

Commercio equo Si è svolto a Bologna l'incontro dell'Assemblea generale del settore, che ha presentato il rapporto annuale e i dati sui bilanci consuntivi: 86 milioni e 500mila euro i ricavi totali, mille i lavoratori in Italia

Il Fair trade è in crescita

Francesco A. De Stefano

Arrivano da Bologna i nuovi dati aggiornati sullo stato di salute del Commercio Equo e Solidale 2011. Proprio a Bologna si è, infatti, svolto l'incontro annuale di Agices (Assemblea Generale del Commercio Equo e Solidale ndr) giunto al suo ventunesimo meeting dalla nascita dell'associazione di categoria nata nel maggio 2003 che rappresenta e certifica il mondo delle organizzazioni fair, in cui è stato presentato il Rapporto Annuale 2009. Le 91 organizzazioni socie chiamate a definire la strategia sociale e politica del nuovo Consiglio Direttivo hanno anche provveduto a diffondere i nuovi dati sui bilanci consuntivi relativi agli anni 2008 e 2009. Dati decisamente positivi quelli che emergono dalle relazioni Agices: oltre 86 milioni e 500mila euro di ricavi totali con un aumento di quasi 6 milioni di euro e circa 80 milioni di proventi derivanti dalla vendita di prodotti equosolidali. Per quanto riguarda l'impiego, poi, sono oltre mille i lavorato-

ri retribuiti in tutta Italia con un aumento di 130 unità impiegate rispetto al 2007.

Sul piano degli investimenti, invece, il dato aggregato a livello nazionale ha raggiunto circa 13 milioni di euro. Nei confronti con gli altri settori produttivi italiani, il numero di occupati è aumentato e l'80% è inquadrato come dipendenti a tempo indeterminato. Le attività dei soci Agices confermano così le relazioni con 262 differenti organizzazioni di produttori nel mondo di cui 106 asiatici, 92 latino-americani e 61 africani. Ma non solo numeri e dati.

Il prossimo 13 maggio, infatti, la rete di sostenitori del commercio equo porterà all'Assemblea Straordinaria della World Fair Trade Organization. «Il documento - come spiega Giorgio Dal Fiume, rappresentante di Agices al Wfto - esprime una visione critica relativa alle scelte politiche e strategiche dell'organizzazione. In particolare si evidenzia la mancanza di linee strategiche relative ad aspetti fondamentali del Fair Trade, quali l'advocacy e l'azione politica». ■

