Rapporto Oxfam Italia-Next: "Quanto è 'buono' il cibo made in Italy?"

oxfam01-632x421-70683827

[embed width="560"]https://youtu.be/WcIIOPKcPEc[/embed]

Come riporta sociale.corriere.it, ci si chiede cosa possa andare oltre la dimensione nutrizionale e qualitativa. Insomma, sì: il valore del cibo made in Italy viene indagato a partire da quanto e come le aziende alimentari italiane prendono in considerazione l’impatto della loro produzione di cibo su povertà, ambiente e diritti umani a livello globale. Ecco il Rapporto Oxfam.

La prima parte dello studio analizza le politiche che le due maggiori imprese alimentari italiane, Barilla e Ferrero, hanno adottato su 7 temi chiave: il rispetto dei diritti dei produttori e dei lavoratori agricoli; l’attenzione alla tematica di genere; la gestione della terra e dell’acqua utilizzate nel processo produttivo; le politiche di contrasto al cambiamento climatico; il grado di trasparenza dell’operato dell’azienda. Oltre la dimensione nutrizionale e qualitativa, il valore del cibo made in Italy viene indagato a partire da quanto e come le aziende alimentari italiane prendono in considerazione l’impatto della loro produzione di cibo su povertà, ambiente e diritti umani a livello globale. La prima parte dello studio analizza le politiche che le due maggiori imprese alimentari italiane, Barilla e Ferrero, hanno adottato su 7 temi chiave: il rispetto dei diritti dei produttori e dei lavoratori agricoli; l’attenzione alla tematica di genere; la gestione della terra e dell’acqua utilizzate nel processo produttivo; le politiche di contrasto al cambiamento climatico; il grado di trasparenza dell’operato dell’azienda

I risultati dimostrano che Barilla e Ferrero, sebbene già orientate verso un percorso di sostenibilità, hanno ancora ampi margini di miglioramento. Se Barilla fa registrare maggiori progressi soprattutto in ambito ambientale nella gestione sostenibile di terra e acqua e nell’attenzione posta alla sfida del cambiamento climatico, Ferrero mostra un impegno più forte in termini di tutela e rispetto dei diritti dei produttori e lavoratori coinvolti lungo la propria filiera agricola. Entrambe, invece, risultano carenti nella definizione di politiche di genere volte a favorire la piena integrazione delle produttrici e lavoratrici dei

paesi in via di sviluppo lungo la filieraI risultati dimostrano che Barilla e Ferrero, sebbene già orientate verso un percorso di sostenibilità, hanno ancora ampi margini di miglioramento. Se Barilla fa registrare maggiori progressi soprattutto in ambito ambientale nella gestione sostenibile di terra e acqua e nell'attenzione posta alla sfida del cambiamento climatico, Ferrero mostra un impegno più forte in termini di tutela e rispetto dei diritti dei produttori e lavoratori coinvolti lungo la propria filiera agricola. Entrambe, invece, risultano carenti nella definizione di politiche di genere volte a favorire la piena integrazione delle produttrici e lavoratrici dei paesi in via di sviluppo lungo la filiera.

oxfam02-500x353 *«Per costruire un sistema alimentare globale davvero capace di assicurare a tutti, nel mondo, accesso al cibo, oggi e in futuro è dunque fondamentale passare attraverso la ridefinizione delle scelte aziendali di chi produce cibo»*, il direttore generale di Oxfam Italia Roberto Barbieri. La seconda parte dello studio, invece, ha coinvolto le imprese alimentari di medie dimensioni. Sul sito nexteconomia.org/oxfam si possono trovare tutte le informazioni per permettere alle aziende di raccogliere questa "sfida sostenibile". *«Abbiamo creato un questionario di Autovalutazione Partecipata, per dare una mano alle aziende italiane a scegliere consapevolmente un percorso di miglioramento continuo da condividere con i consumatori»*, ha spiegato Leonardo Becchetti, Presidente del comitato tecnico-scientifico di NeXT. Il primo appuntamento per conoscere meglio la "sfida sostenibile" avrà luogo il prossimo 27 settembre a Expo Milano. In quell'occasione Oxfam Italia e NeXt si confronteranno con aziende, imprenditori, ricercatori, studenti, associazioni e non ultimi i consumatori.«Per costruire un sistema alimentare globale davvero capace di assicurare a tutti, nel mondo, accesso al cibo, oggi e in futuro è dunque fondamentale passare attraverso la ridefinizione delle scelte aziendali di chi produce cibo», il direttore generale di Oxfam Italia Roberto Barbieri. La seconda parte dello studio, invece, ha coinvolto le imprese alimentari di medie dimensioni. Sul sito nexteconomia.org/oxfam si possono trovare tutte le informazioni per permettere alle aziende di raccogliere questa "sfida sostenibile". «Abbiamo creato un questionario di Autovalutazione Partecipata, per dare una mano alle aziende italiane a scegliere consapevolmente un percorso di miglioramento continuo da condividere con i consumatori», ha spiegato Leonardo Becchetti, Presidente del comitato tecnico-scientifico di NeXT. Il primo appuntamento per conoscere meglio la "sfida sostenibile" avrà luogo il prossimo 27 settembre a Expo Milano. In quell'occasione Oxfam Italia e NeXt si confronteranno con aziende, imprenditori, ricercatori, studenti, associazioni e non ultimi i consumatori.

Fonte: corriere.it (articolo di Marina Sogliani)