

ZUCCHERO AMARO

Oxfam lancia un appello per chiedere alle multinazionali del settore alimentare di fermare il *land grabbing* causato dall'aumento della produzione globale di zucchero

Per adesioni: [FIRMA QUI](#)

Roma, 2 ottobre 2013 - Il consumo di zucchero nel mondo è più che raddoppiato dal 1961 al 2009, e aumenterà ancora del 25% nei prossimi sette anni, provocando l'allarme sull'incremento di malattie come obesità e diabete in molti paesi del mondo. Tuttavia, l'aumento della produzione di zucchero significa anche aumento di fame e povertà nei paesi in cui viene coltivato: è questo il messaggio del nuovo dossier di Oxfam [ZUCCHERO AMARO: quali diritti sulla terra nelle filiere di produzione delle multinazionali del cibo?](#) che evidenzia come le maggiori aziende del settore alimentare siano implicate in casi di land grabbing, l'accaparramento delle terre che strappa ai piccoli agricoltori nei paesi in via di sviluppo terra, ma anche cibo e dignità.

Il rapporto conclude che le grandi multinazionali devono fare di più per fermare gli accaparramenti di terra lungo la loro filiera produttiva. In particolare, il rapporto si sofferma su **casi avvenuti in Brasile e Cambogia, nei quali sono coinvolte aziende che forniscono zucchero a Coca Cola e PepsiCo**. Il rapporto evidenzia inoltre l'esistenza di gravi conflitti per la terra lungo la filiera produttiva dell'Associated British Food (ABF), un'altra delle "10 sorelle del cibo", che ha la proprietà del marchio "Ovaltine", la bevanda solubile conosciuta in Italia come Ovomaltina.

Il commercio mondiale dello zucchero è un business globale che vale oggi circa 47 miliardi di dollari. L'anno scorso, nel mondo sono state prodotte 176 milioni di tonnellate di zucchero, di cui il 50% è destinato all'industria alimentare. Già oggi, la superficie utilizzata per **la coltivazione di canna da zucchero è di 31 milioni di ettari: un'area grande come l'Italia**, per lo più concentrata nei paesi in via di sviluppo.

"La nostra ricerca evidenzia come il commercio di zucchero sia già oggi alla base di casi di land grabbing: sfratti ed espropri eseguiti senza il consenso e il risarcimento delle comunità che abitano su quella terra, e altri gravi conflitti legati alla proprietà della terra", **dichiara Maurizia Iachino, presidente di Oxfam Italia**. "E' necessario che le maggiori aziende del settore alimentare si dotino di politiche sufficientemente forti per contrastare l'accaparramento di terre e i conflitti che si manifestano nelle loro filiere produttive."

"Coca-Cola, PepsiCo e ABF sono oggi i maggiori produttori e acquirenti di zucchero al mondo: per questo la campagna [Scopri il marchio di Oxfam](#) chiede in primo luogo a loro di adottare politiche in grado di assicurare che i loro prodotti non contengano zucchero coltivato su terre estorte alle comunità più vulnerabili e povere." **afferma Elisa Bacciotti, Direttrice Campagne di Oxfam Italia**. "I consumatori che in tutto il mondo amano i prodotti di queste aziende meritano di più: per questo ci auguriamo che siano i primi [a firmare l'appello](#) per chiedere a queste aziende di usare la loro influenza e potere per contrastare ogni caso di land grabbing che cerchi di innescarsi nelle loro filiere."

[Oxfam chiede a Coca Cola, PepsiCo e ABF di adottare una politica di tolleranza zero al land grabbing](#) lungo le proprie filiere di produzione. I tre colossi dovrebbero inoltre rivelare, in modo trasparente, i paesi e i produttori dai quali si riforniscono di materie prime, pubblicare valutazioni sulle conseguenze che la produzione dello zucchero ha sulle comunità locali, e usare il proprio potere per spingere i governi e l'industria alimentare a rispettare i diritti sulla terra.

Coca-Cola è il più grande acquirente mondiale di zucchero e **controlla il 25% del mercato globale dei soft drink**. Il suo portafoglio di 500 marchi include Diet Coke, Fanta, e succhi di frutta Del Valle. PepsiCo controlla il 18% del mercato dei soft drink e ha un portafoglio di 21 marchi tra cui Pepsi, Tropicana, Doritos, Lipton Tè e Walkers. ABF è il secondo produttore mondiale di zucchero e il proprietario di marchi famosi come la già ricordata Ovaltine, Silver Spoon Sugar, Kingsmill e Patak, oltre che di Twinings. Nella classifica [Scopri il marchio](#) di Oxfam Coca Cola, PepsiCo e ABF hanno ottenuto un punteggio basso o molto basso in tema di politiche sulla terra.

Nel rapporto di Oxfam sono evidenziate **le prove e le testimonianze di alcuni casi di land grabbing e di altre dispute sull'uso della terra avvenute in Cambogia e Brasile** e che riguardano aziende coinvolte nella filiera produttiva delle tre multinazionali. Tra i casi analizzati, quello di una comunità di pescatori dello stato di Pernambuco in Brasile sfrattata con la violenza nel 1998 per far posto a uno zuccherificio che fornisce Coca-Cola e PepsiCo, o quello di 200 famiglie del distretto di Sre Ambel, in Cambogia, che stanno ricorrendo in giudizio per riavere la terra da cui sono state sfrattate nel 2006 per far posto a una piantagione di zucchero che rifornisce la Tate & Lyle Sugars, che a sua volta vende lo zucchero ad aziende che lavorano per Coca-Cola e PepsiCo. Nel rapporto sono anche analizzati i gravi conflitti per la terra in Mali, Zambia e Malawi in cui è coinvolta ABF, attraverso la sua affiliata Illovo.

Twitter:

Ecco perché lo zucchero nelle tue bevande preferite non è così dolce come pensi. Guarda il video e #ScopriilMarchio <http://bit.ly/1bq2m08>

Chiedi @CocaColaCo #Pepsi e #ABF di non togliere la terra alle persone per coltivare zucchero. Firma #ScopriilMarchio <http://bit.ly/1hhVLpo>

Note per i media

Ufficio stampa Oxfam Italia mariateresa.alvino@oxfamitalia.org +39.348.9803541

VIDEO CON TESTIMONIANZE DI COMUNITA' E POPOLAZIONI INDIGENE COLPITE DA LAND GRABBING IN CAMBOGIA E BRASILE

<http://wordsandpictures.oxfam.org.uk/pages/search.php?search=%21collection14705&k=f66fe4f95>

VIDEO-SPOT DI CAMPAGNA

<http://www.youtube.com/watch?v=hKiEtl-2RqE>

FOTO E CASO STUDIO BRASILE:

Foto comunità di pescatori, Pernambuco, Brasile

http://wordsandpictures.oxfam.org.uk/pages/search.php?search=%21collection14695&offset=0&order_by=relevance&sort=DESC&archive=0&k=1c832b6f28

Foto Comunità indigena Jatayvary, Mato Grosso do Sul, Brasile

<http://wordsandpictures.oxfam.org.uk/pages/search.php?search=%21collection14694&k=f3667ca6df>

Foto Comunità indigena Panambi-Lagoa Rica, Mato Grosso do Sul, Brazil

<http://wordsandpictures.oxfam.org.uk/pages/search.php?search=%21collection14704&k=ac9bdcfae6>

Foto Comunità Navirai, Mato Grosso do Sul, Brazil

<http://wordsandpictures.oxfam.org.uk/pages/search.php?search=%21collection14708&k=5592ecfda1>

Foto Comunità indigena Taquara, Mato Grosso do Sul

<http://wordsandpictures.oxfam.org.uk/pages/search.php?search=%21collection14707&k=f87fb85615>

Caso studio in inglese

<http://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2013/09/finalonepagonbrasilsumus.pdf>

FOTO E CASO STUDIO CAMBOGIA

Foto

<http://wordsandpictures.oxfam.org.uk/pages/search.php?search=%21collection13250&k=>

Caso studio in inglese

<http://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2013/09/cambodiaonepagonfinalversionclean.pdf>

Il dossier completo ZUCCHERO AMARO: quali diritti sulla terra nelle filiere di produzione delle multinazionali del cibo? è scaricabile a questo link

http://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2013/10/BRIEFING-NOTE-Zucchero-Amaro_FINAL.pdf

Per maggiori info sulla Campagna Scopri il marchio

<http://www.oxfamitalia.org/coltiva/coltiva/introduzione-scopri-il-marchio>

Per sostenere la Campagna *Sopri il marchio* firma la petizione qui
<http://www.behindthebrands.org/campaign-news/take-action>

SCHEDA:

I NUMERI

TERRA

- Il boom dei prezzi alimentari del **2008** ha fatto aumentare l'interesse degli investitori per l'agricoltura. Da metà **2008** al **2009**, il numero di investimenti sulla terra registrati è cresciuto di circa il **200%**.
- **2/3** delle compravendite di terra di investitori stranieri si registra in paesi con seri problemi di fame.
- I **5** paesi con la maggior quantità di terra comprata – in totale circa **16 milioni di ettari** – sono Sud Sudan, Papua Nuova Guinea, Indonesia, Repubblica Democratica del Congo e Mozambico.

ZUCCHERO

- La produzione di zucchero, soia e olio di palma copre in totale **150 milioni di ettari** di terra – **3 volte** la Spagna – ed è riconducibile a quasi la metà delle grandi compravendite di terra registrate dal **2000** (più di **380** compravendite di terra su larga scala dal **2000**).
- Il consumo globale di zucchero è più che raddoppiato tra il **1961** e il **2009**. Nel mondo negli ultimi anni sono state consumate più di **139 milioni di tonnellate** di zucchero l'anno, e la domanda di zucchero dovrebbe aumentare di un ulteriore **25%** entro il **2020**.
- Il consumo di zucchero varia molto in differenti parti del mondo: in Africa il consumo per persona è circa la metà di quello europeo o nord-americano (**15kg** all'anno in Africa contro **33kg** in Nord America e **34kg** in Europa).
- Nel **2011** il valore del commercio mondiale di zucchero grezzo era di **47 miliardi di dollari**, rispetto ai **10,2 miliardi del 2000**.

MULTINAZIONALI

Coca-Cola

- Coca-Cola è il più **grande** acquirente di zucchero al mondo.

PepsiCo

- Il 50% delle entrate di PepsiCo proviene da paesi non USA.

Associated British Food (ABF)

- L'ABF è il **secondo** produttore di zucchero al mondo e il maggiore produttore in Africa. Produce **5,5 milioni di tonnellate** di zucchero all'anno, circa il **4,3%** della produzione mondiale. Più della metà dello zucchero viene da canna da zucchero, prodotta per la

maggior parte da Illovo Sugar in sei paesi africani: Malawi, Mozambico, Sud Africa, Swaziland, Tanzania e Zambia. Tra i suoi prodotti ci sono Ovomaltina e Twinings.

CONTENUTO DI ZUCCHERO

- Secondo il sito britannico di Coca-Cola, una lattina di Coca-Cola (da **330ml**) contiene **35 grammi** di zucchero (circa **7 cucchiaini**).
- Una lattina di Pepsi (**355ml**) contiene **41 grammi** di zucchero (circa **10 cucchiaini**).
- Una porzione di Ovomaltina contiene **22,2 grammi** di zucchero (circa **6 cucchiaini**).