

Il fair trade diventa fenomeno di massa

di Davide Musso

12 milioni di italiani conoscono il commercio equo e solidale. È questo uno dei dati più sorprendenti, e positivi, emersi dalla ricerca che Gpf & Associati ha condotto, per il secondo anno, sul mondo del fair trade italiano.

Una notizia che diventa tanto più importante se confrontata con i numeri del 2002, quando le persone a conoscenza dei prodotti equi erano 8 milioni. Con un incremento, cioè, del 50% in un anno. Sintomo di una presenza che si radica sempre di più nel Paese. E non soltanto grazie alla qualità dei prodotti e ai “valori aggiunti” in campo sociale (il prezzo giusto pagato ai produttori, su tutti), ma anche per l’attività di sensibilizzazione svolta dalle botteghe del mondo sui temi dell’educazione alla mondialità, della giustizia economica, della pace. Il 2003, non a caso, è stato un anno molto attivo da questo punto di vista, come confermano gli operatori del settore. Si pensi soltanto alla mobilitazione contro la guerra in Iraq e alla campagna sulle bandiere di pace, esposte dal 62% degli acquirenti abituali del commercio equo.

Il commercio equo però cresce anche in termini di vendite, non solo di visibilità: quasi 7 milioni di italiani hanno comprato prodotti equi nel 2003 (erano 3,7 un anno prima). Tra questi, una fetta consistente pari al 15% (1 milione di persone) li compra abitualmente, il 50% più volte l’anno (3,4 milioni) e il 35% una o due volte (2,4 milioni). Specchio della situazione sono i fatturati in crescita degli importatori che, nel complesso, superano i 40 milioni di euro e le nuove botteghe del mondo aperte in diverse regioni italiane, come mostra la tabella che come ogni anno pubblichiamo in queste pagine.

La ricerca Gpf è poi uno strumento prezioso per tracciare l’identikit del consumatore solidale. Chi lavora in una bottega del mondo (o tra le corsie di un supermercato) ha più probabilità di vedere entrare in negozio una donna giovane, di cultura medio alta. È aperta alla diversità e al multiculturalismo, impegnata nel volontariato, attenta ai temi

dell'ambientalismo e alle questioni etiche, rifiuta l'autoritarismo e ha un grande interesse per la cultura e la conoscenza in genere. I suoi interessi principali comprendono i libri, l'arte, i fenomeni sociali, i viaggi con percentuali che superano nettamente la media nazionale. Chi compra prodotti del commercio equo è interessato ai temi politici, dichiara di essere prevalentemente di sinistra (29%) o di centro-sinistra (25,1%), ma è molto interessante anche 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 e, curiosamente, insegnanti e intellettuali (con il 4,2%).

Tra i dati che più separano il consumatore equo da quello medio italiano troviamo i criteri in base ai quali un'azienda viene considerata "veramente etica": il primo, per il 36,8% degli italiani, che venga garantita sempre "la qualità dei propri prodotti" e, di seguito, che lavori "con la massima trasparenza verso il consumatore" (36%); per il popolo 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, se non in termini di fatturato almeno per quanto riguarda il numero di persone coinvolte.

Tra chi nel 2003 ha comprato equo la metà è andata in bottega, vale a dire 3 milioni e mezzo di persone, oltre il 35% nelle grande distribuzione e il 22% circa si è rifornita attraverso altri canali (fiere, banchetti, manifestazioni varie).