

Cresce la collaborazione tra mondo del biologico e del Commercio Equo e Solidale. Lo dimostrano i numerosi appuntamenti di riflessione e di approfondimento concentrati nei 4 giorni della Fiera nazionale Sana che quest'anno si svolgerà dall'11 al 14 settembre a Bologna. Primo in ordine cronologico e anche per la ricchezza degli apporti e dei contenuti è il convegno firmato da Sana proprio in apertura dell'appuntamento fieristico: **"Commercio Equo e Solidale nel mondo: l'impatto economico e la responsabilità sociale delle imprese"**, al primo piano del padiglione 36, Sala Armonia. Il convegno dell'11 settembre, che si aprirà alle 10.15 con un intervento di Rudi Dalvai, presidente di Ifat, è inserito nel programma culturale di Sana e raccoglierà i contributi di Paolo Chiavaroli, presidente dell'Assemblea generale del commercio equo, Veronica Rubio di Flo, Giorgio Dal Fiume, presidente del consorzio Ctm altromercato, Antonio Parenti della Direzione generale commercio della Commissione Europea, Claudio

Bertoni, direttore di Commercio Alternativo. Nella seconda parte della mattinata, spazio ai produttori: Francisco van der Hoff (Uciri), Raul De Aguila (Cocla, Perù), Patrizia Molinari (Coprosa). Il legame tra commercio equo e biologico sarà sviluppato da Remo Ciucciomei, presidente di Imc (Istituto Mediterraneo di Certificazione). Le conclusioni sono affidate al senatore Nuccio Iovene. Moderatore del convegno sarà il direttore di Vita non profit, Riccardo Bonacina. Sabato 13 settembre **TransFair presenterà ufficialmente il nuovo marchio Fairtrade** al pubblico e alla stampa italiana: dalle 11 alle 13 in Sala Armonia (nei pressi della Sala stampa della fiera) vedrà la partecipazione di Veronica Rubio (Flo), Adriano Poletti (presidente di TransFair), Antonio Compagnoni di Ifoam e di due produttori: Pablo Prieto (El Prieto) e

Il commercio equo a Sana

Luis Herrera di Copiasuro (miele del Guatemala). L'incontro sarà coordinato da Marita De Boni, direttrice di Gdo Week.

Infine, sempre il 13 settembre, a partire dalle 15.30 Acu, Banca Etica e Icea, in collaborazione con Sana, organizzano **"Bio & Equo: i consumatori scelgono i valori"**. La tavola rotonda sarà moderata da Lorenzo Tosi, coordinatore di AZ Bio - "Il Sole 24 Ore" e accoglierà gli interventi di Emanuele Bottaro (Acu), Andrea Segrè (Università di Bologna), Andrea Ferrante (Aiab), Paolo Pastore (TransFair), Daniela Guerra (Regione Emilia Romagna), Fabio Salviato (Banca Etica), Thomas Chierpka (Ifoam). La seconda parte sarà dedicata ai modelli di certificazione con Gianni Cavinato (Acu), Lino Nori (Fiao), Veronica Rubio (Flo), Nino Papparella (Icea), Franco Ciappelli (Coop Italia), Antonio Compagnoni (Ifoam). Il convegno si concluderà con un buffet a base di prodotti bio ed equi.

Campagna produttori un primo bilancio

**Sin
café
no hay
mañana**

Prosegue la campagna di sensibilizzazione che TransFair ed Etimos hanno dedicato ai produttori del Sud del mondo. "Sin café no hay mañana" ha intanto raccolto i primi risultati. Prima di tutto sul fronte delle vendite di caffè: i brand Mondovero e Coop-Solidal hanno registrato un +26%. A 75.000 euro ammonta invece la raccolta dei certificati di deposito che saranno posti a garanzia del finanziamento che sarà erogato da Etimos a CCCH dell'Honduras nel mese di settembre. Il prestito rappresenterà una leva fondamentale per prefinanziare la

produzione, per avviare un progetto di formazione tecnica per il miglioramento della qualità del prodotto e per investimenti strutturali. La campagna proseguirà a settembre con un altro prodotto, il miele dal Sud del mondo. **Chi fosse interessato ad organizzare incontri con i produttori di miele (alcuni di loro sono presenti in Italia fino ad ottobre) o serate di sensibilizzazione** sulla Campagna, può contattare la segreteria: info@campagnaproductori.net. Oppure mettersi in contatto con TransFair (049 8750823; o Etimos 049 8755116).





2003

l'anno delle BANANE bio ed eque

Dopo Progetti e Qualità di Commercio Alternativo che ha inserito le banane bio ed eque nelle sue referenze e dopo Coop che da primavera ha messo a scaffale questo nuovo prodotto garantito Fairtrade, anche Carrefour ha scelto di coniugare rispetto per l'ambiente e per i diritti dei lavoratori. Si tratta delle banane della linea ScelgoBio che a partire da luglio sono presenti nei 1000 punti vendita tra ipermercati Carrefour, supermercati e iperstore GS e negozi di prossimità DìperDì. Passano così a undici le referenze del gruppo che comprendono tè, caffè, cacao in polvere, tavolette di cioccolato fondente e al latte, miele, succo di arancia, uova di Pasqua, ovetti di cioccolato e cioccolatini. Le scelte in favore dei produttori del Sud del mondo e dell'ambiente sono state gradite particolarmente anche dai consumatori a giudicare dai dati di vendita che hanno registrato un +20% per quanto riguarda queste referenze. Tanto che Carrefour sta già pensando a nuovi prodotti per la fine del 2003.

In arrivo il caffè decaffeinato



Due storici licenziatari del marchio TransFair come Goppion e Mokafè hanno avuto la stessa idea: perché non far gustare il sapore giusto di un buon caffè equo anche a chi preferisce il deca? E così propongono alla propria clientela una nuova miscela tostata all'italiana con il profumo degli altipiani andini del Perù e di Caraibi. Chi volesse saperne di più sulla distribuzione di questo prodotto può contattare direttamente Goppion (0422.490921) oppure l'azienda di Alba (CN) al numero 0173.282334.

Ritornano i corsi per aprire una Bottega del Mondo

Da segnare in calendario le prossime date dei corsi "Commercio equo: istruzioni per l'uso": il **17 e 18 ottobre** a **Fiesole** (Centro studi Cisl, via della Piazzola 71); e il **7 e 8 novembre** a **Levo di Stresa** (VB) presso la Casa "Don Tettamanzi". Chi gestisce un circolo o un negozio di alimentari e vuole integrare le proprie referenze con prodotti del Commercio Equo e Solidale, oppure chi vuole cambiare rotta e aprire una Bottega del Mondo può immergersi in questa due giorni intensissima. Il programma delle due edizioni è analogo: il venerdì mattina, dopo la presentazione dei corsisti, si apre con un'introduzione

al commercio equo, la storia in Europa, il ruolo dei marchi di garanzia. Il pomeriggio: "Come aprire e gestire un'attività di commercio equo dal punto di vista fiscale e finanziario. Implicazioni giuridiche e gestionali" e si conclude con "Primi elementi di scelta per un Punto vendita di prodotti del Commercio Equo e solidale". Al sabato mattina è previsto un intervento su "Come gestire un PDV del Cees e di prodotti solidali, tecniche di approvvigionamento e vendita, display dei prodotti". Dopo le simulazioni con i corsisti, il corso si conclude con "Animazione di una realtà del Commercio

Equo e Solidale: tecniche di comunicazione. Come gestire i rapporti con i media, come fare riconoscere ai cittadini la propria attività ed i propri prodotti". Ai corsisti viene richiesto un contributo a copertura dei costi di accoglienza (vitto e alloggio in camere doppie messe a disposizione nelle diverse strutture), dei materiali didattici del corso e delle relazioni che verranno tenute da esperti del settore non profit e del Commercio Equo e Solidale.

Per informazioni:
Indira Franco - tel. 340 5726373
segreteria@transfair.it



Sono arrivati i primi ananas equosolidali

Sono in distribuzione da giugno, presso i supermercati e gli ipermercati di Coop Lombardia, i primi ananas garantiti TransFair. Vengono dal Ghana e portano finalmente in Italia l'alternativa alle multinazionali della frutta esotica. Di passaggio nel nostro paese, abbiamo incontrato uno dei produttori di ananas appena iscritto al registro di Flo, Edward Twun che guida dal 1995 Prudent, azienda di produzione del Ghana. Edward all'inizio possedeva 5 ettari di terreno: oggi di ettari ne coltiva 450 grazie allo sviluppo della sua farm che è sempre andata di pari passo con il rispetto dell'ambiente, dell'ecosistema locale ma anche dei diritti dei lavoratori. Oggi che Prudent è stata inserita nel circuito Fairtrade, Edward ha in mente di rafforzare la qualità del suo prodotto ma soprattutto di investire in progetti scolastici e sanitari a beneficio dei 300 lavoratori di Prudent grazie al comitato che è stato creato per individuare i bisogni della sua comunità.

Quali sono le condizioni dei lavoratori nelle piantagioni del Ghana?

È difficile per me dirlo perché le piantagioni in Ghana sono molto estese e le situazioni molto diversificate. Posso dire che sono fortunate quelle aziende che riescono a lavorare con i paesi europei quindi con una valuta forte. Questo permette loro di pagare meglio i propri coltivatori.

Qual è la situazione del mercato dell'ananas in Europa?

Dal '96 ad oggi la domanda è un po' diminuita, considerando il fatto che il mercato cerca sempre nuovi prodotti. Ecco perché noi cerchiamo sempre di aumentare la varietà della nostra offerta e la qualità.

Che differenze ci sono tra i lavoratori di Prudent e quelli che lavorano nelle altre piantagioni?

La prima importante differenza è la garanzia sociale: i nostri coltivatori godono dell'assistenza sanitaria attraverso un ambulatorio mobile. Ma hanno

anche la possibilità di usufruire di acqua potabile e dei servizi igienici: cose che sembrano scontate qui da voi ma che non lo sono affatto in Ghana. La seconda, importante differenza è l'uso dei prodotti chimici che noi cerchiamo di limitare al massimo.

Che opportunità offre il Fair trade a te e ai tuoi lavoratori?

Innanzitutto fa crescere sostanzialmente la domanda dei nostri prodotti: ci sono molti supermercati ora che vendono i nostri ananas creando nuovi sbocchi di mercato per i nostri prodotti. Adesso, grazie al Fair trade premium, stiamo pensando di costruire una scuola per i villaggi più piccoli e aiutare le famiglie a comprare libri e quaderni. È molto importante perché spesso da noi i genitori non mandano i bambini a scuola perché non hanno il denaro sufficiente per comprare loro l'attrezzatura scolastica.

Cosa vorresti dire ai consumatori italiani?

Noi crediamo che il Fair trade sia l'unica maniera per aiutare l'Africa ad uscire dalla povertà, molto di più degli altri programmi per combattere la povertà in questo continente. Chiediamo ai consumatori italiani di aiutarci a cambiare la nostra realtà attraverso il semplice gesto di acquisto dei nostri prodotti.

>>>>>>>> segue da pagina 1

“coordinadora” questo network ha sperimentato, nello scambio di esperienze e di informazioni, l'organizzazione di una cooperazione concreta e di politiche comunitarie di sviluppo. Un altro esempio di un valido network di produttori è Paul, il coordinamento di produttori di miele dell'America Latina che si è focalizzato nella promozione del miele a livello internazionale, in corsi di formazione e nella difesa dei diritti dei piccoli produttori. Nella nuova struttura di Flo, i produttori sono incoraggiati a formare un network simile in altre parti del mondo e a coinvolgere i produttori di tutti i registri del Fairtrade. Flo organizza il Flo Fairtrade Forum (il prossimo dall'8 al 12 settembre a Londra n.d.r.) ogni due anni affinché tutti gli attori possano incontrarsi e discutere i relativi problemi.

Il marchio internazionale di certificazione

Negli ultimi 12 anni, tutte le risorse delle organizzazioni nazionali di Fairtrade sono state impiegate nel far conoscere il pro-

prio nome e il proprio marchio. Mentre il Fairtrade si sviluppa in ciascun paese, questo processo ha portato a sette differenti design di marchio che negli ultimi anni hanno molto ostacolato la crescita del commercio equo a livello internazionale. È questo il motivo per cui i membri di Flo nel 2001 hanno deciso concordemente di adottare un nuovo logo per un marchio di certificazione internazionale. I primi prodotti hanno già cominciato a comparire tra gli scaffali dei supermercati. All'inizio del 2003, il marchio Fairtrade ha sostituito i marchi prima esistenti in più di metà dei paesi in cui i prodotti sono in commercio. Il simbolo che abbiamo scelto rappresenta una persona che alza il braccio per indicare che, al di sopra di tutto, il Fairtrade porta un nuovo modo di commerciare per i produttori svantaggiati.

LUUK ZONNEVELD

direttore di Fairtrade Labelling Organisations

(dall'introduzione all'Annuario di Flo 2003)

