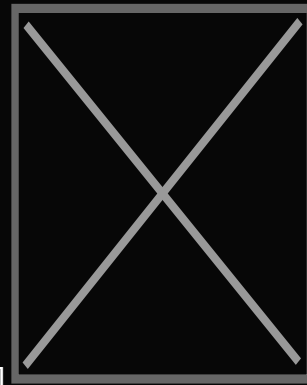


Certificazioni: l'esperienza di Fairtrade nel caffè

img1312-a1ce9c20

In Italia a partire dal 2015 la vendita di caffè Fairtrade ha superato le 600 tonnellate. “Il nostro sistema di certificazione da anni è in crescita del 10% per anno – dice Glenda Spiller, Product and Key account manager del brand –, ma nel 2016 la crescita si è attestata sul 22% in riferimento a caffè torrefatto nella penisola e venduto da torrefattori italiani. Oggi i torrefattori Fairtrade italiani sono 49. Di questi l'80% operano nell'horeca.



[caption id="attachment_137778" align="alignleft" width="157"] GLENDA

SPILLER[/caption]

E sul mercato estero hanno incrementato la quota di caffè sostenibile del 75%, soprattutto in Finlandia, Svezia, Regno Unito, Danimarca Olanda, Germania con una quota venduta di 650 t: “In gran parte il caffè Fairtrade – continua – è caratterizzato da arabica per espresso e i 2/3 del prodotto arrivano da coltivazioni sudamericane, anche con certificazione bio, soprattutto da Honduras, Brasile e Perù”. A livello globale si tratta di un giro d'affari di 7,88 mld € che nel 2016 ha coinvolto 445 cooperative in 30 Paesi e 179.000 lavoratori. La certificazione Fairtrade è su base volontaria e si perfeziona attraverso FLOCERT, ente con sede a Bonn che opera in esclusiva per il brand in 70 Paesi tra Europa Asia, Africa e Sudamerica. La certificazione di filiera Fairtrade riguarda produttori, esportatori, importatori, torrefattori fino al confezionamento. A livello di tariffe ha costi differenti per chi fattura meno di 5 milioni di € o meno di 2 mio. Il primo passo per ottenere l'attestazione è dichiarare se

si acquisterà da un trader o per vie dirette. Passati 9 mesi FLOCERT procede un audit che poi sarà annuale. Dopodiché verrà stilato contratto di sub licenza per l'utilizzo del marchio con un costo di 0,23 € per kg di caffè tostato/torrefatto. Per quanto riguarda la provenienza verrà segnalata l'associazione di origine (tipo consorzio) cui aderisce la piantagione. “Una differenza con gli altri marchi internazionali – dice Spiller – è il meccanismo del prezzo equo”. Infatti il caffè è quotato in borsa e il suo mercato soggetto a oscillazioni, per ciò Fairtrade stabilisce un ‘prezzo minimo stabile’ che, quando è superiore a quello indicato dalla borsa di New York, il crudista è tenuto a pagare. Sempre a favore della qualità, secondo meccanismo “Premium” il produttore è tenuto a investire 0,20 € per migliorare i suoi processi di produzione (empowerment).

PERFORMANCE DEI TORREFATTORI ITALIANI FAIRTRADE

Vendite estero	2013	2014	2015	2016	Caffè verde	199	233	427	746	Vendite Italia	2013	2014	2015	2016
Commodity	2.013	2.014	2.015	2.016	Caffè verde	555,60	597,00	654,00	740,00					

[Caffè: le \(tante\) vie della certificazione](#)