

Oxfam – Unilever in testa alla classifica di *Scopri il Marchio*

Le “10 Grandi Sorelle” del cibo migliorano le loro politiche ora devono passare dalle parole ai fatti

Link: [Le nuove pagelle di *Scopri il Marchio*](#)

Link: [Il video della campagna](#)

Roma, 31 marzo 2015 - **Unilever ha sorpassato Nestlé nella pagella di *Scopri il Marchio*, piazzandosi al primo posto con un punteggio finale del 71% contro il 69% di Nestlé.** La pagella di Oxfam valuta le politiche e gli impegni delle dieci maggiori aziende alimentari globali su come migliorare la sicurezza alimentare e assicurare la sostenibilità sociale e ambientale delle loro filiere produttive. Le “10 Sorelle” valutate nella pagella sono: Associated British Foods (ABF), Coca-Cola, Danone, General Mills, Kellogg, Mars, Mondelez, Nestlé, PepsiCo e Unilever. La pagella si focalizza su sette temi particolarmente rilevanti per la vita delle persone che nel mondo vivono in condizioni di povertà: diritti dei lavoratori agricoli, sostegno ai piccoli produttori, trattamento delle donne, accesso e gestione di terra e acqua, contrasto al cambiamento climatico, trasparenza dei dati aziendali.

Per il secondo anniversario del lancio di *Scopri il Marchio*, Oxfam pubblica oggi [un aggiornamento della pagella](#) evidenziando come otto delle “10 Sorelle” del cibo hanno complessivamente migliorato il loro punteggio a partire da febbraio 2014, mentre Danone e Coca-Cola non hanno ottenuto alcun miglioramento (<http://www.behindthebrands.org/it-it/punteggi-delle-aziende>).

È evidente che le “10 Sorelle” stanno prestando maggiore attenzione alle questioni sociali e ambientali delle loro filiere di produzione, ma il livello di ambizione nel voler attuare concretamente i cambiamenti dichiarati varia significativamente tra le multinazionali all'interno della classifica. Negli ultimi due anni, le aziende hanno dichiarato pubblicamente di voler migliorare le proprie politiche in diverse aree tematiche oggetto della campagna, ma secondo **il nuovo rapporto di Oxfam [Fatti non parole](#)** tutte indistintamente dovranno **compiere ancora tanti passi per mettere in pratica queste nuove politiche.**

La britannica **ABF continua ad occupare l'ultimo posto della classifica con un punteggio finale del 30%**, un risultato ben al di sotto della metà di quello raggiunto dalla capolista Unilever (71%); in fondo alla classifica si trovano poi Kellogg, Danone e General Mills. Il gigante dei latticini Danone, in un anno scende dal sesto all'ottavo posto a pari merito con General Mills, e ottiene anche il voto più basso della classifica in uno specifico tema: solo 1 punto su 10 nella promozione dei diritti della donne impiegate in attività agricole all'interno della propria filiera produttiva.

“Dopo due anni di costante pressione da parte di centinaia di migliaia di persone che hanno aderito alla campagna di Oxfam, le “10 Sorelle” del cibo stanno finalmente imboccando la strada giusta, ma la vera sfida è appena iniziata. Affinché vi sia un reale cambiamento nelle condizioni di vita di milioni di contadini e piccoli produttori, **le aziende devono iniziare a mettere in pratica gli impegni politici assunti pubblicamente.** E' arrivato il momento di passare dalle parole ai fatti” **ha detto Roberto Barbieri, direttore generale di Oxfam Italia.**

Quello del sostegno ai piccoli produttori agricoli è il tema su cui le aziende hanno ottenuto i peggiori risultati; sei delle dieci multinazionali hanno ottenuto un punteggio bassissimo e in generale per la maggioranza si constata una **scarsa attenzione alle condizioni di vita e lavoro dei produttori di piccola scala da cui acquistano le materie prime.** Eventi meteorologici estremi e sempre più frequenti dovuti al cambiamento climatico hanno effetti devastanti sulla vita e la stabilità economica di milioni di piccoli agricoltori nel mondo e oggi più che mai le aziende più grandi e potenti devono assumersi la responsabilità di sostenere i contadini delle loro filiere produttive ad accrescere le loro capacità di adattamento ai cambiamenti climatici.

“All'avvio del suo terzo anno di attività, *Scopri il Marchio* rilancia la sfida alle grandi multinazionali del cibo ad agire concretamente per migliorare le proprie politiche, perché nessuna grande azienda è così grande da poter ignorare la

voce dei propri consumatori. Lo stesso vale anche per i fornitori, i produttori agricoli e i grandi distributori che stanno cominciando ad adeguarsi ai cambiamenti richiesti alle "10 Grandi Sorelle" ha concluso Barbieri.

Note per i giornalisti:

Link al Rapporto: http://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2015/03/Fatti-non-Parole-Media-briefing_def.pdf

Link alla Piattaforma di Scopri il Marchio: www.oxfamitalia.org/scopriilmarchio

La Pagella di Scopri il Marchio: https://www.dropbox.com/sh/j05z5alhzdqbc4u/AAB7Jaz44J_b_zQXyNwnur7Za?dl=0

Il video della campagna: <https://www.youtube.com/watch?v=khHCooO5XWQ>

Foto-gallery: https://www.dropbox.com/sh/ik6rfngn545up8a/AACqI8a_0s_03YBnE4Bboap5a?dl=0

Grafici aggiuntivi disponibili:

Punteggio complessivo: <http://infogr.am/behind-the-brands-overall-company-scores>

Punteggio per tema: <http://infogr.am/behind-the-brands-combined-scores-by-issue>

Punteggio tema terra: <http://infogr.am/behind-the-brands-land-scores>

Punteggio tema donne: <https://infogr.am/behind-the-brands-gender-scores>

Punteggio tema clima: <http://infogr.am/behind-the-brands-climate-scores>

Ufficio Stampa Oxfam Italia

Maria Teresa Alvino: +39 348 9803541; mariateresa.alvino@oxfam.it

David Mattesini: +39 349 4417723; david.mattesini@oxfam.it

Giacomo Corvi: +39 340 2753029; giacomo.corvi@oxfam.it