mentre le barriere più forti sono rappresentate dal prezzo e dalla poca affidabilità percepita (con un peso rispettivamente pari al 46% e al 43%).

PIÙ FIDUCIA A FAIRTRADE

Lo scenario di mercato rimane, per i consumatori, relativamente poco connotato in termini di brand: a livello spontaneo 3 consumatori su 4 non sono in grado di citare nessuna marca. In questo contesto, **Fairtrade riesce a emergere e risulta il terzo brand per conoscenza complessiva** (noto al 30% dei consumatori, un valore statisticamente più elevato rispetto a quello del 2014).

L'immagine di Fairtrade è **positiva** (per il 21% è migliorata negli ultimi mesi, per il 64% è rimasta stabile) e **migliore rispetto a tutti i competitor**. Volendo sintetizzare Fairtrade in tre parole chiave, possiamo parlare di fiducia, sicurezza e genuinità.

PIÙ DISTRIBUZIONE E PIÙ COLLABORAZIONE CON LE AZIENDE

I prossimi passi per Fairtrade sono quindi: **incrementare la conoscenza del brand** (nonostante il positivo differenziale rispetto al 2014 è necessario creare maggiore awareness, in questo senso packaging e internet hanno lavorato bene e sono senz'altro canali da potenziare, affiancandoli idealmente ad attività "dal basso", come viral marketing, passaparola, e così via), **aumentare la capillarità della distribuzione** (un maggior numero di punti di vendita, in particolare all'interno della GDO che nel settore etico ha visto crescere la sua importanza come canale, significa aumentare l'awareness da un lato e, ovviamente, accrescere gli atti di acquisto dall'altro) e **capitalizzare l'equity**: come detto, l'immagine di Fairtrade è la più positiva, ma altri brand sembrano maggiormente in grado di fidelizzare gli acquirenti... In questo momento i clienti attuali di Fairtrade chiedono più degli altri un **ampliamento della gamma di prodotti e nuove partnership** con marche e/o associazioni più conosciute.

Roy, Celia e Adrian nel magazzino di Coinacapa che produce noci, Bolivia.
© Fairtrade International

I NUMERI DI FAIRTRADE

1.600.000  **AGRICOLTORI**

ASIA AFRICA AMERICA LATINA **73 PAESI**



CAFFÈ, ZUCCHERO, BANANE, ANANAS CACAO, BANANE, TÈ, FIORI E MOLTO ALTRO



IN VENDITA IN 140 PAESI





**COMUNICAZIONE,
MARKETING
E ADVOCACY:
CHE COSA ABBIAMO
FATTO NEL 2017**

Nel 2017 ci siamo concentrati sulle azioni e i progetti a **diretto contatto con le persone**, proseguendo sulla linea della strategia triennale che ha caratterizzato il lavoro di comunicazione e di marketing degli ultimi anni. **Fulcro del nostro interesse sono i punti di vendita** dove le persone possono trovare i prodotti certificati e dove, attraverso l'impiego di personale preparato, riusciamo a trasmettere a tu per tu il valore di Fairtrade e le storie che si nascondono dietro i prodotti che le persone possono trovare a scaffale.

**I PRODUTTORI
NEL MONDO
HANNO RICEVUTO
CIRCA 
 € 150
MILIONI
IN FAIRTRADE
PREMIUM 
NEL 2016**

LA GRANDE SFIDA

Nel 2017 abbiamo confermato l'adesione alla campagna Internazionale **World Fairtrade Challenge** (la Grande Sfida Fairtrade) raggiungendo più di 100 eventi in tutta Italia tra bar e colazioni private. Ci siamo piazzati al nono posto nella competizione internazionale tra 20 paesi, coinvolgendo alcune delle torrefazioni del nostro circuito e consegnando alla Caffetteria Goppion di Piazza delle erbe a Padova il titolo di Fairtrade Best Bar. Buon successo anche per la prima edizione di un **concorso fotografico** che ha premiato con prodotti Fairtrade le 20 foto più belle realizzate durante gli eventi privati della campagna.



LE SETTIMANE FAIRTRADE

Grazie alla collaborazione con **Coop** e **Carrefour**, nel 2017 abbiamo toccato quota 170 punti vendita nei weekend delle Settimane Fairtrade (14-29 ottobre), raggiungendo 27 mila persone con le nostre informazioni. Una grossa mano è arrivata dalle reti dei **soci Coop**: nelle Settimane Fairtrade, oltre alle collaborazioni consolidate con il circuito del **Consorzio Nordovest** (Novacoop, Coop Liguria, Coop Lombardia), altri gruppi si sono mobilitati in **Unicoop Firenze**, **Alleanza 3.0** e **Unicoop Tirreno** organizzando banchetti di degustazione e assaggi.



INSIEME ALLE UNIVERSITÀ

Prosegue il nostro impegno anche sul fronte del **coinvolgimento delle Università**: testimonianze durante i corsi universitari (Tor Vergata a Roma, Ca' Foscari a Venezia, Cattolica a Milano) e progetti di ricerca (Università degli Studi di Milano). Nel 2017 abbiamo realizzato anche il **primo workshop** per studenti universitari che ha visto la partecipazione di ragazzi provenienti da diversi atenei: si è trattato di una giornata di approfondimento sugli Standard Fairtrade con una testimonianza aziendale. Il coinvolgimento di associazioni e gruppi di studenti ha portato alla realizzazione anche di due eventi organizzati dagli studenti nell'ambito della Fairtrade Challenge.



ADVOCACY PER IL RICONOSCIMENTO DEL COMMERCIO EQUO

Abbiamo consolidato la partecipazione ad alcuni importanti tavoli di lavoro ministeriali: la revisione dei Criteri Ambientali Minimi negli acquisti pubblici per la ristorazione collettiva, come quello del Ministero dell'Ambiente per la revisione. Siamo stati parte dei **gruppi di lavoro del Ministero degli Affari Esteri**, per definire nuove modalità e nuovi soggetti della **Cooperazione Internazionale**. Insieme alle altre organizzazioni di commercio equo, abbiamo supportato l'iter parlamentare della **proposta di legge per la promozione del commercio equo in Italia**, che purtroppo non ha ottenuto l'approvazione definitiva del Senato prima dello scioglimento delle Camere. Importanti progressi li abbiamo ottenuti sul fronte della **Riforma del Terzo settore**, che riconosce il commercio equo come nuova forma di impresa sociale. Si sono tenute anche quest'anno le **Colazioni Fair Trade al Parlamento Europeo**, momento di discussione su commercio equo e obiettivi di sviluppo sostenibile.





BILANCIO 2017

Pablo Araya è un piccolo produttore associato a AGRONORTE (Costa Rica) che esporta ananas certificati Fairtrade dal Costa Rica. © Luca Rinaldini

Voci di bilancio	Totale 2017
ENTRATE	
Ricavi da gestione licenza Marchio - mercato italiano	1.488.124
Ricavi da gestione licenza Marchio - mercati esteri	428.498
Entrate da progetti, campagne, eventi	38.934
Altri proventi	67.272
TOTALE	2.022.828
USCITE	
Sistema Internazionale Fairtrade	435.532
Trasferimento ricavi da licenza Marchio - mercati esteri	363.568
Attività istituzionali, tecniche, commerciali e culturali	861.426
Consulenze e costi innovazione	53.189
Utenze e altre spese di struttura	88.698
Altri costi amministrativi (incl. Oneri Tributari)	125.964
TOTALE	1.928.377
UTILE D'ESERCIZIO	94.451
ATTIVITÀ	
Immobilizzazioni	293.616
Crediti correnti	768.050
Disponibilità liquide	190.323
Altre voci attive	27.969
TOTALE	1.279.958
PASSIVITÀ	
Patrimonio netto	281.103
Debiti correnti	516.101
Debiti verso istituti di credito	164.366
Fondo Rischi	40.000
Altre voci passive	278.388
TOTALE	1.279.958

I NUMERI IN ITALIA

VALORE RETAIL



N.B.:

Sono stati apportati dei correttivi in aumento ai valori calcolati per gli anni 2014-2015-2016 a seguito di rendicontazione tardiva di alcuni volumi di vendita di Banane Fairtrade

FAIRTRADE ITALIA

SIAMO IL CONSORZIO COOPERATIVO CHE DAL 1994 PROMUOVE IL MARCHIO FAIRTRADE E I VALORI DEL COMMERCIO EQUO CERTIFICATO SUL TERRITORIO ITALIANO. SIAMO COSTITUITI DA ORGANIZZAZIONI NON GOVERNATIVE, ASSOCIAZIONI, COOPERATIVE, CONSORZI E SOCIETÀ CHE SOSTENGONO IL COMMERCIO EQUO, LA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE, L'AZIONE SOCIALE, LA FINANZA ETICA, IL RISPETTO DELL'AMBIENTE E LA TUTELA DEI CONSUMATORI. WWW.FAIRTRADE.IT

I prodotti certificati Fairtrade venduti in Italia sono sempre di più. La parte del leone è sostenuta dalle banane che da sole fanno più del 50% a volume del complessivo dei prodotti. Seguono lo zucchero (sia granulare che utilizzato per i prodotti composti), il cacao e il caffè. Anche Fairtrade Italia, seguendo i trend indicati a livello internazionale, punta a un significativo incremento dei prodotti core che hanno il maggiore impatto per i produttori.

VOLUMI 2017 PER PRODOTTO

Prodotti	Totale 2017
Banane	13.658.200
Altra frutta fresca	1.225.670
Frutta secca ed essiccata	119.970
Fave di cacao	1.655.000
Zucchero di canna	3.385.200
Caffè verde	811.600
Succhi di frutta	947.000
Riso	284.800
Tè	156.200

Nota:

le quantità sono espresse in kg tranne per il succo (in litri)

PREMIUM GENERATO PER I PRINCIPALI PRODOTTI NEL 2017 (IN EURO)

1.641.000



 **BANANE**
703.100

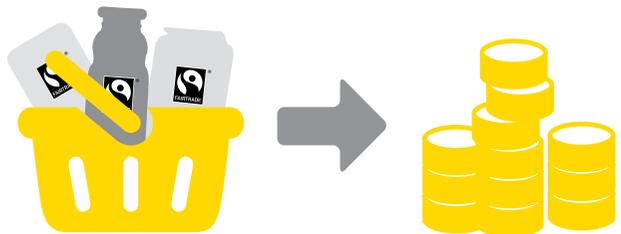
 **CACAO**
309.000

 **CAFFÈ**
334.000

 **ZUCCHERO**
221.900

 **TÈ**
73.000

LE VENDITE GLOBALI
HANNO RAGGIUNTO QUOTA
€ 7,88 MILIARDI



DALLO STATUTO DI FAIRTRADE ITALIA

LO SCOPO SOCIALE:

- LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DELLA CERTIFICAZIONE FAIRTRADE (...)
- (...) LA DIFFUSIONE DEI PRODOTTI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE CERTIFICATI FAIRTRADE, UNO STRUMENTO PER LA COOPERAZIONE CONCRETA ALLO SVILUPPO COMUNE ED ARMONICO TRA NORD E SUD DEL MONDO, BASATO SU GIUSTIZIA SOCIALE, RECIPROCIITÀ E CORRESPONSABILITÀ
- LA SENSIBILIZZAZIONE E IL COINVOLGIMENTO DEI CONSUMATORI AFFINCHÉ ADOTTINO NUOVI CRITERI AL MOMENTO DELLA SCELTA DEGLI ACQUISTI QUOTIDIANI



Il ritratto di Rosa Murrieta, socia della cooperativa Acopagro, Perù. © Luca Rinaldini

Hilda Largocho, lavoratrice del magazzino di Finca El Antojo, Colombia.
© Marcel Koppen

FINCA EL ANTOJO

La piantagione è stata fondata nel 1992 su un lotto di 100 ettari in cui lavoravano cinque persone e dal 1993 si avvale dei servizi di esportazione di Uniban. Dal 2005 la piantagione è certificata Fairtrade. Attualmente l'azienda agricola ha una superficie di 163 ettari, di cui circa 140 coltivati a banane. Finca El Antojo è stata investita dalle violenze che hanno colpito l'area negli anni '90 ad opera dei gruppi armati della zona (FARC e EPL). Un periodo terribile che ha segnato profondamente la vita sia dei proprietari che dei lavoratori della piantagione. Attualmente lavorano nella Finca circa 125 persone, la maggior parte di essi con un contratto di lavoro stabile.

USO DEL PREMIO

> Il Comitato dei lavoratori per la gestione del Premio ha impiegato il denaro per istituire dei fondi di credito per gli stessi lavoratori con differenti obiettivi: **abitazioni, assicurazioni e servizi** in ambito sanitario, **emergenze domestiche, borse di studio** per i figli dei lavoratori, supporto per le comunità.





**LICENZIATARI
E OPERATORI
FLO-CERT
PER L'ITALIA**

La responsabile del vivaio della cooperativa Acopagro (Perù) Carmen Boniella Torres, mentre lavora nella selezione delle piante di cacao. © Luca Rinaldini

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
A. GANDOLA & C. SPA	Calcinato (Bs)	www.gandola.it	cacao e cioccolato, creme spalmabili	zucchero, cacao, spezie e infusi, miele, frutta secca
ABAFOODS	Badia Polesine (Ro)	www.isolabio.com		zucchero, cereali, cacao, riso
AFRICOOP SOCIETÀ COOPERATIVA	Modena	africoop.it	frutta fresca	
AGRICOLLI BIO	Latina			spezie
AGRINTESA SOC. COOP. AGRICOLA	Campagnola di Zevio (Vr)	www.agrintesa.it		banane
AGRO T18 ITALIA SRL	Torino	www.t18.it	banane	
AGROVER	Lignana (Vc)	www.agrover.it		riso
ALBER SRL	Lana (Bz)	www.alber.it	cotone	
ALCE NERO SPA	San Lazzaro di Savena (Bo)	www.alcenero.com	cacao e cioccolato, prodotti dolciari, zucchero, tè e infusi, riso, caffè, banane, bevande, frutta conservata	zucchero, cacao, caffè, succhi di frutta
ALIFRESCA ITALY SRL	Verona	www.alifresca.it		frutta fresca
ALITHEA SRL	Busto Garolfo (Mi)	www.alithea.eu		cacao
ALKAFF	Tremestieri Etneo (Ct)	www.alkaff.it		caffè
ALTRA QUALITÀ SOC. COOP.	Voghiera (Fe)	www.altraq.it	zucchero, tè e infusi, cotone	zucchero, spezie e infusi, tè
APOFRUIT ITALIA SOC. COOP. AGRICOLA	Cesena	www.apofruit.it	banane	banane
ATTIVA SAS	Cascine di Buti (Pi)	www.impressioni.it	caffè	caffè

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
AXIA FOOD SRL	Saronno	www.axiafood.it		spezie e infusi
AZIENDE RIUNITE CAFFÈ SPA	Milano	www.riunitecaffè.com		caffè
BATTAGLIO SPA	Grugliasco (To)	www.battaglio.it	banane	banane
BAUM SOCIETÀ COOPERATIVA	Ferrara	www.equosolidale.it	cacao e cioccolate, prodotti dolciari, tè e infusi, riso, frutta secca, zucchero, spezie	zucchero, cacao, spezie e infusi, miele, frutta secca, semi oleosi, riso, tè
BEST COFFEE SRL	Taranto	www.bestcoffee.it		caffè
BIANCAFFÈ SRL	Giffoni Valle Piana (Sa)	www.biancaffè.com	caffè	caffè
BONOMELLI SRL - DIVISIONE CANNAMELA	Zola Predosa (Bo)			spezie e infusi
BOUTIC CAFFÈ SAS DI FEO PAOLO E C.	Torino	www.caffeboutic.it	caffè	caffè
BRIO SPA	Campagnola di Zevio (Vr)	www.briospa.com	banane	banane
CAFEMOKA SRL	Alessandria	www.cafemoka.it		caffè
CAFFÈ AGUST	Brescia	www.agust.it	caffè	caffè
CAFFÈ CARRARO SPA	Schio (Vi)	www.caffecarraro.it	caffè	caffè
CAFFÈ HAITI ROMA DI MARTELLA AZEGLIO & C. SRL	Roma	www.caffehaitiroma.it	caffè	caffè
CAFFÈ MOAK	Modica	www.caffemoak.com	caffè	caffè
CAFFÈ MOLINARI	Modena	www.caffemolinari.com	caffè	caffè
CAFFÈ MORGANTI SRL	Roma	www.morganti.it	caffè	caffè
CAFFÈ RIVER SPA	Arezzo	www.cafferiver.com	caffè	caffè

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
CAFFITALY SYSTEM SPA CON SOCIO UNICO	Gaggio Montano (Bo)	www.caffitaly.com	caffè	caffè, tè
CANOVA	Longiano (Fc)	www.canovaprodottibioologici.it	banane	
CARACOL SOCIETÀ COOPERATIVA	Salerno	www.equocaffè.it	caffè, zucchero	
CAROMA SRL	Fiè allo Sciliar (Bz)	www.caffè-caroma.it	caffè	caffè
CASACAFFÈ	Napoli	www.caffemaestro.com	caffè	
CEREAL FOOD SRL	Rondissone (To)	www.cerealfood.it		zucchero, cacao, riso
CESARE TRUCILLO SPA	Salerno	www.trucillo.it	caffè	caffè
CLOETTA ITALIA SRL	Cremona	www.sperlari.it	cacao e cioccolato	
CO.IND S.C.	Castelmaggiore (Bo)	www.coind.it	cacao e cioccolato, caffè, vending	zucchero, cacao, caffè, tè
COMPAGNIA DEL CAFFÈ	Moscufo (Pe)	www.universalcaffè.com	caffè	caffè
CONAPI S.C.R.L.	Monterenzio (Bo)	www.conapi.it	miele	miele
CONOR SRL	Bologna	www.conorsrl.it	banane	banane
COOP. CHICO MENDES-MODENA	Modena	www.chicomodena.it	frutta secca	cacao, frutta secca
COPROB SCA	Minerbio (Bo)			zucchero
CORSINO CORSINI SPA	Civitella in Val di Chiana - Loc. Badia al Pino (Ar)	www.caffecorsini.it	caffè	caffè
COSTADORO SPA	Torino	www.costadoro.it	caffè	caffè
COVIM SPA	Genova	www.covimcaffè.it		caffè
CRASTAN SPA	Pontedera (Pi)	www.craстан.it		zucchero, cacao
CTM ALTROMERCATO SOC. COOP.	Verona	www.altromercato.it		zucchero, cereali, cacao, caffè, riso

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
CTM-AGROFAIR ITALIA SRL	Bolzano / Bozen	www.altromercato.it/it_it/ctmagrofair/		banane, frutta fresca, semi e frutti oleosi
D&C SPA / EUROFOOD	Corsico (Mi)	www.dec.it	zucchero	
D.A.EM. SPA	Castelmaggiore (Bo)	www.buonristoro.com	vending	
D'ORSOGNA DOLCIARIA SRL	San Vito Chietino (Ch)	www.dorsogna.it		zucchero, cacao, spezie e infusi, frutta secca
DALTAM EL CIBAO SRL	Trento	www.daltam.com	zucchero	zucchero
DAMIANO SPA	Torrenova (Me)	www.damianorganic.com	prodotti dolciari, creme spalmabili	zucchero, cacao, frutta secca, semi oleosi
DEANGELIS SRL	Civita Castellana (Vt)	www.deanocciola.com	creme spalmabili	zucchero, cacao, frutta secca
DEL CONTE	Villa del Conte (Pd)	www.delcontecioccolato.it		cacao
DI COSTA S.P.A	Franca Villa di Sicilia (Me)	www.dicosta.it		cacao
DI NISIO SRL	Roma	www.mokambo.it	caffè	caffè
DISTILLERIE FRANCIACORTA SPA	Gussago (Bs)	www.distillieriefranciacorta.it		cacao
DOL.C.I.P.P SRL	Norma (Lt)	www.museodelcioccolato.com	cacao e cioccolate, prodotti dolciari, crackers e prodotti da forno	zucchero, cacao, spezie e infusi, miele, frutta secca
DOLCEAMARO SRL	Monteroduni (Is)	www.dolceamaro.com	cacao e cioccolate	cacao, caffè, frutta secca
DOLE ITALIA SPA	Milano	www.dole.it	banane	banane
EFFE VI SRL	Grugliasco (To)	www.effevi.com	banane	
EKAF SPA ITALY	Genova	www.ekaf.it	caffè	caffè
EL TAMISO SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA	Padova	www.eltamiso.it	frutta secca, banane, cereali, spezie	
EPOS CAFFÈ	Belpasso (Ct)	www.eposcaffe.it	caffè	caffè

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
ESPRESSOCAP SRL	Bareggio (Mi)	www.espressocap.com		caffè
ESSERRE DISTRIBUZIONE CAFFÈ RAVASIO	Brusaporto (Bg)	www.cafferavasio.it	caffè	caffè
EVERTON SPA	Tagliolo Monferrato (Al)	www.evertonspa.it	zucchero, tè e infusi	tè, zucchero
F&F EUROPE SRL	San Lazzaro di Savena (Bo)	www.feurope.eu	banane	banane, frutta fresca, spezie e infusi
FA-MA JERSEY SPA	Pistoia	www.famajersey.com		cotone
FAN SPA	Casorezzo (Mi)			zucchero, cacao, semi oleosi, riso
FARMO SPA	Casorezzo (Mi)	www.farmo.com	crackers e prodotti da forno, yogurt	zucchero, cacao, frutta secca
FATTORIA SCALDASOLE SRL	Monguzzo (Co)	www.fattoriascaldasole.it	yogurt	banane, zucchero, caffè
FIGLI DI PININ PERO & C. SPA	Nizza Monferrato (At)	www.pininpero.com	zucchero	zucchero
FILICORI ZECCHINI	Castel S. Pietro Terme (Bo)	www.flicorizecchini.it	caffè	caffè
FLORA TOSCANA SOC. AGR. COOP.	Pescia (Pt)	www.floratoscana.it	fiori	fiori
FRABO	Carmignano di Brenta (Pd)	www.frabomoda.com	cotone	
FRATELLI NAPPI	S. Gennaro Vesuviano (Na)			zucchero, cacao, caffè, frutta secca, frutta fresca
FRUTTAGEL S.C.P.A.	Alfonsine (Ra)	www.fruttagegel.it	succhi di frutta	succhi di frutta
FRUTTITAL FIRENZE SPA	Firenze	www.orserogroup.it	banane	banane
FRUTTITAL SRL	Milano	www.orserogroup.it	banane	banane
G7	Bentivoglio (Bo)	www.g7gelati.it	gelati e dessert freschi	zucchero, cacao

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
GABESCO ITALIA SRL	Milano			caffè
GANDOLA BISCOTTI SPA	Rudiano (Bs)	www.gandola.it	prodotti dolciari	zucchero, cacao, spezie e infusi, miele, frutta secca
GELATI SRL	Nervesa della Battaglia (Tv)	www.gelatisrl.it		caffè
GENERAL BEVERAGE SRL	Pontremoli (Ms)	www.iobevo.com	vending, bevande, cacao e cioccolato	zucchero, cacao, caffè, succhi di frutta, spezie e infusi, tè
GOPPION CAFFÈ SPA	Preganziol (Tv)	www.goppioncaffe.it	caffè	caffè
GRUPPO ARGENTA SPA	Mestre (Ve)	www.ilgustocolsorriso.it	vending	
GRUPPO GIMOKA SRL	Trezzano sul Naviglio (Mi)	www.gimoka.it	caffè	caffè
ICAM SPA	Orsenigo (Co)	www.icamcioccolato.it	cacao e cioccolato, creme spalmabili	zucchero, cereali, cacao, caffè, spezie e infusi, riso, frutta secca
IDB INDUSTRIA DOLCIARIA BORSARI SRL	Badia Polesine (Ro)	www.idbgroup.it		zucchero, cacao
IDEALSERVICE SRL	Viadana (Mn)	www.idealservice.it	caffè, vending	
IMPERATOR SRL	Trieste	www.imperator.cc		caffè
INDUSTRIE RIUNITE DEL CAFFÈ S.P.A.	Milano	www.caffetubino.it		caffè
INTERKOM S.P.A.	Napoli	www.interkom.it		caffè
INVENTA	Milano		banane	
IRCA SPA	Gallarate (Va)	www.irca.eu		zucchero, cacao, spezie e infusi
ITALIA ZUCCHERI COMMERCIALE SRL	Minerbio (Bo)	www.italiazuccheri.it	zucchero	zucchero

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
ITALIAN FRESH FOODS SPA	Lasigno (Co)			cacao
JULIUS MEINL ITALIA SPA	Altavilla Vicentina (Vi)	www.meinlcoffee.com/it		caffè
KIMBO SPA	Melito di Napoli (Na)	www.kimbo.it	caffè	caffè
KING CUP	Monticello Brianza (Lc)	www.kingcupcoffee.com	caffè	
KLOPMAN INTERNATIONAL SRL	Frosinone	www.klopman.com		cotone
LA CESENATE CONSERVE ALIMENTARI	Cesena (Fc)	www.lacesenate.it	polpe e succhi di frutta	banane, frutta fresca, riso
LAB CAFFÈ	Campagna (Sa)	www.labcaffe.com	caffè	caffè
LAICA	Arona (No)	www.laica.eu		cacao
L'ALBERO DEL CAFFÈ SNC	Anzola dell'Emilia (Bo)	www.alberodelcaffe.org	caffè	caffè
LE PIANTAGIONI DEL CAFFÈ SRL	Livorno	www.lepiantagionidelcaffe.com	caffè	caffè
MANUEL CAFFÈ	San Vendemiano (Tv)	www.manuelcaffe.it	caffè	caffè
MARAISMARA DI MARA BRAGAGLIA & C. SAS	Torricella (Fr)	www.maraismara.com	oro e preziosi	oro
MARZOTTO SRL	Castelgomberto (Vi)	www.marzottosrl.it	caffè	caffè
MATRUNITA MEDITERRANEA SRL	Vado Ligure (Sv)	www.matrunita.com		miele
MATTIOLI GIOIELLI	Torino			oro
MAURO DEMETRIO SPA	Villa S. Giovanni (Rc)	www.caffemauro.com	caffè	caffè

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
MAXI SRL	Bolzano	www.maxi-online.it		zucchero
MENZ & GASSER SPA	Novaledo (Tn)	www.menz-gasser.it	marmellate e confetture	banane, zucchero, caffè, frutta fresca
MISCELA D'ORO	Messina	www.misceladoro.com	caffè	caffè
MOKAFÈ SAS	Alba (Cn)	www.mokafe.it	caffè	caffè
MUSETTI SRL	Pontenure (Pi)	www.mugetti.it	caffè	caffè
NATEX INGREDIENTS	Milano	www.natexingredients.it	polpe e succhi di frutta	banane
NATURA NUOVA SPA CONSORTILE	Bagnacavallo	www.natura-nuova.com	polpe e succhi di frutta	banane
NEW FACTOR SPA	Cerasolo Ausa di Coriano (Rm)	www.newfactor.it	frutta secca	frutta fresca
NEW PAK SRL	Mordano (Bo)	www.newpak.it	tè e infusi	tè
NEWCHEM SRL	Milano	www.newchem.it		zucchero, cacao, frutta secca
NICOFRUTTA SPA	Verona	www.nicofrutta.it	frutta fresca	frutta fresca
NKG BERO ITALIA SPA	Genova	www.nkgbero.it		caffè
NUOVA AMAGLIO FUNGOROBICA SRL	Cavenago Brianza (Mb)	www.nuova-amaglio.com	frutta fresca	frutta fresca
NUTKAO SRL	Canove di Govone (Cn)	www.nutkao.com		cacao
OMKAFE	Arco (Tn)	www.omkafe.it	caffè	caffè
ORIGINE SRL	Motta di Livenza (Tv)	www.francocaffe.it	caffè	caffè
ORTOBERGAMO SRL	Bergamo	www.tiraboschifrutta.com	banane	
OTTO & CO SRL	Genova	www.ottochocolates.com	cacao e cioccolate	
PASKÀ SRL	Napoli	www.intenso.biz	caffè	caffè

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
PASTICCERIA VENIANI	Gavirate (Va)	www.bruttiebuoni.it		cacao
PASTIFICIO FELICETTI	Predazzo (Tn)	www.felicetti.it		riso
PEDANO E FIGLI	Milano	www.pedano.it	cotone	
PEDON SPA	Molvena (Vi)	www.pedon.it	cereali	cereali, cacao, semi oleosi, riso
PERRERO CAFFÈ	San Carlo Canavese (To)	www.caffeperrero.it	caffè	caffè
PEVIANI SPA	Siziano (Pv)	www.peviani.it	frutta fresca	frutta fresca
PROCAFFÉ SPA	Belluno	www.procaffe.it		caffè
PUNTO EQUO SOCIETÀ COOPERATIVA	Milano	www.puntoequo.org	caffè	
RACHELLI ITALIA SRL	Pero (Mi)	www.rachelli.com	gelati e dessert freschi	zucchero, cacao, caffè, spezie e infusi
RADER SPA	Altavilla Vic. (Vi)	www.rader.it		zucchero
RES PHARMA INDUSTRIALE SRL	Trezzo Sull'Adda (Mi)	www.respharma.com		cacao, frutta secca, semi oleosi
RISERIA GIUSEPPE MARTINOTTI	Trino (To)	www.riseriamartinotti.it		riso
RISERIA VIGNOLA GIOVANNI SPA	Balzola (Al)	www.risovignola.it		riso
RISO INVERNIZZI SPA	Novara	www.risoinvernizzi.com		riso
RISO SCOTTI SPA	Pavia	www.risoscotti.it	riso	riso
RN CAFFÈ	Lucca	www.caffebonito.it	caffè	caffè
SAMA SPA	Ponso (Pd)	www.samafood.it	frutta conservata	
SANDALJ TRADING COMPANY SPA	Trieste	www.sandalj.com		caffè

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
SAQUELLA 1856 SRL	Pescara	www.saquella.it	caffè	caffè
SCAPIGLIATI DOLCIARIA SRL	Figline Valdarno (Fi)	www.scapigliati.it	prodotti dolciari	zucchero, cacao, miele
SCATTOLIN DISTRIBUZIONE SRL	Noale (Ve)	www.scattolin-srl.it	vending, caffè	
SCHREYÖGG SRL	Parcines (Bz)	www.s-caffe.com	caffè	caffè
SIDECA SRL	Signa (Fi)	www.latosteria.it	caffè	caffè, tè
SIMBA S.P.A.	Albenga (Sv)	www.orserogroup.it	banane	banane
SOCADO	Villafranca di Verona (Vr)	www.socado.com	cacao e cioccolato	zucchero, cacao, spezie e infusi
SOLOITALIA SRL	Ossona (Mi)	www.solo-italia.com	yogurt	
SPREAFICO FRANCESCO & F.LLI SPA	Dolzago (Lc)	www.spreafico.net	banane	banane, frutta fresca
SRB SPA	Brindisi			zucchero
T.M. TORREFAZIONE SRL DEI F.LLI MORANDINI & C.	Plemo di Esine (Bs)	www.caffemorandini.it	caffè	caffè
T.M.K. SRL TMK SRL	Sarcedo (Vi)	www.neronobile.com		caffè
T.N.Y. SPA TORREFAZIONE CAFFÈ NEW YORK	Pistoia	www.caffenewyork.it	caffè	caffè
TARTUFLANGHE SRL	Piobesi d'Alba (Cn)			cacao
TENACTA GROUP SPA	Azzano San Paolo (Bg)	www.tenactagroup.com/it/	caffè	caffè
TIRAS COTTON S.N.C. DI FIORENDI M. & SAMOFALOVA A.	Alzano Lombardo (Bg)	www.tirascotton.com		cotone
TITAN SERVICES	Rovereta (San Marino)			zucchero, cacao, spezie e infusi

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	LICENZIATARI	FLO CERT
TORREFAZIONE CAFFÈ GOURMET	Imola	www.torrefazionegourmet.it	caffè	caffè
TORREFAZIONE CAFFÈ SALOMONI	Mantova			caffè
TORREFAZIONE CAFFÈ PAZZINI	Coriano (Rn)	www.caffepazzini.it	caffè	caffè
TORREFAZIONE MOKAFLOR	Firenze	www.mokaflor.it	caffè	caffè
TORREFAZIONE PARANA	Roma	www.caffeparana.it	caffè	caffè
TOSCANA BANANE	Firenze	www.cominfrut.com	banane	banane
ULTRAMAR CAFFÈ	Fano (Pu)	www.ultramarcaffe.com	caffè	caffè
UMBRA BANANE	San Sisto (Pg)	www.cominfrut.com	banane	banane
V. BESANA SPA	San Gennaro Vesuviano (Na)	www.besanaworld.com	frutta secca	zucchero, cacao, frutta secca
VEDAL	Trento	www.vedal.it		zucchero
VERWERKAF SPA	Noceto (Pr)	www.verwerkaf.it		caffè
VIVIROMANO SRL	Guidonia Montecelio (Rm)	www.apofruit.it	banane	banane
VIVITOSCANO SRL	Firenze	www.apofruit.it	banane	banane
WAL-COR CORSANINI	Pozzaglio Ed Uniti (Cr)	www.wal-cor.it		cacao
WITOR'S SPA	Corte de' Frati (Cr)	www.witors.eu	cacao e cioccolato	cacao
ZOFFOLI BANANE S.R.L.	Cesena		banane	banane

CREDITI



TESTI

Elisa Carraro
Benedetta Frare
Giorgio Pedrazzini

RINGRAZIAMO PER LA COLLABORAZIONE

tutto lo staff di Fairtrade Italia

REALIZZAZIONE GRAFICA E STAMPA

Publistampa Arti grafiche

Il Consiglio di Amministrazione di Fairtrade Italia

Giuseppe Di Francesco (presidente)
Giorgio Prampolini (vicepresidente)
Daniela Sciarra (Legambiente)
Victor Ivankov (ColInd)
Francesco Russo (ANCC Coop)
Fabrizio Piva (CCPB)
Dina Taddia (GVC)
Francesco Basile (Focsiv)
Alfredo Cucciniello (Acli)

IMMAGINI

James A. Rodriguez, foto copertina

Anette C. Kay, pag. 3

Fairtrade Austria, pag. 5

Fairtrade International, pag. 7 - 9 - 11

Joerg Boethling, pag. 8

Luca Rinaldini, pag. 10 - 14 - 16 - 18

Marcel Koppen, pag. 17

Danielle Villasana, pag. 24

FAIRTRADE ITALIA ADERISCE A

AOI

ASVIS

BANCA POPOLARE ETICA

COOPERATIVA EDITORIALE ETICA

COOPERFIDI

ETIMOS

EXPONIAMOCI

FORUM ITALIANO DEL TERZO SETTORE

ICEA

LEGACOOP

LIBERA

MAG VERONA

NEXT

SLOT MOB

SOLIDARFIDI

Melesia García Román abita lungo tra le montagne di Cajas, un villaggio del Nord del Perù in cui lavora per la cooperativa Norandino. © Danielle Villasana



FAIRTRADE
ITALIA

Fairtrade Italia

Passaggio De Gasperi 3, 35131 Padova
tel. +39 049 8750823 - fax + 39 049 8750910
info@fairtradeitalia.it - www.fairtradeitalia.it



Fairtradeitalia

