

A photograph of a man and a woman in a banana plantation. The man on the left has a mustache and is wearing a white polo shirt with a yellow apron. The woman on the right is wearing a light-colored button-down shirt and a yellow apron. Both are smiling and holding bunches of green bananas. The background is filled with banana trees and lush greenery.

AZIONI COMUNI

PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE

ANNUAL REPORT 2016



FAIRTRADE
ITALIA

INDICE

Diritti da coltivare [Giuseppe Di Francesco, Presidente].....	2
Trade not Aid [Paolo Pastore, Direttore]	4
Fairtrade nel mondo	6
Caffè: strumento di internazionalizzazione vincente [Glenda Spiller].....	8
Banane: 15 anni di storia [Thomas Zulian].....	10
Fairtrade sourcing program: le buone pratiche si estendono [Indira Franco]	12
Il punto vendita al centro della nostra attenzione [Benedetta Frare]	14
Partnership strategiche per lo sviluppo e l'innovazione [Stefano Toma]	16
Bilancio 2016	18
Licenziatari e operatori FLO-Cert per l'Italia	20
Crediti	28

In copertina: Dalcio Castillo e Misalia Martinez, marito e moglie. Entrambi lavorano in una piantagione di banane. Misalia è la proprietaria.

© Tessa Jol



DIRITTI

DA COLTIVARE

Misurare il nostro impatto è uno degli impegni che assumiamo con i consumatori che scelgono per la propria tavola un prodotto a marchio Fairtrade.

Cerchiamo ogni giorno di raccontare che un **gesto quotidiano**, semplice ma pieno di significato (come quello di nutrire se stessi e i propri cari), può avere un profondo significato e una ricaduta positiva anche su chi vive a migliaia di chilometri di distanza e quel cibo ha coltivato e raccolto per noi. Ogni anno con questa pubblicazione mettiamo nero su bianco **quello che siamo qui in Italia**, gli obiettivi raggiunti, la crescita che anche nel 2016 i consumatori hanno garantito al marchio Fairtrade, i risultati che la piccola ma agguerrita compagine di collaboratori di Fairtrade Italia, insieme ai soci del nostro Consorzio cooperativo, hanno raggiunto.

E ogni anno l'organizzazione internazionale di Fairtrade pubblica anche un altro corposo rapporto, che misura proprio "scope and benefits", il raggiungimento dei nostri obiettivi globali, l'impatto che siamo in grado di determinare su quel **milione e seicentomila piccoli agricoltori e lavoratori** coinvolti dal sistema in Asia, Africa e America Latina.

"Monitoring the scope and benefits of Fairtrade" rende conto, con numeri e tabelle, alla luce del sole, in modo misurabile e confrontabile, il cambiamento di lungo periodo che siamo stati in grado di generare nella vita dei produttori (<https://monitoringreport2016.fairtrade.net/en/>).

Ma c'è qualcosa che va oltre i numeri, che viene prima e dopo i nostri scopi più direttamente misurabili: è **il nostro impegno a garantire i diritti delle persone che riusciamo a coinvolgere**. Diritto a un **lavoro dignitoso**, perché senza reddito non c'è dignità, diritto a una **vita sana**, e quindi tutela del proprio ambiente, diritto ad **essere trattati con equità** nella propria comunità, senza discriminazione per sesso o per fede religiosa, diritto a **essere bambini**, prima ancora che lavoratori, diritto infine a un **futuro nella propria terra**, diritto a non migrare forzatamente.

Non vogliamo condividere con un gruppo di romantici sognatori una magari eccentrica modalità alternativa di fare commercio. Vogliamo invece dimostrare, nella pratica quotidiana, che **si può (e si deve) fare commercio in un altro modo**, rispettando il nostro pianeta e le persone, garantendo diritti ai lavoratori, tutelando i soggetti più deboli nella "catena di fornitura".

Vogliamo dimostrare che **giustizia e diritti possono essere coltivati insieme a sostenibilità e giusto profitto**.

Perché questo non è solo più giusto, ma è anche più utile, se vogliamo garantirci a lungo termine sviluppo e pace.

Giuseppe Di Francesco
Presidente



CAFÉ ORGANICO MARCALA COMSA

L'OBIETTIVO DELLA NOSTRA AZIENDA È MIGLIORARE LA VITA DI CIASCUNO DEI PRODUTTORI E DELLE LORO FAMIGLIE. IN FAIRTRADE ABBIAMO TROVATO UN ALLEATO STRATEGICO. CON QUESTO PICCOLO MARCHIO DEI PRODUTTORI, RICEVIAMO UN PREMIO: UNA PARTE VIENE INVESTITA NEL MIGLIORAMENTO DELLA PRODUZIONE E DELLA PRODUTTIVITÀ PER GENERARE IL CAMBIAMENTO DI CUI ABBIAMO BISOGNO

Enrique Mario Perez, membro del Consiglio di amministrazione di Marcala

Café Organico Marcala (COMSA) è situato a Marcala, La Paz, nell'Honduras dell'Ovest. È una delle aree più povere del Paese. Le persone dipendono totalmente dalla produzione di caffè e dall'agricoltura. COMSA è un'organizzazione fondata nel 2000 da 45 piccole comunità di agricoltori. In quel periodo, i contadini stavano toccando il fondo perché il prezzo del caffè rendeva insostenibile la raccolta. La maggior parte di loro era costretta ad abbandonare i campi e molti emigravano verso le città o negli Stati Uniti per cercare lavoro. Uniti, i contadini di COMSA sono riusciti ad accedere a mercati di nicchia e a ricostruire le loro vite. Hanno imparato velocemente che l'agricoltura biologica è più di una semplice conversione del terreno: hanno cominciato a sviluppare una cultura del biologico e della sostenibilità trovando un equilibrio tra economia, persone e ambiente. Un quarto dei membri della cooperativa sono donne. COMSA paga un prezzo molto buono ai propri membri e questo ha influito sul mercato del caffè perché anche gli altri compratori hanno dovuto modificare le loro offerte adattandole a un prezzo più alto.

UNA CULTURA DEL BIOLOGICO

COMSA ha usato il premio Fairtrade per un fondo destinato a corsi di formazione in agricoltura biologica presso l'Università nazionale che due membri del team di assistenza tecnica e due agricoltori hanno potuto frequentare. Questo gruppo offre

consigli e formazione per i contadini e sviluppa tecnologie a basso costo che sono facili da applicare. Organizza inoltre momenti di scambio tra i contadini e moduli di formazione sulla qualità delle piantagioni, sull'uso delle piante ombra, sulla gestione delle acque e sulle caratteristiche di assaggio. Questo insegna ai contadini che le tecniche agricole hanno effetto sul gusto finale del caffè.

COMSA si è focalizzata sullo sviluppo di una cultura del biologico e della sostenibilità. Gli scarti del caffè sono riutilizzati per creare fertilizzanti organici che vengono distribuiti gratuitamente, aiutando così i contadini a ridurre i costi per i concimi. Una pratica che ha benefici estesi: la produzione biologica è più salutare per i contadini e per i lavoratori; le acque non vengono contaminate, la produttività è più alta rispetto alla produzione convenzionale, è cresciuta la richiesta di manodopera e, di conseguenza, la migrazione è diminuita. Il premio Fairtrade ha reso possibile anche il miglioramento dello stipendio degli operai e la costruzione di una mensa.

SCUOLA E SANITÀ

COMSA supporta con il premio anche l'ospedale locale e assicura la manutenzione e la riparazione dell'ambulanza della Croce Rossa. Con il premio ha ristrutturato le cucine della scuola ed è riuscita a creare borse di studio per gli studenti più promettenti.



TRADE NOT AID

Con uno slogan, "Trade not Aid", cinquant'anni fa è nata l'idea di un Commercio Equo e Giusto. A distanza di tanto tempo, ricordare questo motto ci consente di guardare con orgoglio a quanto abbiamo costruito e di progettare il futuro Commercio Equo.

L'idea che il commercio **possa cambiare le sorti e i destini di donne e uomini** nei Paesi in via di sviluppo richiama al fatto che può esistere una globalizzazione positiva e non per forza conseguenza dello sfruttamento delle terre e dei suoi abitanti, che consenta l'autodeterminazione dei popoli, uno sviluppo umano sostenibile e il rispetto per l'ambiente che ci circonda. È questo il contenuto di Fairtrade e noi come operatori siamo orgogliosi di rappresentarlo insieme a **milioni di persone** coinvolte nella catena di valore definita secondo standard rigorosi e applicati da tutti i partner.

Uno **sguardo ai numeri e ai fatturati** delle filiere certificate Fairtrade, che negli ultimi report disponibili rappresentano a livello globale oltre **7 miliardi di valore retail**, ci deve far sentire soddisfatti del lavoro svolto insieme ai cittadini responsabili che sempre più scelgono prodotti sostenibili. Non possiamo però dimenticare che ancora molto c'è da fare per **cambiare l'economia e il commercio mondiale**, come si prefiggevano i pionieri.

Per il nostro Paese, lo slogan dei fondatori si traduce in un valore retail nel 2016 di oltre **110 milioni di euro** e nella consapevolezza sempre più diffusa che è possibile contribuire a quel Commercio Giusto con un semplice gesto di acquisto. La nostra colazione e la nostra pausa caffè si trasformano così in un **atto "rivoluzionario"** che circa 50 anni fa un gruppo di giovani sognatori olandesi ha immaginato come azione concreta per cambiare il mondo.

Andiamo avanti con il Commercio Equo, ricercando sempre nuove alleanze con cittadini e consumatori responsabili per una economia veramente libera e aperta a tutti, anche ai piccoli coltivatori inclusi da Fairtrade in questo percorso di giustizia.

Paolo Pastore
Direttore



I PIÙ IMPORTANTI PRODOTTI E PAESI PRODUTTORI PER IL MERCATO ITALIANO



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

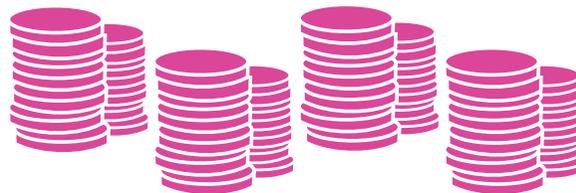
- | | |
|-------------|-------------|
| ① Sri Lanka | ③ Cina |
| ② India | ④ Sudafrica |



Zucchero di canna

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

NEL 2015
€ 138
MILIONI



L'IMPORTO STIMATO
DEL PREMIUM
FAIRTRADE
PAGATO NEL MONDO





**CAFFÈ: STRUMENTO DI
INTERNAZIONALIZZAZIONE
VINCENTE**



NEL 2016
650
TONNELLATE
DI CAFFÈ
TOSTATO

IN 64 PAESI

Glenda Spiller
Key account manager

Il settore italiano delle torrefazioni presenta una significativa proiezione sui mercati esteri. Fino a pochi anni fa, la lunga tradizione dell'espresso e l'elevata competenza tecnica delle imprese italiane hanno costituito un punto di forza rispetto ai competitor esteri.

Oggi non è più così: **il contesto competitivo internazionale è sempre più complesso** e richiede un orientamento ai mercati esteri più evoluto e articolato che ricerchi nuove formule competitive. Non basta un autoreferenziale focus sul *proprio* prodotto (magari lo stesso venduto nel mercato domestico) ma un'attenzione alle preferenze dei clienti.

La sfida dovrebbe essere quella di mantenere l'identità e il know how italiano adeguandosi alle richieste locali e puntare alla fascia premium, quella alta del mercato dove le aspettative di qualità sono estremamente elevate. Ma il consumatore straniero, generalmente più evoluto rispetto a quello italiano, oltre a un caffè di qualità cerca *un caffè capace di raccontare origini, storie, rapporti diretti con i produttori*. Il caffè Fairtrade rappresenta dunque una risposta efficace a questi bisogni.

LA SCELTA DELLE TORREFAZIONI ITALIANE

Su questa strada e con grandi soddisfazioni si stanno muovendo le torrefazioni italiane che vendono i loro caffè certificati Fairtrade all'estero. **Nel corso del 2016, 31 licenziatari Fairtrade hanno venduto il proprio caffè certificato in 64 Paesi per un volume di vendita che sfiora le 650 tonnellate di caffè tostato (+75% rispetto al 2015) vendute prevalentemente nel settore Ho.re.ca. I principali Paesi di destinazione del caffè italiano certificato Fairtrade sono stati Svezia, Gran Bretagna, Danimarca, Olanda, Finlandia, Germania.**

Sottolineiamo inoltre una cospicua presenza di caffè certificato Fairtrade fornito da una torrefazione italiana in Romania, Repubblica Ceca, Bulgaria, Serbia e Slovacchia, grazie all'appalto con i bar delle stazioni di servizio OMV.



Andrea Trinci, dal 2016 nel sistema Fairtrade, vende il suo caffè artigianale in Italia e all'estero



BANANE:

15 ANNI DI STORIA

Thomas Zulian

Key account manager

Nel 2002 hanno fatto il loro debutto nei banchi dell'ortofrutta dei supermercati italiani le prime banane certificate Fairtrade e anno dopo anno le vendite di questo prodotto sono cresciute fino a superare le 11.000 tonnellate nel 2016. Dietro a un percorso lungo quindici anni, c'è il lavoro di tante persone. Nel caso delle banane Fairtrade anche tante storie che meriterebbero di essere raccontate: abbiamo allora scelto di dare la parola ad alcuni "pionieri" italiani perché ci rivelino il dietro le quinte della commercializzazione di questo prodotto.

SAPRIET: BANANE BIOLOGICHE DALL'ECUADOR

GRAZIE ALL'AIUTO DI FAIRTRADE HO POTUTO ACQUISTARE UN PO' DI TERRA PER COSTRUIRVI UNA PICCOLA CASA. HO RICEVUTO ANCHE BORSE DI STUDIO E MEDICINE PER I MIEI FIGLI

Robinson Ramirez Segura,
lavoratore di El Prieto, in Ecuador

Sapriet (Sociedad Agrícola El Prieto) è un'azienda nata nel 1956 e da allora appartiene alla famiglia di Pablo Prieto. La sua sede è nella provincia di El Oro, una zona caratterizzata da bassa crescita economica e dall'aumento della povertà (dal 1995 al 2004 la percentuale di popolazione povera è cresciuta dal 33% al 77%). Nel 1989 è stata la prima azienda in Ecuador a iniziare la coltivazione delle banane con il metodo biologico senza l'uso di pesticidi e con fertilizzanti di origine organica. Come per altre materie prime provenienti dai Paesi in via di sviluppo, anche il prezzo delle banane è crollato così tanto negli ultimi anni da far temere per la tenuta dell'azienda e dei suoi lavoratori.

Tuttavia, grazie all'ingresso nel circuito Fairtrade, El Prieto ha potuto pensare non solo alla propria sostenibilità, ma anche a progetti sociali a favore dei suoi dipendenti.

DALLA SANITÀ, ALL'ISTRUZIONE, ALLA CASA: ECCO A COSA SERVE IL PREMIO

- **Programma sanitario** che mira ad ampliare il servizio medico, con un ambulatorio. L'organizzazione ha ideato inoltre una forma di assicurazione sui servizi sanitari: il versamento di una quota minima dello stipendio consente a ciascuna famiglia di accedere all'assistenza e alle cure dentali.

- **Bonus casa.** A ciascun lavoratore che abbia maturato 7 anni di anzianità in azienda, El Prieto concede un bonus fino a 4.000 dollari per l'acquisto o la ristrutturazione di un'abitazione.
- **Programma educativo.** Tutti i lavoratori e i loro figli hanno la possibilità di ricevere un'educazione gratuita. L'azienda si fa inoltre carico di una borsa di studio per i figli dei lavoratori che abbiano l'intenzione di proseguire l'iter scolastico.
- **Promozione sport e cultura.** I lavoratori sono incoraggiati a partecipare ad attività ludiche e sportive di gruppo. In particolare, nel 2016, è stata stanziata la costruzione di un Centro sociale destinato alla comunità e di un campo sportivo.

FRANCO DE PANFILIS

Direttore Commerciale e Acquisti "F&F Group"

La sua azienda nel 2002 è stata la prima a importare le banane certificate Fairtrade in Italia. Come è nata la collaborazione con Fairtrade?

Il mio percorso nasce ormai vent'anni fa (era infatti l'ottobre del 1997) grazie a un progetto che ho seguito nell'ambito del biologico. Conoscevo già la filiera delle banane e il movimento Max Havelaar.

Quando è arrivata la richiesta da parte della GDO e nell'ambito della ristorazione scolastica nel settembre del 2002, diventai licenziatario dell'allora TransFair Italia e da lì siamo partiti continuativamente con diverse filiere di banane Fairtrade.

Lei visita spesso e collabora in modo stretto con le cooperative di agricoltori Fairtrade, ci può dire se e come Fairtrade impatta sulle vite di questi agricoltori?

L'impatto è diverso a seconda delle situazioni, delle diverse realtà: in Perù, ad esempio, per la cooperativa APBOSMAM ma anche per tutte le altre associazioni di piccoli coltivatori di banane, se non ci fosse il prezzo minimo garantito e la presenza di Fairtrade, la coltivazione delle banane non sarebbe nata e non si sarebbe sviluppata come invece è avvenuto.

VENDITE BANANE IN ITALIA 2002-2016 (TONNELLATE)



La realtà è che Fairtrade colma le inefficienze delle istituzioni governative che c'erano in passato, ci sono tutt'oggi e purtroppo continueranno a esserci almeno per i prossimi 50 anni. In una realtà come quella peruviana, dove non ci sono infrastrutture, dove quando piove un po' di più si allaga tutto quanto, il piccolo deve arrangiarsi in tutto e per tutto per rendere minimamente sostenibile il suo quotidiano.

Sono nato in Sudamerica e riesco a immedesimarmi nelle difficoltà iniziali di questi piccoli coltivatori, senza alcuna referenza e senza esperienza di mercato che, grazie agli *oficiales* (si trattava di consulenti messi a disposizione di Fairtrade International per i piccoli produttori, ora le loro funzioni sono svolte dai network dei produttori come ad esempio la CLAC in Sudamerica ndr), non sarebbero mai riusciti con le loro sole forze a stipulare dei contratti commerciali con importatori europei per la fornitura di un frutto delicato come la banana, che va caricato tutte le settimane.

Ricordo in particolare la bravura, la passione e le competenze di Manuel Aguirre messe a disposizione dei campesinos. Penso di non esagerare quando affermo che senza il suo apporto la coltivazione della banana in Perù non sarebbe mai partita e anche la mia attività in questo settore!

MAURO SPREAFICO

Amministratore delegato "Spreafico Francesco & Flli"

Spreafico è stata una delle prime aziende a entrare nel circuito Fairtrade. Può fare un bilancio del lavoro di questi anni?

Siamo stati tra i primi in Italia a credere nelle potenzialità del commercio equo e questo ci ha portato a inserire nei nostri assortimenti le banane certificate Fairtrade. Questa scelta si è rivelata per la nostra azienda vincente e convincente e ci ha portato, nel corso degli anni, ad avere in assortimento banane biologiche solo ed esclusivamente con certificazione Fairtrade.

Fairtrade, oltre a garantire un salario equo agli agricoltori coinvolti direttamente nella produzione della frutta, prevede anche un premio sociale che generalmente va a beneficio delle comunità situate nei pressi delle aziende agricole certificate e questa parte del premio, che generalmente viene investita in programmi di assistenza sanitaria, istruzione, ambientali, determina cicli sociali ed economici virtuosi che vanno oltre il semplice maggior prezzo pagato al contadino.

Guardando al futuro, crede che Fairtrade sia ancora strategico per la sua azienda?

Ci riconosciamo negli standard ambientali e sociali richiesti da Fairtrade International perché questi sono orientati da politiche di impresa socialmente responsabile che la nostra azienda porta avanti in tutti i suoi insediamenti produttivi, italiani ed esteri, ritenendoli imprescindibili per lo sviluppo di un'azienda modernamente gestita.

Ci auguriamo che molte altre aziende di importazione e di distribuzione decidano di promuovere i prodotti con il marchio Fairtrade, perché un mondo più giusto è anche un mondo dove le aziende più valide vedono maggiormente riconosciuto il loro valore.



FAIRTRADE

SOURCING PROGRAM:

LE BUONE PRATICHE

SI ESTENDONO

Indira Franco
Key account manager

Il 2016 è stato l'anno del consolidamento definitivo dei **Marchi di programma Fairtrade**, lanciati nel 2014 come opzioni commerciali innovative, che consentono alle aziende di acquistare e utilizzare una materia prima certificata Fairtrade come cacao, zucchero, cotone, nell'ambito delle loro **strategie di sostenibilità**.

In Svizzera, **COOP** ha aderito al programma per aumentare la sostenibilità dei prodotti contenenti cacao, come biscotti e praline, oltre al già nutrito assortimento di cioccolato certificato Fairtrade. In Germania e Austria, grandi retailer come **LIDL**, **Kaufland**, **Norma**, **Penny Market** hanno raggiunto l'obiettivo, prefissato negli anni precedenti, di rendere sostenibili i loro acquisti di ingredienti a base di cacao tramite la metodica conversione del range di prodotti contenenti cacao Fairtrade, e pianificando anche l'offerta di questi prodotti nei mercati esteri (Italia compresa) a partire dal 2017.

Tra i marchi commerciali che hanno aderito al programma per il cacao, sono da segnalare la tedesca **Riegelein** e l'olandese **Torlys Chocolonely**.



Nella primavera 2016 è stata sottoscritta la prima adesione al **programma Fairtrade per lo zucchero da parte di Voeslauer** (azienda austriaca leader nel settore delle acque minerali) per le bevande aromatizzate alla frutta **"Balance"**, disponibili anche in Italia nei punti vendita dell'insegna austriaca **MPreis**.

Il pagamento di un premio aggiuntivo da investire in innovazioni produttive e strutturali, oltre ai progetti sociali per le loro cooperative, ha offerto ai piccoli produttori un'ulteriore possibilità di migliorare le proprie condizioni di vita e lavoro, nonché di coltivare la canna da zucchero con pratiche rispettose dell'ambiente.

CHIUSO IL TRIENNIO PER FERRERO

Nello stesso periodo è terminato il primo triennio del Programma Fairtrade per il cacao di Ferrero, che prevedeva un impegno d'acquisto di 20.000 tonnellate di cacao dalle cooperative della Costa d'Avorio. Il programma è stato costantemente monitorato e valutato per assicurare un impatto di lungo periodo sulle cooperative e comunità interessate.

Il Fairtrade Premium generato da ingenti quantità di raccolto a condizioni Fairtrade ha permesso di organizzare attività di formazione sulle buone pratiche agricole, che hanno portato a migliorare la produttività e la qualità del cacao, come ha spiegato **Dembele Mamdou**, socio della cooperativa ivoriana **Ecojad**: «Grazie ai corsi di agraria offerti dalla cooperativa sono riuscito quasi a raddoppiare la mia produzione di cacao. Lavoro anche come segretario in una delle sezioni della cooperativa. Nel futuro investiremo il Premio Fairtrade per costruire scuole e fornire acqua potabile per le comunità».

In partnership con Fairtrade sono stati sviluppati anche programmi specifici sulla **parità di genere** e i **diritti dei bambini**. I progetti che mirano a prevenire il lavoro minorile si basano sulla capacità di bambini e ragazzi di monitorare, gestire e affrontare questo problema all'interno delle loro famiglie e comunità.

Per il successivo triennio, Ferrero ha previsto di raddoppiare la quantità di cacao che acquisterà dai produttori Fairtrade fino a raggiungere le **40.000 tonnellate**, e ha inoltre avviato un nuovo programma che prevede l'approvvigionamento di **20.000 tonnellate di zucchero**.

LO ZUCCHERO FAIRTRADE IN SWAZILAND

PRIMA LO ZUCCHERO PER NOI ERA COME L'ORO. CON IL PASSARE DEL TEMPO E LA DIMINUZIONE DEI PREZZI, SIAMO NEL BUIO PIÙ PROFONDO E NON RIUSCIAMO A VEDERE DOVE STIAMO ANDANDO. GUADAGNANDO DI PIÙ PROVERÒ A DIVERSIFICARE OPPURE A FAR PARTIRE UN'ATTIVITÀ IN PROPRIO. IN QUESTO MODO POTREI AVERE UN REDDITO TUTTO MIO ED ESSERE PADRONE DI ME STESSO

Un agricoltore che ha potuto beneficiare del nuovo programma dello zucchero

Lo Swaziland è uno dei più piccoli Stati africani (17.363 km², un milione e mezzo di abitanti). Privo di sbocchi al mare, il suo territorio ha forma quasi circolare e confina in gran parte col Sudafrica, salvo un tratto a est col Mozambico. L'industria saccarifera, con una produzione annuale di 600.000 tonnellate, che rappresentano il 13% del prodotto interno lordo, è la maggiore del Paese e la terza di tutta l'Africa. Tutti i produttori di canna da zucchero e gli zuccherifici sono raggruppati nella Swaziland Sugar Association (SSA), incaricata dell'assistenza tecnica al settore. Dal 1967 la SSA ha centralizzato la vendita dello zucchero e nel 2007 ha messo a punto un programma di supporto dedicato ai piccoli produttori, per aiutarli a lavorare insieme tramite la formazione di associazioni che riducessero i costi di produzione e ne aumentassero i benefici. Dal 2012 ad oggi sette associazioni di produttori hanno ottenuto la certificazione Fairtrade, segno che il lavoro congiunto tra agricoltori continua e può portare a maggiori risultati.

DESTINAZIONE DEL FAIRTRADE PREMIUM

Tra i progetti che gli agricoltori hanno scelto di implementare grazie al Fairtrade Premium:

- la costruzione di uffici, l'acquisto di computer e il materiale per archivi;
- la recinzione dei campi di canna da zucchero, il rinnovo degli impianti di irrigazione e l'acquisto di nuove pompe idrauliche per rendere più efficace l'irrigazione nei campi;
- la costruzione di toilette mobili nei campi, la fornitura alle associazioni dei produttori delle grandi taniche per l'acqua potabile, la costruzione di docce per i lavoratori e magazzini appositi per lo stoccaggio dei prodotti fitosanitari usati nella coltivazione della canna da zucchero.



**IL PUNTO
VENDITA
AL CENTRO
DELLA NOSTRA
ATTENZIONE**

CHALLENGE:



5.500.000

LE TAZZINE

BEVUTE IN

TUTTO IL

MONDO

Benedetta Frare
Responsabile comunicazione

Essere sempre più presenti lì dove i prodotti Fairtrade si trovano che sono poi i luoghi in cui i consumatori possono conoscerli, provarli, acquistarli: è con questo obiettivo che, nel corso del 2016, abbiamo dato continuità ai progetti sui supermercati ma anche presidiato il canale bar. A quest'ultimo è dedicata la **World Fairtrade Challenge**, la prima campagna internazionale che si è svolta in contemporanea in 20 paesi, dal 13 al 15 maggio 2016.

FOCUS SUL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il caffè è stato il prodotto di punta dell'edizione 2016: a causa del cambiamento climatico le coltivazioni, specialmente in centro e sud America, sono messe a dura prova e con esse la sopravvivenza di una delle principali commodity al mondo. Per ribadire il proprio sostegno ai produttori e ai programmi di adattamento e mitigazione promossi da Fairtrade, sono scese in campo **8.000 persone** nel nostro Paese, che hanno organizzato una cinquantina di eventi in locali pubblici e a casa, per un totale di più di **11.000 caffè** consumati. Grazie alla collaborazione con le nostre torrefazioni (Kimbo, Haiti, Punto Equo), quattro bar si sono in particolare sfidati a Milano, Torino, Roma e Napoli a chi serviva più caffè Fairtrade. Sul podio il **Farmers Sosteria agricola di Roma**, in Stazione Tiburtina, con 700 tazze servite in una sola giornata.

UNA PAUSA CAFFÈ AL SENATO MA NON SOLO

La Challenge è stata inaugurata a Roma con una pausa caffè alla **buvette del Senato** a cui hanno partecipato numerosi parlamentari e lo stesso presidente del Senato, **Pietro Grasso**. Altri eventi sono stati organizzati dagli studenti all'interno delle Università con cui collaboriamo: **Ca' Foscari** (Venezia), **Tor Vergata** (Roma), **Centro Diritti Umani** (Padova). Più di **5 milioni e mezzo** invece le tazzine bevute in tutto il mondo durante la tre giorni della campagna.

PROMOTERS: I CONSUMATORI AL CENTRO DELLE SETTIMANE FAIRTRADE

Nel 2016 abbiamo rafforzato la nostra attenzione sul punto vendita coinvolgendo sempre più supermercati nell'azione di sensibilizzazione al pubblico sul marchio Fairtrade e su che cosa significa. Cinque insegne (**Coop, Carrefour, Crai, Bigstore, Mercatò**), per un totale di **103 supermercati per 206 giornate**, hanno visto la presenza discreta e coinvolgente delle promoter che hanno affiancato la scontistica che di solito accompagna le **Settimane Fairtrade**, la nostra principale campagna dedicata alla GDO. Alle promoters abbiamo affidato un questionario per testare la conoscenza del marchio e i motivi di acquisto o non acquisto del prodotto nel punto vendita, utile per raccogliere suggerimenti per le stesse insegne coinvolte. Siamo riusciti in questo modo a raggiungere circa **24.000 persone in tutta Italia**, da Nord a Sud. Abbiamo accompagnato questa azione con una serie di **strumenti di comunicazione**: materiali ad hoc per le diverse insegne, investimenti pubblicitari sulle riviste dei retailers e sui social, attività di ufficio stampa.

I CASH MOB DEDICATI AI SOCI COOP

I soci Coop sono stati parte attiva della campagna di ottobre, con entusiasmo, sostegno, preparazione. A loro abbiamo proposto per la prima volta i Cash mob all'interno dei supermercati, una spesa collettiva che puntava anche alla sensibilizzazione e al coinvolgimento della clientela. Otto gli appuntamenti organizzati grazie alla collaborazione con **Coop Lombardia, Coop Liguria e Coop Alleanza 3.0**: 2 a Milano e poi a Padova, Savona, Genova, Reggio Emilia, Ascoli Piceno e Bari.





PARTNERSHIP STRATEGICHE

PER LO SVILUPPO E

L'INNOVAZIONE

Stefano Toma

Project & volunteers manager

Le collaborazioni attivate nel 2016 hanno visto la partecipazione di Fairtrade Italia nella **scrittura di progetti** mirati a un ampio range di attività, dalla cooperazione internazionale alla public awareness, dalle campagne alla formazione.

La partnership con Fairtrade rappresenta infatti uno strumento per le ONG italiane nell'implementazione di progetti di cooperazione allo sviluppo, offrendo un approccio multistakeholder, specifico del sistema di Fairtrade International, che coniuga strutturalmente lo **sviluppo dei piccoli produttori** con l'**engagement del settore aziendale privato**, in una relazione vincente tra profit e non-profit.

LA RICERCA PER L'INNOVAZIONE

L'energia positiva della ricerca ci permette di migliorare la qualità del nostro lavoro a servizio dei produttori e delle aziende, soprattutto grazie alla forza delle idee di coloro che, con competenza, studiano le soluzioni per un futuro sostenibile.

L'**Università di Milano** ha lanciato un importante progetto triennale di ricerca, in collaborazione con Fairtrade Italia, per analizzare il mercato agro-alimentare dei prodotti Fairtrade attraverso metodologie innovative.

Un progetto semestrale di tirocinio e tesi di laurea dell'Università degli Studi di Bologna ha condotto una ricerca sull'impatto delle attività della campagna "Settimane Fairtrade 2016", integrando nella strategia di comunicazione metodi di indagine sulla consapevolezza del consumatore riguardo ai temi di Fairtrade.

FUTURI MANAGER, SOSTENIBILI

Diversi gli incontri in aula nei corsi di laurea e master universitari, per approfondire il dibattito riguardo a tematiche specifiche di Fairtrade, in diretto confronto con gli studenti. Abbiamo parlato del nostro lavoro e delle sfide che vogliamo affrontare assieme ai ragazzi dell'Università Cattolica di Milano. Gli studenti dell'Università Bocconi di Milano hanno approfondito le filiere del cacao. L'Università Ca' Foscari di Venezia ha dibattuto con noi sul tema dello sfruttamento della manodopera minorile, mentre l'Università di Roma Tor Vergata ha ospitato l'intervento del nostro presidente Giuseppe Di Francesco, che ha presentato il sistema di Fairtrade International e il nostro lavoro in Italia.



FAIRTRADE COCOA PROGRAM

IL FAIRTRADE PREMIUM CI PERMETTE DI DARE SERVIZI FONDAMENTALI AI MEMBRI E QUESTO COSTRUISCE LEALTÀ NEI CONFRONTI DELLA COOPERATIVA. I PROGRAMMI DI FORMAZIONE PERMETTONO AI SOCI DI SENTIRE CHE LA COOPERATIVA SI INTERESSA ALLE LORO ATTIVITÀ QUOTIDIANE E AL LORO BENESSERE; NON SIAMO LÌ SEMPLICEMENTE A RACCOLGERE IL CACAO MA PER ACCOMPAGNARE IL LORO CAMMINO DI SVILUPPO INDIVIDUALE

Mamadou Savane, responsabile sostenibilità di Ecookim

Sono più di 140 mila gli agricoltori certificati Fairtrade in West Africa. Fairtrade sta lavorando con alcuni tra i più piccoli e svantaggiati produttori della regione.

La misura media dei loro appezzamenti di terreno è di 2,6 ettari. Nove su dieci produttori di cacao sono in Ghana e Costa d'Avorio. Gli altri sono sparsi tra Sierra Leone, Camerun, Togo, Sao Tomè e Principe. In media, i contadini del West Africa vendono il 33% del loro cacao a condizioni Fairtrade.

Nel 2015 nella regione è partito il progetto pilota focalizzato proprio sul supporto delle piccole organizzazioni di produttori. L'obiettivo è quello di ottenere organizzazioni forti, economicamente sostenibili e che offrano strumenti specifici ai loro soci: analisi dei bisogni, definizione di piani di sviluppo per l'uso del premio, formazione e coaching dei produttori. A questo scopo, è stato creato un cacao team composto da 7 persone in Costa d'Avorio e 5 in Ghana.

IN COSTA D'AVORIO

Il lavoro di Fairtrade in Costa d'Avorio è partito dallo studio sul reddito dei produttori che ha coinvolto 22 cooperative e 3000 famiglie. È stato analizzato il divario tra reddito minimo e reddito reale per comprendere gli elementi su cui si basa il reddito familiare e l'impatto del Premio Fairtrade e per delineare una strategia di Fairtrade che possa incidere sulle entrate dei piccoli coltivatori.

È stato quindi analizzato il reddito prodotto dalla coltivazione del cacao e degli altri prodotti, l'accesso alla formazione, ai servizi sanitari, alla sicurezza alimentare e delle acque. Nel frattempo è stato attivato un progetto di formazione dedicato alle donne, una scuola di leadership per migliorare l'equità di genere, ridurre la povertà, la violenza e la discriminazione, rafforzare la loro capacità e le loro conoscenze in ambito di produzione e commerciale, aiutarle a sviluppare la fiducia in se stesse, l'autostima e la resilienza.

BILANCIO 2016



Voci di bilancio	Totale 2016
ENTRATE	
Ricavi da gestione licenza Marchio - mercato Italiano	1.235.020
Ricavi da gestione licenza Marchio - mercati esteri	371.255
Entrate da progetti, campagne, eventi	7.000
Altri proventi	56.918
TOTALE	1.670.193
USCITE	
Sistema Internazionale Fairtrade	336.787
Trasferimento ricavi da licenza Marchio - mercati esteri	307.799
Attività istituzionali, tecniche, commerciali e culturali	765.603
Consulenze e costi innovazione	45.446
Utenze e altre spese di struttura	61.124
Altri costi amministrativi (incl. Oneri Tributari)	87.160
TOTALE	1.603.920
UTILE D'ESERCIZIO	66.273
ATTIVITÀ	
Immobilizzazioni	299.899
Crediti correnti	600.966
Disponibilità liquide	79.764
Altre voci attive	28.766
TOTALE	1.009.395
PASSIVITÀ	
Patrimonio netto	186.653
Debiti correnti	297.389
Debiti verso istituti di credito	300.412
Altre voci passive	224.941
TOTALE	1.009.395

I NUMERI IN ITALIA

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.

VALORE RETAIL



**NEL MONDO
PIÙ DELL'87%
SONO PICCOLI
PRODUTTORI**

VOLUMI 2016 PER PRODOTTO

Prodotti	Totale 2016
Banana	11.021.516
Altra frutta fresca	1.186.207
Frutta secca e disidratata	178.481
Fave di cacao	833.291
Zucchero di canna granulare	2.428.863
Zucchero di canna usato nei prodotti composti	641.488
Caffè verde	740.274
Succhi di frutta	919.227
Riso	240.054
Tè	190.854

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

PREMIUM GENERATO PER I PRINCIPALI PRODOTTI NEL 2016 (IN EURO)

1.304.000



 **BANANE**
559.000

 **CACAO**
152.500

 **CAFFÈ**
301.000

 **ZUCCHERO**
203.500

 **TÈ**
88.000



LICENZIATARI

E OPERATORI

FLO-CERT

PER L'ITALIA

-  BANANE
-  FRUTTA FRESCA
-  FRUTTA CONSERVATA
-  MARMELLATE E CONFETTURE
-  CACAO E CIOCCOLATO
-  CREME SPALMABILI
-  GELATI E DESSERT FRESCHI
-  PRODOTTI DOLCIARI
-  CRACKERS E PRODOTTI DA FORNO
-  ZUCCHERO
-  MIELE
-  TÈ E INFUSI
-  RISO
-  CEREALI /MIX CEREALI
-  COTONE
-  FRUTTA SECCA
-  CAFFÈ
-  FIORI
-  BEVANDE
-  YOGURT
-  VENDING
-  SPEZIE
-  COSMETICI

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
A. GANDOLA & C. SPA	Calcinato (BS)	www.gandola.it		✓	✓
ABAFOODS	Badia Polesine (RO)	www.isolabio.com			✓
AFRICOOP SOCIETA' COOPERATIVA	Modena	<i>n/a</i>		✓	✓
AGRINTESA SOC. COOP. AGRICOLA	Campagnola di Zevio (VR)	www.agrintesa.it			✓
AGRO T18 ITALIA SRL	Torino	www.t18.it		✓	
AGROVER	Lignana (VC)	www.agrover.it			✓
ALBER SRL	Lana (BZ)	www.alber.it		✓	✓
ALCE NERO SPA	San Lazzaro di Savena (BO)	www.alcenero.com		✓	✓
ALITHEA SRL	Busto Garolfo (MI)	www.alithea.eu			✓
ALKAFF	Mascalucia (CT)	www.alkaff.it			✓
ALTRA QUALITA' SOC. COOP.	Ferrara	www.altraq.it		✓	✓
APOFRUIT ITALIA SOC. COOP. AGRICOLA	Cesena	www.apofruit.it		✓	✓
ATTIVA SAS	Cascine di Buti (PI)	www.impressioni.it		✓	✓
AXIA FOOD SRL	Saronno	www.axiafood.it			✓
AZIENDE RIUNITE CAFFÈ SPA	Milano	www.riunitecaffe.com			✓
BATTAGLIO SPA	Grugliasco (TO)	www.battaglio.it		✓	✓

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
BAUM SOCIETA' COOPERATIVA	Ferrara	www.equosolidale.it		✓	✓
BEST COFFEE SRL	Taranto	www.bestcoffee.it			✓
BIANCAFFÈ SRL	Giffoni Valle Piana (SA)	www.biancaffè.com		✓	✓
BRIO SPA	Campagnola di Zevio (VR)	www.briospa.com		✓	✓
CAFEMOKA SRL	Alessandria	www.cafemoka.it			✓
CAFFÈ AGUST	Brescia	www.agust.it		✓	✓
CAFFÈ CARRARO SPA	Schio (VI)	www.caffecarraro.it		✓	✓
CAFFÈ HAITI ROMA	Roma	www.caffehaitiroma.it		✓	✓
CAFFÈ MOAK	Modica (RG)	www.caffemoak.com		✓	✓
CAFFÈ MOLINARI	Modena	www.caffemolinari.com		✓	✓
CAFFÈ MORGANTI SRL	Roma	www.morganti.it		✓	✓
CAFFÈ RIVER SPA	Arezzo	www.cafferiver.com		✓	✓
CAFFITALY SYSTEM SPA	Gaggio Montano (BO)	www.caffitaly.com		✓	✓
CANOVA	Longiano (FC)	www.canovaprodottibiologici.it		✓	
CARACOL SOCIETA' COOPERATIVA	Salerno	www.equocaffe.it		✓	
CAROMA SAS	Fiè allo Sciliar (BZ)	www.caffe-caroma.it		✓	✓
CEREAL FOOD SRL	Rondissone (TO)	www.cerealfood.it			✓

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
CESARE TRUCILLO SPA	Salerno	www.trucillo.it		✓	✓
CLOETTA ITALIA SRL	Cremona (CR)	www.sperlari.it		✓	✓
CO.IND S.C.	Castelmaggiore (BO)	www.coind.it		✓	✓
COMPAGNIA DEL CAFFÈ	Moscufo (PE)	www.universalcaffe.com		✓	✓
CONAPI S.C.R.L.	Monterenzio (BO)	www.conapi.it		✓	✓
CONOR SRL	Bologna	www.conorsrl.it		NFO APPLICANT	✓
COOP. CHICO MENDES-MODENA	Modena	www.chicomodena.it		✓	✓
ITALIA ZUCCHERI	Minerbio (BO)	www.italiazuccheri.it			✓
CORSINO CORSINI SPA	Civitella in Val di Chiana (AR)	www.caffecorsini.it		✓	✓
COVIM SPA	Genova	www.covimcaffe.it			✓
CRASTAN SPA	Pontedera (PI)	www.crastan.it			✓
CTM ALTROMERCATO SOC. COOP.	Verona	www.altromercato.it	MULTIPRODOTTO		✓
CTM-AGROFAIR ITALIA SRL	Bolzano / Bozen	www.altromercato.it/it_it/ctmagrofair/			✓
D&C	Corsico (MI)	www.dec.it		✓	
D.A.EM. SPA	Castelmaggiore (BO)	www.buonristoro.com		✓	
D.M.C SRL	San Vendemiano (TV)	www.manuelcaffe.it		✓	✓
D'ORSOGNA DOLCIARIA SRL	San Vito Chietino (CH)	www.dorsogna.it			✓
DALTAM EL CIBAO SRL	Trento	www.daltam.com		✓	✓
DEANGELIS SRL	Civita Castellana (VT)	www.deanocciola.com		✓	✓
DEL CONTE	Villa del Conte (PD)	www.delcontecioccolato.it			✓

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
DI COSTA SPA	Francavilla di Sicilia (ME)	www.dicosta.it			✓
DI NISIO SRL	Chieti	www.mokambo.it		✓	✓
DISTILLERIE FRANCIACORTA SPA	Gussago (BS)	www.distillieriefranciacorta.it			✓
DOL.C.I.P.P SRL	Norma (LT)	www.museodelcioccolato.com		✓	✓
DOLCEAMARO SRL	Monteroduni (IS)	www.dolceamaro.com		✓	✓
DOLE ITALIA SPA	Milano	www.dole.it		✓	✓
EFFE VI SRL	Grugliasco (TO)	www.effevi.com		✓	
EKAF SPA ITALY	Genova	www.ekaf.it		✓	✓
EPOS CAFFÈ	Belpasso (CT)	www.eposcaffe.it		✓	✓
ESPRESSOCAP SPA	Bareggio (MI)	www.espressocap.com			✓
ESSERRE DISTRIBUZIONE CAFFÈ RAVASIO	Brusaporto (BG)	www.cafferavasio.it		✓	✓
EVERTON SPA	Tagliolo Monferrato (AL)	www.evertonspa.it		✓	✓
F&F EUROPE SRL	San Lazzaro di Savena (BO)	www.feurope.eu		✓	✓
FLLI DAMIANO & C.	Torrenova (ME)	www.damianorganic.com		✓	✓
FA-MA JERSEY SPA	Pistoia	www.famajersey.com			✓
FARMO SPA	Casorezzo (MI)	www.farmo.com		✓	✓
FATTORIA SCALDASOLE SRL	Monguzzo (CO)	www.fattoriascaldasole.it		✓	✓
FIGLI DI PININ PERO & C. SPA	Nizza Monferrato (AT)	www.pininpero.com		✓	✓
FLORA TOSCANA SOC. AGR. COOP.	Pescia (PT)	www.floratoscana.it		✓	✓
FRUTTAGEL S.C.P.A.	Alfonsine (RA)	www.fruttigel.it		✓	✓

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
FRUTTITAL SRL	Milano	www.orserogroup.it		✓	✓
FRUTTITAL FIRENZE	Firenze	www.orserogroup.it		✓	✓
G7	Bentivoglio (BO)	www.g7gelati.it		✓	✓
GABESCO ITALIA SRL	Milano	n/a			✓
GANDOLA BISCOTTI SPA	Rudiano (BS)	www.gandola.it		✓	✓
GELATI SRL	Nervesa della Battaglia (TV)	www.gelatisrl.it			✓
GENERAL BEVERAGE SRL	Pontremoli (MS)	www.iobevo.com		✓	✓
GOPPION CAFFÈ SPA	Preganziol (TV)	www.goppioncaffe.it		✓	✓
GRUPPO ARGENTA SPA	Mestre (VE)	www.ilgustocolsorriso.it		✓	
GRUPPO GIMOKA SRL	Andalo Valtellino (SO)	www.gimoka.it		✓	✓
ICAM SPA	Orsenigo (CO)	www.icamcioccolato.it		✓	✓
IDB INDUSTRIA DOLCIARIA BORSARI SRL	Badia Polesine (RO)	www.idbgroup.it			✓
IDEALSERVICE SRL	Viadana (MN)	www.idealservice.it		✓	
IMPERATOR SRL	Trieste	www.imperator.cc			✓
INDUSTRIE RIUNITE DEL CAFFÈ SPA	S. Martino Siccomario (PV)	www.caffetubino.it			✓
INTERKOM SPA	Napoli	www.interkom.it			✓
INVENTA	Milano	n/a		✓	
IRCA SPA	Gallarate (VA)	www.irca.eu			✓
JULIUS MEINL ITALIA SPA	Altavilla Vicentina (VI)	www.meinlcoffee.com/it			✓
KIMBO SPA	Melito di Napoli (NA)	www.kimbo.it		✓	✓

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
KLOPMAN INTERNATIONAL SRL	Frosinone	www.klopman.com			✓
LA CESENATE CONSERVE ALIMENTARI	Cesena (FC)	www.lacesenate.it		✓	✓
LA TERRA E IL CIELO SOC. COOP.	Arcevia (AN)	www.laterraeilcielo.it		✓	✓
LABCAFFÈ	Campagna (SA)	www.labcaffe.com		✓	✓
LE PIANTAGIONI DEL CAFFÈ SRL	Livorno	www.lepiantagionidelcaffe.com		✓	✓
MARZOTTO SRL	Castelgomberto (VI)	www.marzottosrl.it		✓	✓
MATRUNITA MEDITERRANEA SRL	Vado Ligure (SV)	www.matrunita.com			✓
MAURO DEMETRIO SPA	Villa S. Giovanni (RC)	www.caffemauro.com		✓	✓
MAXI SRL	Bolzano	www.maxi-online.it			✓
MENZ & GASSER SPA	Novaledo (TN)	www.menz-gasser.it		✓	✓
MISCELA D'ORO	Messina	www.misceladoro.com		✓	✓
MOKAFÈ	Alba (CN)	www.mokafe.it		✓	✓
MUSETTI SRL	Pontenure (PI)	www.musetti.it		✓	✓
NATURA NUOVA SPA CONSORTILE	Bagnacavallo (RA)	www.natura-nuova.com		✓	✓
NEW FACTOR SPA	Cerasolo Ausa di Coriano (RN)	www.newfactor.it		✓	✓
NEW PAK SRL	Mordano (BO)	www.newpak.it			✓
NEWCHEM SRL	Milano	www.newchem.it			✓
NICOFRUTTA SPA	Verona	www.nicofrutta.it		✓	✓

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
NOBERASCO SPA	Albenga (SV)	www.noberasco.it		✓	
NUOVA AMAGLIO FUNGOROBICA SRL	Cavenago Brianza (MB)	www.nuova-amaglio.com		✓	✓
NUTKAO SRL	Canove di Govone (CN)	www.nutkao.com			✓
OMKAFÈ	Arco (TN)	www.omkafe.it		✓	✓
ORGANIC SUR S.A.S.	San Lazzaro di Savena (BO)	www.organicsur.it		✓	✓
ORIGINE SRL	Gorgo al Monticano (TV)	www.francocaffe.it		✓	✓
ORTOBERGAMO SRL	Bergamo	www.tiraboschifrutta.com		✓	
OTTO & CO SRL	Genova	www.ottochocolates.com		✓	
PASKÀ SRL	Napoli	www.intenso.biz		✓	✓
PASTICCERIA VENIANI	Gavirate (VA)	www.bruttiebuoni.it			✓
PASTIFICIO FELICETTI	Predazzo (TN)	www.felicetti.it			✓
PEDANO E FIGLI	Milano	www.pedano.it		✓	
PEDON SPA	Molvena (VI)	www.pedon.it		✓	✓
PEVIANI SPA	Siziano (PV)	www.peviani.it		✓	✓
PFANNER GMBH	Merano (BZ)	www.pfanner.com			✓
POMPADOUR TÈ SRL	Bolzano	www.pompadour.it		✓	✓
PUNTO EQUO SOCIETÀ COOPERATIVA	Milano	www.puntoequo.org		✓	
RACHELLI ITALIA SRL	Pero (MI)	www.rachelli.com		✓	✓
RADER	Altavilla Vicentina (VI)	www.rader.it			✓

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
RES PHARMA INDUSTRIALE SRL	Trezzo sull'Adda (MI)	www.respharma.com			✓
RISERIA GIUSEPPE MARTINOTTI	Trino (VC)	www.riseriamartinotti.it			✓
RISERIA VIGNOLA GIOVANNI SPA	Balzola (AL)	www.risovignola.it			✓
RISO SCOTTI SPA	Pavia (PV)	www.risoscotti.it		✓	✓
SAMA SPA	Ponso (PD)	www.samafood.it		✓	
SANDALJ TRADING COMPANY SPA	Trieste	www.sandalj.com			✓
SAQUELLA 1856 SRL	Pescara	www.saquella.it		✓	✓
SCAPIGLIATI DOLCIARIA SRL	Figline Valdarno (FI)	www.scapigliati.it		✓	✓
SCATTOLIN DISTRIBUZIONE SRL	Noale (VE)	www.scattolin-srl.it		✓	
SCHREYÖGG SRL	Parcines (BZ)	www.s-caffe.com		✓	✓
SIDECA SRL	Signa (FI)	www.latosteria.it		✓	✓
SIMBA SPA	Albenga (SV)	www.orserogroup.it		✓	✓
SOCADO	Villafranca di Verona (VE)	www.socado.com		✓	✓
SOLOITALIA SRL	Ossona (MI)	www.solo-italia.com		✓	
SPREAFICO FRANCESCO & F.LLI SPA	Dolzago (LC)	www.spreafico.net		✓	✓
SRB SPA	Brindisi	n/a			✓
T.M. TORREFAZIONE SRL DEI F.LLI MORANDINI & C.	Plempo di Esine (BS)	www.caffemorandini.it		✓	✓
T.M.K. SRL	Sarcedo (VI)	www.neronobile.com			✓

AZIENDA	LUOGO	SITO WEB	PRODOTTI	LICENZIATARI	FLO CERT
T.N.Y. SPA TORREFAZIONE CAFFÈ NEW YORK	Pistoia	www.caffenyork.it		✓	✓
TIRAS COTTON SNC DI FIORENDI M. & SAMOFALOVA A.	Alzano Lombardo (BG)	www.tirascotton.com			✓
TORREFAZIONE CAFFÈ GOURMET	Imola	www.torrefazionegourmet.it		✓	✓
TORREFAZIONE CAFFÈ SALOMONI	Mantova	www.salomoni.neet		✓	✓
TORREFAZIONE CAFFÈ PAZZINI	Coriano (RN)	www.caffepazzini.it		✓	✓
TORREFAZIONE MOKAFLOR	Firenze	www.mokaflor.it		✓	✓
TORREFAZIONE PARANA	Roma	www.caffeparana.it		✓	✓
TOSCANA BANANE	Firenze	www.cominfrut.com		✓	✓
UMBRA BANANE	San Sisto (PG)	www.cominfrut.com		✓	✓
V. BESANA SPA	San Gennaro Vesuviano (NA)	www.besanaworld.com		✓	✓
VEDAL	Trento	www.vedal.it			✓
VERWERKAF SPA	Noceto (PR)	www.verwerkaf.it			✓
VIVIROMANO SRL	Guidonia Montecelio (RM)	www.apofruit.it		✓	✓
VIVITOSCANO SRL	Firenze	www.apofruit.it		✓	✓
WAL-COR CORSANINI	Pozzaglio ed Uniti (CR)	www.wal-cor.it			✓
WITOR'S SPA	Corte de Frati (CR)	www.witors.eu			✓
ZOFFOLI BANANE SRL	Cesena	n/a		✓	✓





OSERIAN, UN ESEMPIO PER TUTTI NEL SETTORE DEI FIORI

Questa scuola è stata costruita nel 1995. Tutto quello che vedete è stato finanziato dal Fairtrade Premium - l'edificio, il laboratorio informatico, le scrivanie, i libri di testo. Solo l'educazione rende le persone più consapevoli delle loro potenzialità. Lo vedo ogni giorno. Alcuni dei nostri ragazzi hanno ottenuto la laurea. Non c'è niente che mi renda più orgoglioso

Jackson, Vice Professore dell'Accademia Hilltop all'azienda agricola di fiori Oserian Ltd

Quello dei vivai è stato a lungo un settore strategico nell'economia del Kenya, che ha assicurato lavoro in regioni in cui altre forme di guadagno erano difficili. Il Kenya è oggi il quinto paese al mondo per esportazione di fiori. "Oserian", che in lingua masai significa "luogo di pace", nei pressi del Lago del Naivasha, rappresenta il complesso più grande e tecnologicamente più avanzato in Kenya per la coltivazione di fiori. Negli anni '80 è stata la prima organizzazione a introdurre la coltivazione di rose in questa parte del Paese, mentre oggi lo sviluppo è orientato all'economia sostenibile, con iniziative a favore della riduzione dei consumi energetici e dell'aumento della consapevolezza ecologica attraverso l'impiego della coltura idroponica, in substrati a circolo chiuso che consentono la razionalizzazione dell'acqua e dei fertilizzanti impiegati. Oserian è una best practice tra le imprese del suo Paese: i lavoratori dell'azienda sono i più pagati del settore florovivaistico locale e il loro stipendio è il doppio rispetto al salario minimo indicato nel contratto nazionale. Ha vinto inoltre numerosi premi negli ultimi 16 anni perché ha assunto e valorizzato lavoratori

disabili e per aver contribuito al riconoscimento dei diritti delle donne nei luoghi di lavoro. Attraverso il Fairtrade Premium, i figli dei lavoratori possono frequentare gratuitamente la scuola primaria e secondaria. Il premio serve inoltre a finanziare borse di studio per i ragazzi che vogliono continuare a studiare alla scuola superiore o all'università. Iniziative di formazione sono inoltre attive per aumentare le competenze dei lavoratori e per l'allestimento di biblioteche e di aule informatiche. Oserian ha contribuito per il 43% alla costruzione del reparto di maternità dell'ospedale di Naivasha dove nascono 600 bambini al mese. Una struttura importantissima a cui fanno riferimento tutte le lavoratrici della regione che rappresentano il 60% della forza lavoro in questo settore. Il Fairtrade Premium serve inoltre a coprire i costi sanitari di tutti i lavoratori, tra cui un'ambulanza in servizio 24 ore su 24. Infine, sul fronte ambientale, Oserian possiede migliaia di ettari destinati a parco naturale protetto in cui trovano rifugio innumerevoli specie animali anche in via di estinzione.



CREDITI



TESTI

Indira Franco
Benedetta Frare
Maria Sferrazza
Glenda Spiller
Stefano Toma
Thomas Zulian

RINGRAZIAMO PER LA COLLABORAZIONE

tutto lo staff di Fairtrade Italia

REALIZZAZIONE GRAFICA E STAMPA

Publistampa Arti grafiche

IMMAGINI

Tessa Jol, foto copertina

Santiago Engelhardt, pag. 3

Nathalie Bertrams, pag. 5 - 8

Didier Gentilhomme, pag. 7

Stefan Lechner, pag. 10

Éric St-Pierre, pag. 12 - 17

Fairtrade Sweden, pag. 13

Kate Fishpool / Fairtrade Foundation, pag. 16

Siddarth Selvaraj, pag. 18

James Robinson, pag. 20

Laura Perona / Fairtrade Iberica, pag. 25

Ola Höiden, pag. 26 - 27

Linus Hallgren, pag. 28

FAIRTRADE ITALIA ADERISCE A

AOI

ASVIS

BANCA POPOLARE ETICA

COOPERATIVA EDITORIALE ETICA

COOPERFIDI

ETIMOS

FORUM ITALIANO DEL TERZO SETTORE

ICEA

LEGACOOP

MAG VERONA

NEXT

SOLIDARFIDI

Il Consiglio di amministrazione di Fairtrade Italia

Giuseppe Di Francesco (presidente)

Giorgio Prampolini (vicepresidente)

Daniela Sciarra (Legambiente)

Victor Ivankov (CoInd)

Francesco Russo (ANCC Coop)

Fabrizio Piva (CCPB)

Dina Taddia (GVC)

Francesco Basile (Focsiv)

Alfredo Cucciniello (Acli)



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

