

IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

A livello mondiale sono 50 i Paesi coinvolti, 600 le organizzazioni di produttori al Sud del mondo, 100 organizzazioni importatrici, oltre 4000 le Botteghe del Mondo (nome dei negozi che vendono prodotti del commercio equo), di cui 3000 in Europa, 1.250 dipendenti e 200.000 volontari; 500 milioni di euro di fatturato al consumo; 10 milioni di euro investiti in campagne di sensibilizzazione.

Il commercio equo rappresenta ancora solo lo 0,01% del mercato mondiale.

In **Italia** ci sono 10 centrali d'importazione tra cui la "Ctm Altromercato", che è la seconda al mondo per dimensioni con 118 Botteghe del Mondo e 230 punti vendita in Italia, con circa 3000 volontari e un fatturato di 30 milioni di euro (dati al 30/06/2005). Per disporre del capitale necessario per il prefinanziamento dei produttori del Sud del mondo il Ctm ha introdotto inoltre il libretto di risparmio nominale: con un versamento di 25 euro si diventa soci e si riceve un tasso d'interesse che varia dall'1 al 3% lordo.

Altre importanti organizzazioni sono "Commercio Alternativo" di Ferrara, "Equoland", "Liberio Mondo", "Equomercato" e "Roba".

Ci sono circa **500 "Botteghe del Mondo"**, sparse sul territorio nazionale che coinvolgono più di 6000 volontari. È possibile trovare prodotti equo-solidali in alcune catene di supermercati (**Esselunga** e **Coop**).

Il fatturato complessivo del settore ha raggiunto i 60 milioni di euro.

Un quarto degli Italiani conosce il commercio equo

Un dato che assume una maggiore rilevanza se confrontato con quello del 2002, quando le persone a conoscenza dei prodotti equi erano 8 milioni. Tale crescita è giustificata non soltanto dalla qualità dei prodotti e ai "valori aggiunti" in campo sociale (il prezzo giusto pagato ai produttori, su tutti), ma anche dall'attività di sensibilizzazione svolta dalle botteghe del mondo sui temi dell'educazione alla mondialità, della giustizia economica, della pace.

Il commercio equo cresce anche in termini di vendite

Tra i consumatori di prodotti equi e solidali, una fetta consistente pari al 15% li compra abitualmente, il 50% più volte l'anno e il 35% una o due volte. E' possibile anche tracciare un identikit del consumatore solidale: chi compra prodotti del commercio equo è interessato ai temi politici, dichiara di essere prevalentemente di sinistra (29%) o di centro-sinistra (25,1%). E' molto interessante notare come un

abbondante 20% si collochi invece dalla parte opposta, con il centro o il centro-destra. Il 66% degli acquirenti abita nel nord Italia ed è principalmente uno studente (17,3%), un impiegato (15,6%), una casalinga (13,8%) o un operaio (13,7%). In fondo alla lista gli imprenditori e i liberi professionisti, i lavoratori autonomi, gli agricoltori, gli insegnanti e gli intellettuali (con il 4,2%).

I criteri, in base ai quali un'azienda viene considerata “**veramente etica**”, separano il consumatore equo da quello medio italiano.

Il 36,8% degli italiani considera un'azienda “**etica**” se garantisce sempre “**la qualità dei propri prodotti**” e, solo al secondo posto, che lavori “con la massima trasparenza verso il consumatore” (36%).

Per i consumatori del fair trade, invece, è fondamentale che un'azienda operi “**nel pieno rispetto dei diritti dei propri lavoratori**” (ha risposto in questo modo il 57%, contro il 31,3% degli italiani) e che sia “**attiva nella difesa dell'ambiente**” (46% acquirenti equi, 26,3% degli italiani).

Un ultimo dato da segnalare riguarda i canali di vendita, ambito in cui la grande distribuzione sta assumendo un ruolo importante: tra chi ha comprato equo la metà è andata in bottega, oltre il 35% nella grande distribuzione e il 22% circa si è rifornita attraverso altri canali (fiere, banchetti, manifestazioni varie).

Silvia Concettini

DATI:

Davide Musso: “Il Fair Trade diventa fenomeno di massa”

“Altraeconomia” n. 50 maggio 2004

www.altromercato.it, relazione 2005-2006

www.eftafairtrade.org

www.assobdm.it

www.commercioequo.org

www.agices.it