



AL GIUSTO PREZZO

I DIRITTI UMANI
NELLE FILIERE
DEI SUPERMERCATI
ITALIANI



OXFAM
Italia

Questo documento è stato redatto da Giorgia Ceccarelli con la supervisione di Federica Corsi e Elisa Bacciotti. Per il supporto e la collaborazione nella realizzazione della ricerca si ringraziano i colleghi di Oxfam Federico Spadini, Marta Pieri, Danielle Smith, Tim Gore, Maria Grazia Krawczyk, Jacopo Braghini, Elena Pagliai.

Per la raccolta di dati e testimonianze e l'adattamento metodologico Oxfam ringrazia Federico Roscioli, Fabio Cicone (Terra! Onlus), Stefano Liberti, Marco Omizzolo (In Migrazione), Giovanni Abbate e Ngor Sarr (OIM), Alessandro Armando e Virginia Sabbatini (Caritas Italiana – Saluzzo), Mario Dotto (Coldiretti Saluzzo), Roberto Iovino (FLAI CGIL), Danila Botta (FLAI CGIL Cuneo), Antonio Ligorio (FLAI CGIL Brindisi), Anna Lepore e Maria Viniero (FLAI CGIL Bari), Magdalena Jarczok (FLAI CGIL Foggia), Rocco Rorandelli (TerraProject).

L'impaginazione è a cura di Federico Roscioli.

Questo rapporto fa parte di una serie di documenti miranti a informare l'opinione pubblica su temi relativi alle politiche umanitarie e di sviluppo. Per ulteriori informazioni sui temi trattati in questa pubblicazione rivolgersi all'indirizzo policy@oxfam.it

Questo rapporto è soggetto a copyright ma il testo può essere usato gratuitamente a fini di attività di sostegno, campagne di opinione, formazione e ricerca, a condizione che venga citata integralmente la fonte. Il titolare del diritto d'autore chiede che ogni utilizzo gli sia notificato ai fini della valutazione di impatto. Per la copia sotto diverse modalità, l'utilizzo in altre pubblicazioni, la traduzione o l'adattamento deve essere richiesta un'autorizzazione e può essere chiesto un contributo. E-mail: policy@oxfam.it



Questa pubblicazione è stata realizzata con il contributo finanziario dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS) nell'ambito del progetto "New Business for Good". Il contenuto è responsabilità degli autori e in nessun caso può essere considerato come espressione del punto di vista dell'AICS.

Credit foto di copertina: Elena Pagliai/Oxfam



OXFAM
Italia

Oxfam è una confederazione internazionale di 20 organizzazioni che lavorano insieme in oltre 90 Paesi nel quadro di un movimento globale per il cambiamento, per costruire un futuro libero dall'ingiustizia della povertà. Per ulteriori informazioni contattare una delle agenzie o consultare il sito www.oxfam.org



Credit foto: Elena Pagliai/Oxfam

INTRODUZIONE

La disuguaglianza economica e sociale dilaga ovunque nel mondo e il settore agroalimentare non ne è un'eccezione.

Da molti anni Oxfam affronta il tema dell'insostenibilità dell'attuale sistema alimentare globale sensibilizzando Governi, istituzioni, grandi aziende e cittadini sulle diverse cause che continuano a spingere milioni di persone in condizioni di grave vulnerabilità. Fame e povertà si concentrano nelle zone rurali di tutto il mondo. Paradossalmente, chi produce il cibo che quotidianamente portiamo sulle nostre tavole, è vittima della denutrizione cronica.

La campagna Coltiva, lanciata da Oxfam nel 2011, ha acceso i riflettori su questa inaccettabile ingiustizia evidenziando i limiti dell'attuale modello agro-alimentare industriale nel garantire un accesso adeguato a cibo sano, sicuro e per tutti. Filiere troppo lunghe e complesse, un ingente utilizzo di fattori di produzione chimici inquinanti e un'enorme concentrazione del potere di mercato nelle mani di pochi grandi attori sono tra le caratteristiche principali dell'attuale sistema alimentare che consente di sfamare appena il 30% della popolazione globale utilizzando il 75% delle risorse agricole disponibili sul nostro pianeta.¹

Dal 2013 al 2016, Oxfam ha poi mobilitato i cittadini di tutto il mondo per richiedere alle 10 grandi multinazionali del cibo alcuni impegni sostanziali per migliorare la sostenibilità ambientale e sociale delle proprie filiere di produzione, a tutela del pianeta e del benessere delle comunità coinvolte. Con più di 700.000 azioni, la campagna Scopri il Marchio,² ha ottenuto importanti vittorie come l'impegno di Coca Cola ad adottare un piano per fermare il *land grabbing*, l'accaparramento di terra, nella propria filiera produttiva, o l'impegno di Kellog e General Mills a tagliare

le emissioni di gas effetto serra nelle proprie produzioni.

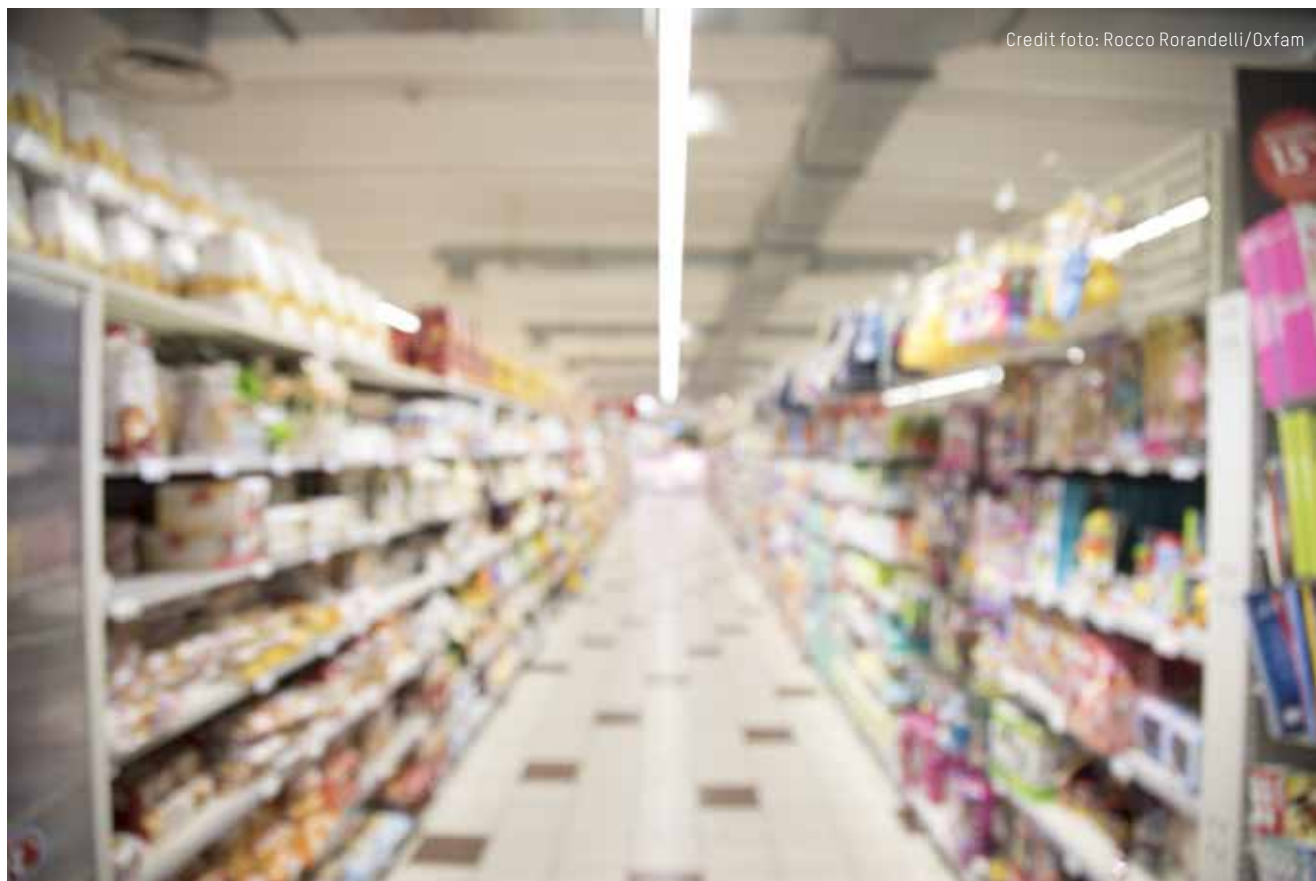
Oggi, con la stessa premessa per cui il cambiamento è realizzabile solo cambiando le regole del gioco, la nostra attenzione è rivolta al mondo della Grande Distribuzione Organizzata (GDO), attore sempre più preponderante nelle filiere agroalimentari.

Con il recente rapporto *Maturi per il Cambiamento*, Oxfam ha evidenziato le enormi asimmetrie di potere che regolano il mercato dell'approvvigionamento di moltissimi prodotti alimentari venduti sugli scaffali dei supermercati di tutto il mondo. Grazie alla crescita esponenziale dei loro fatturati e quote di mercato avvenuta negli ultimi trent'anni, le grandi catene di supermercati hanno il potere di orientare la produzione mondiale di cibo e di controllarne il commercio. Ogni giorno, decine di migliaia di prodotti passano fisicamente tra le loro mani prima di arrivare sulle tavole dei consumatori. Con l'obiettivo di garantire ai loro clienti offerte sempre più accattivanti, le grandi catene della GDO riducono all'osso il prezzo pagato ai piccoli produttori, scaricando su di essi tutti i costi e rischi di produzione.³

Sfruttamento lavorativo, economico, abusi, ricatti e violenze sono le inevitabili conseguenze che si riversano sull'ultimo anello della filiera: i braccianti e gli operai che coltivano, raccolgono e confezionano il nostro cibo. Una situazione che conosciamo molto bene anche in Italia, dove le cronache estive, da molti anni ormai, rivelano il lato oscuro della raccolta stagionale di frutta e verdura.

Sulle base delle evidenze raccolte nel rapporto *Sfruttati*,⁴ condotto a quattro mani con Terra! Onlus per fotografare le condizioni di grave sfruttamento subite prevalentemente da donne e migranti nelle campagne italiane, ci siamo domandati quale ruolo stessero giocando i principali supermercati italiani per fermare quest'ingiustizia.

Le pagine di questo rapporto analizzano il grado di impegno con cui i 5 più grandi operatori italiani della GDO - Coop, Conad, Esselunga, Gruppo Selex, Eurospin -





stanno affrontando il tema dei **diritti umani** nelle proprie filiere di produzione agroalimentare, assumendo pubblicamente le proprie responsabilità e dando evidenza dei processi messi in atto per rispettarli e prevenire abusi.

L'analisi si incentra sulle pratiche e le politiche di approvvigionamento adottate da questi operatori rispetto a quattro temi chiave: **la trasparenza e l'*accountability*, i diritti dei produttori di piccola scala, i diritti dei lavoratori agricoli e i diritti delle donne.**

La valutazione, basandosi su dati pubblici resi disponibili dalle aziende, è stata condotta adattando la metodologia elaborata da Oxfam e già applicata ai più grandi supermercati internazionali come Walmart, Tesco, Lidl, Aldi ecc.

La pagella di Oxfam dei supermercati italiani presentata nel capitolo 2 ha l'obiettivo di offrire alle aziende elementi di riflessione aggiuntivi sul complesso tema dell'eticità delle filiere agroalimentari, nel tentativo di ampliare la consapevolezza sul ruolo positivo che possono giocare rivedendo le loro politiche e adottandone di nuove per assicurare la sostenibilità sociale lungo le proprie filiere di approvvigionamento.

I risultati fin qui registrati evidenziano una chiara urgenza per i supermercati di agire per contrastare in modo efficace la scandalosa piaga dello sfruttamento del lavoro che si cela dietro ai prodotti venduti ogni giorno sui loro scaffali.

Con la campagna *Al giusto prezzo*, Oxfam vuole accendere i riflettori sulle ingiustizie che subiscono i produttori di piccola scala, i lavoratori e lavoratrici che operano nelle filiere agroalimentari italiane, così come avviene in altre parti del mondo. Offrendo un quadro di analisi ampio e approfondito sulle dinamiche di filiera e raccontando cosa si cela dietro ai prodotti che comunemente mettiamo tutti i giorni nei nostri carrelli, Oxfam vuole mobilitare i cittadini che in quanto consumatori possono giocare un ruolo fondamentale nel chiedere e ottenere un radicale cambiamento nelle politiche adottate dai supermercati volte a proteggere, rispettare e promuovere i diritti umani nelle filiere.

1 – IL SETTORE DELLA GDO IN ITALIA

I supermercati svolgono un ruolo centrale nella vita quotidiana dei consumatori italiani. Con più di 26 mila punti vendita su tutto il territorio nazionale, il settore della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) è, ed è stato, un attore chiave dello sviluppo economico e sociale in Italia negli ultimi cinquant'anni.

Insediatasi nel nostro paese a partire dai primi anni '60, la GDO ha stimolato e accompagnato negli anni una profonda trasformazione negli stili di vita e di consumo degli italiani. Grazie a ritmi di crescita vertiginosi registratisi fino agli anni 2000 e continuati, seppur in modo meno sostenuto, fino ai giorni nostri, la grande distribuzione si è sostituita di fatto alla distribuzione tradizionale (negozi di prossimità) e per la maggior parte degli agricoltori e delle industrie alimentari rappresenta il principale sbocco di mercato.

Tra prodotti freschi e confezionati, i supermercati in Italia vendono circa il 73,5% di tutto il cibo e le bevande consumate.⁵ Nel 2016, il fatturato aggregato dei maggiori operatori della GDO italiana è aumentato del 2,5%, passando da 56,7 miliardi del 2015 a 58,1 miliardi di euro.⁶

Immaginare oggi la quotidianità senza la capillare presenza dei supermercati è praticamente impossibile per la quasi totalità degli italiani. Garantendo la stabilità di un paniere ampio di beni e servizi di alta qualità a prezzi contenuti, grazie anche alla continua offerta di promozioni e sottocosto, l'intero settore è in grado di rispondere alle esigenze sempre più articolate di un enorme numero di cittadini/consumatori. Secondo una recente indagine del Censis, l'89,4% degli italiani fa la spesa presso i punti vendita della Distribuzione Moderna e nel 90,4% dei casi lo fa almeno una volta alla settimana.⁷

Rispetto ad altri paesi europei come Spagna, Germania, Francia e Regno Unito in cui i livelli concentrazione del settore oscillano tra il 60% e l'80%, in Italia le quote di mercato sono tendenzialmente più distribuite tra i vari operatori della GDO. Nel 2017, le prime cinque aziende controllavano congiuntamente poco più del 50% del mercato e solo 3 con una quota superiore al 10%.

Il mercato della GDO in Italia vanta una bassa presenza di grandi operatori internazionali ed è controllato prevalentemente da aziende italiane che, al contrario, hanno una scarsa propensione all'internazionalizzazione. Tra i primi 10 *retailer* al mondo, infatti, non figura nessun gruppo italiano della grande distribuzione.

Con una quota di mercato pari al 14,2%, il gruppo cooperativo Coop Italia⁸ nel 2017 confermava il suo primato anche nella classifica per fatturato, con un ammontare lordo pari a 14,8 miliardi di euro.⁹ Tali risultati rimarcano la posizione di leadership nel mercato che il gruppo detiene da almeno due decenni,¹⁰ nonostante la crescita negli ultimi sia avvenuta a ritmi più lenti del passato.¹¹ Al secondo posto con una quota di mercato pari al 12,1% e un giro d'affari di 13 miliardi di euro, l'altro grande gruppo cooperativo italiano, Conad, chiudeva il 2017 con una crescita del 5% rispetto all'anno precedente. Un risultato, questo, che conferma il forte dinamismo del gruppo nel mercato italiano del *retail* in cui occupa saldamente da più di un decennio la seconda posizione.¹²

La crescita del terzo distributore nazionale, Gruppo Selex,¹³ è relativamente più recente. Nel 2001, il gruppo italiano di grossisti nato a metà degli anni '60 con



l'unione volontaria A&O era il sesto operatore del mercato italiano, con un fatturato di 6 miliardi di euro e una quota di mercato pari al 6,5%.¹⁴ Nel 2011, grazie anche al rafforzamento della partnership con EMD (European Marketing Distribution), la principale centrale d'acquisto europea, il gruppo era già al terzo posto della classifica per quota di mercato e fatturato. Nel 2017, Selex controllava l'11,9% del mercato alimentare della GDO in Italia e realizzava un fatturato di 10,7 miliardi di euro (+4,1% rispetto al 2016).¹⁵

Ai piedi del podio con una quota di mercato pari al 9%, la milanese Esselunga rappresenta uno degli operatori più dinamici e in crescita della GDO in Italia. Leader di mercato per efficienza, con vendite per metro quadro di circa 16 mila euro rispetto alla media nazionale di circa 7 mila euro, l'azienda ha chiuso il 2017 con un fatturato di circa 9 miliardi di euro e un aumento delle vendite del 2,8% rispetto all'anno precedente.¹⁶

Al quinto posto si posiziona Eurospin Italia, il "re italiano dei discount", che nel 2017 ha registrato un'importante crescita del fatturato passato da 4,7 a 5,2 miliardi di euro rispetto all'anno precedente (+11%). Con i suoi 1.081 punti vendita in tutto il territorio italiano e una previsione di 200 nuove aperture entro il 2021, "è la società più profittevole della distribuzione italiana. Nel 2016, l'indice di redditività dell'azienda (Roi, relativo al capitale investito) era pari al 20,7%, valore più alto in Italia davanti a Lidl Italia (16,3%) ed Esselunga (15%) e secondo nel confronto con i grandi operatori internazionali alle spalle dello statunitense Target (20,9%).

CONCORRENZA SPIETATA E CLIENTI IMPRENDIBILI: LA CENTRALITÀ DEL FATTORE PREZZO

L'Italia è da sempre sinonimo del mangiar bene. E per gli italiani il cibo ha un carattere profondamente identitario e una forte valenza sociale. Infatti, nonostante

un contesto economico ancora molto fragile, un basso potere d'acquisto delle famiglie e un livello dei prezzi alimentari più alti del 12% della media europea, in linea con quelli francesi e al di sopra di paesi come Germania, Belgio e Olanda,¹⁷ l'Italia è prima per spesa alimentare in Europa e nel mondo.¹⁸

Secondo i dati dell'ultimo rapporto Coop sulle abitudini di consumo e gli stili di vita degli italiani, la quota di spesa destinata a cibo e bevande nel 2017 è stata del 19%, mentre a livello aggregato i livelli di consumo delle famiglie italiane sono stati i più bassi d'Europa.¹⁹

In questo contesto, la variabile prezzo assume un ruolo centrale sia nella quotidianità dei consumatori, sempre a caccia delle migliori offerte, sia nelle strategie di marketing delle catene della GDO che, come dimostrato dall'analisi delle quote di mercato nel paragrafo precedente, operano in un mercato altamente concorrenziale.

Una competizione esasperata anche dalla recente crescita del settore dei discount che sembra inarrestabile. Negli ultimi anni, i discount, letteralmente supermercati di convenienza, sono stati i protagonisti indiscussi dell'intero settore della GDO in Italia. Una crescita così pronunciata da attirare anche il colosso tedesco Aldi, la catena che ha inventato il format dei discount, che è approdato ufficialmente sul mercato italiano a marzo del 2018 con i primi 10 punti vendita. Ad ottobre 2018, l'azienda aveva inaugurato ben 40 negozi e pianificato l'apertura di altri punti vendita tutti nelle regioni del nord Italia.

In una vera e propria guerra all'ultimo prezzo, le aziende cercano di trovare strategie diversificate per offrire ai consumatori soluzioni di acquisto sempre più allettanti. Offerte, promozioni, sconti e sottocosto sono divenuti sempre più frequenti e rilevanti per scongiurare il crollo delle vendite e per preservare i ricavi. In media, le attività promozionali incidono per il 32,1% sui fatturati delle singole aziende.²⁰ Dalla più piccola alla più grande, sono impegnate in campagne di sconti che hanno durata sempre più breve, da 7 a 15 giorni, e, con una media nazionale che, oramai, si attesta sulle 3 attività promozionali al mese.²¹

Di contro, queste dinamiche hanno stimolato nuovi comportamenti di consumo con clienti che, sempre meno fidelizzati, peregrinano di negozio in negozio a seconda delle offerte. Secondo, una ricerca della società di consulenza IRI sull'efficacia delle promozioni della GDO, su 100 euro di spesa alimentare 32 euro sono il frutto dell'appetibilità della promozione.²²

Tra le risposte che la GDO ha messo in campo negli ultimi anni per recuperare marginalità e fidelizzare la clientela, lo sviluppo di linee di prodotti con il marchio del distributore sta registrando importanti risultati. Le prime anticipazioni sulle performance del settore nel 2018 che verranno presentate nel dettaglio a Gennaio 2019 durante "Marca", la Mostra Convegno Internazionale dedicata che si tiene ogni anno a Bologna, indicano che nel settore del largo consumo confezionato le vendite dei prodotti a marchio sono state pari al 19,2%, aumentando del 2,5% rispetto all'anno scorso.²³

Si tratta di cifre ancora lontane dalla media di altri paesi europei come Regno Unito e Paesi Bassi in cui il *private label* supera il 40% di quota di mercato,²⁴ ma sono indice di una chiara tendenza per cui i supermercati avranno sempre di più controllo diretto delle filiere di approvvigionamento.

I prodotti a marchio, a cui storicamente non erano associati i costi del marketing tipico delle grandi marche, sono nati per permettere al distributore di incassare margini più alti e al consumatore di portare a casa un prodotto di qualità assimilabile a quella di marca a costi più contenuti. Le analisi degli ultimi anni



mostrano però un'inversione di tendenza tale per cui la crescita di mercato del *private label* in Italia è stata di fatto trainata dalle linee di prodotto più innovative, come il biologico o l'alta qualità, o i prodotti "premium"²⁵ volti ad intercettare i consumatori orientati su prodotti più ricercati.

DAL CAMPO ALLA TAVOLA: IL RUOLO DEI SUPERMERCATI NELLE FILIERE AGROALIMENTARI

Controllando quasi il 75% di tutto il cibo e le bevande consumate in Italia, i supermercati hanno l'enorme potere di riversare sulla filiera di produzione le dinamiche di prezzo con cui si sfidano quotidianamente a suon di volantini delle offerte. Il consumatore risparmia, la GDO scongiura il crollo delle vendite e mette al sicuro i ricavi, ma qualcun altro nei vari passaggi di un prodotto dal campo alla tavola paga il prezzo di un gioco di potere iniquo in cui a perderci è chi ha meno potere contrattuale.

Una recente ricerca di Oxfam su 12 prodotti comunemente presenti nei supermercati di tutto il mondo e coltivati nei Paesi in via di Sviluppo come il tè indiano, le banane ecuadoregne o il riso thailandese, ha svelato che in media i supermercati incassano una quota sul prezzo finale al consumo di quasi il 50%, mentre agli agricoltori e ai lavoratori va meno dell'8%.²⁶

In Italia, la raccolta stagionale di frutta e verdura è notoriamente macchiata da condizioni di grave sfruttamento delle lavoratrici e dei lavoratori migranti e italiani, di cui il caporalato è solo uno delle varie forme con cui si manifesta. Da Nord a Sud, le campagne della nostra penisola sono teatro di gravi violazioni dei diritti umani per cui i lavoratori, estremamente vulnerabili e in stato di assoluta necessità, finiscono per non riconoscere più gli sfruttatori che ai loro occhi sono solo coloro che gli offrono una possibilità di lavoro (vedi Box 2).



Credit foto: Elena Pagliai/Oxfam

Il modo con cui in Italia si è generalmente affrontato il tema dello sfruttamento del lavoro in agricoltura ha sempre avuto un carattere più emergenziale che strutturale. Un fenomeno da guardare a valle e condannare solo una volta emerso, piuttosto che da prevenire con misure volte a strutturare un vero e proprio approccio di filiera che consideri lo sfruttamento del lavoro come un fallimento del mercato. Ne è un esempio emblematico la recente legge contro lo sfruttamento del lavoro e il caporalato licenziata dal Parlamento italiano nell'ottobre del 2016. Sebbene abbia costituito un necessario passo in avanti nell'ordinamento giuridico e nel dibattito pubblico italiano, la legge, come già abbiamo denunciato, ha un carattere prevalentemente repressivo e non permette di risolvere il problema alla radice.

Ampliare lo sguardo sull'intera filiera di produzione senza limitarsi alle dinamiche che si esauriscono sul campo, o poco dopo, è più che mai necessario.

Prima di arrivare nelle nostre case, un prodotto venduto dalla GDO compie in genere numerosi passaggi. Dapprima passa per le mani di chi coltiva e raccoglie la materia prima che poi conferisce a commercianti o grossisti che raccordano tra di loro diverse aziende agricole. Prima di arrivare nelle mani di chi vende all'ingrosso o al dettaglio, c'è poi il passaggio all'industria della trasformazione. Nel mezzo possono intervenire altre figure di commercianti che trasferiscono il prodotto da chi lo trasforma a chi lo stocca; altre imprese di trasformazione di vario livello, e ancora grossisti, centrali e supercentrali d'acquisto, importatori, esportatori, esclusivisti, agenti commerciali. Le filiere di produzione sono sempre molto lunghe e complesse: tentare di ricostruirle dall'esterno è un'impresa quasi impossibile per i bassissimi livelli di trasparenza che le regolano e la pluralità di attori che intervengono. Ad ogni passaggio, ognuno cerca di assicurarsi il proprio margine di guadagno, ma non tutti ci riescono e qualcuno non riesce nemmeno a coprire le spese.

Nel 2013 l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) ha deciso di condurre un'indagine conoscitiva sul settore della GDO in Italia dopo aver ricevuto *"sviate segnalazioni da parte di soggetti attivi nel settore della produzione alimentare, fornitori della GDO, in merito a presunti comportamenti vessatori e/o anticoncorrenziali delle catene della distribuzione moderna in fase di contrattazione delle condizioni di acquisto dei prodotti"*.²⁷ In più di 200 pagine, l'AGCM ricostruisce il quadro del funzionamento della GDO in Italia segnalando tutta una serie di pratiche commerciali con cui i distributori riescono a spuntare sconti e contributi²⁸ che valgono in media il 24,2% del fatturato delle imprese fornitrici. Attraverso un'indagine condotta su un campione di 471 imprese agroalimentari, l'AGCM rivela, ad esempio, che nel 67% dei casi il distributore è solito proporre di modificare a proprio vantaggio le condizioni economiche già pattuite in fase di contrattazione e il 74% dei fornitori intervistati dichiarano di percepire queste richieste come vincolanti tanto da accettarle sempre (il 20%) o spesso (il 37%) pur di non subire possibili ritorsioni come il *delisting*, l'esclusione dalla lista dei fornitori.

La scorsa estate, Eurospin è finita al centro di un'inchiesta in cui Fabio Ciconte e Stefano Liberti, giornalisti che da anni denunciano l'opacità delle filiere dei supermercati che genera sfruttamento, hanno svelato i particolari di un'asta al doppio ribasso²⁹ con cui l'azienda si è assicurata un'importante partita di passata di pomodoro: 20 milioni di bottiglie da 700 grammi spuntate ad un prezzo unitario di 31,5 centesimi di euro. Cifre insostenibili per la maggior parte dei produttori, costretti a ritirarsi dalla gara alla fine del primo round per l'impossibilità di offrire un ulteriore ribasso rispetto al nuovo prezzo base, fissato sull'offerta più bassa ricevuta al primo turno.

Pur considerando tutte le economie di scala e l'abbattimento dei costi di produzione che ne consegue, è davvero difficile pensare che a quel prezzo chi è rimasto in gioco e si è aggiudicato l'asta sia riuscito a coprire tutti i costi di produzione in modo equo e magari ne abbia anche tratto margini di guadagno.

* * *

**SU TRE MESI DI LAVORO
I DATORI DICHIARANO
SOLO 10/15 GIORNI.
COSÌ È COME SE
LAVORASSIMO IN
NERO E NON ABBIAMO
ALTERNATIVE ALLA
STRADA.**

Bracciante agricolo Piemonte

* * *



La realtà dei braccianti nelle campagne italiane racconta infatti l'esatto contrario. Anche quest'anno, la raccolta dei pomodori si è macchiata del sangue di chi lavora per più di dieci ore sotto il sole cocente per 4 euro a cassone. Tra il 4 e il 6 Agosto, in poco meno di 48 ore, 16 braccianti agricoli sono morti sulle strade del foggiano mentre tornavano dai campi stipati come bestie nei furgoncini dei loro caporali.

Il problema dello sfruttamento del lavoro è sotto gli occhi di tutti, alcuni passi importanti come l'introduzione di una nuova legge contro il caporalato e lo sfruttamento del lavoro (L.199/2016) sono stati compiuti, ma molto resta ancora da fare. Il Governo italiano deve assicurare tutti gli sforzi per garantire la piena applicazione della legge 199, introducendo le necessarie misure preventive agli strumenti repressivi che già fornisce, ma tutti gli attori della filiera, inclusi gli operatori della GDO, devono fare la loro parte.

I supermercati, che pure negli ultimi anni hanno compiuto passi importanti sul fronte della sostenibilità ambientale e dello spreco del cibo, faticano ad assumersi le proprie responsabilità nell'arginare lo scandalo dello sfruttamento del lavoro nelle filiere agricole. L'analisi di Oxfam sulle loro politiche di approvvigionamento, presentata nel dettaglio nel capitolo 2, offre ulteriore evidenza di quanto, anche in Italia, i principali operatori della grande distribuzione organizzata non si stiano impegnando a sufficienza sul tema dei diritti umani, dichiarando pubblicamente le proprie responsabilità e i processi messi in atto per rispettarli ed evitare abusi.

BOX. 1 DA NORD A SUD, PASSANDO PER IL CENTRO. UN VIAGGIO NELL'ITALIA CHE SFRUTTA.

"Certo qui la situazione è un po' meglio che al sud, ma non abbiamo nessun diritto. E allora chiudiamo gli occhi e continuiamo a lavorare". Inizia così, con le parole di uno dei tanti braccianti arrivati a fine maggio in Piemonte per la raccolta della frutta, il nostro viaggio nelle campagne italiane per scoprire cosa c'è dietro ai prodotti che ogni giorno mettiamo nel carrello della spesa.

Quello del Saluzzese, in provincia di Cuneo, è uno dei comparti ortofrutticoli più importanti d'Italia. Su un'area di circa 13 mila ettari che abbraccia ben 23 comuni, i frutteti alle pendici del Monviso offrono opportunità di lavoro a circa 7-9 mila persone ogni anno. Il lavoro è stagionale, ma a livello climatico la raccolta si accavalla tra la fine della primavera, con la raccolta dei mirtilli, e l'inizio dell'inverno con mele e kiwi, passando per raccolta estiva di pere, pesche, albicocche e prugne.

Se per i consumatori la stagionalità è indice di qualità e valore aggiunto da ricercare al banco del supermercato, per i lavoratori più vulnerabili può trasformarsi nell'incubo dello sfruttamento e dell'annullamento della dignità umana. Lo sanno bene gli operatori di Caritas Italiana che dal 2014 sono in prima linea a Saluzzo per accogliere, supportare e integrare i migranti stagionali che nella quasi totalità dei casi da loro rilevati non lavorano in condizioni di piena regolarità. Ciò che emerge in modo particolare è una forte difformità contributiva, con un meccanismo di comunicazione delle giornate di lavoro per nulla coincidenti con quelle effettivamente svolte.

"Qualcuno ti fa il contratto giusto, ma la maggior parte no. Lavoriamo tante ore e tanti mesi ma non prendiamo la disoccupazione", dichiara K***, che ci chiede di rimanere anonimo. *"Su tre mesi di lavoro i datori dichiarano solo 10/15 giorni. Così è come se lavorassimo in nero e non abbiamo alternative alla strada".*

* * *

CERTO QUI LA SITUAZIONE È UN PO' MEGLIO CHE AL SUD, MA NON ABBIAMO NESSUN DIRITTO. E ALLORA CHIUDIAMO GLI OCCHI E CONTINUIAMO A LAVORARE.

Bracciante agricolo Piemonte

* * *

“Abbiamo veramente lavoratori che ci portano buste paga di due giorni al mese, nonostante abbiano lavorato quasi tutto il mese”, ci conferma l’operatrice del Progetto Presidio di Caritas. “Altri non riescono nemmeno ad avere la busta paga e vengono a chiederci aiuto per capire quanti giorni di lavoro il datore abbia dichiarato”. Spesso, la difformità contributiva si accompagna anche ad orari di lavoro non corrispondenti a quelli previsti dai contratti collettivi, misure di sicurezza non garantite, salari inferiori ai minimi indicati e condizioni di vita insalubri e precarie: nel 2018, nonostante i progetti di accoglienza istituzionali dei lavoratori stagionali e l’ospitalità in cascina da parte di molti imprenditori agricoli, centinaia di braccianti hanno dormito in una ex-Fabbrica occupata, priva di servizi igienici, acqua potabile ed elettricità.³⁰

Abbiamo incontrato molte altre situazioni analoghe, di lavoro cosiddetto “grigio”, man mano che riscendevamo le campagne d’Italia verso il sud, ancorché accompagnate da forme e dinamiche di sfruttamento sempre diverse.

Tra i vigneti della Toscana, il sistema delle buste paga fittizie è parte integrante del contoterzismo di cui le aziende vitivinicole si servono quando hanno bisogno in poco tempo di manodopera aggiuntiva per alcune fasi del processo produttivo. Stipulato l’accordo, le società appaltatrici sono le dirette responsabili del reclutamento e della gestione delle risorse umane, ma la regolarizzazione del contratto e l’emissione della busta paga, quando ci sono, sono solo di facciata e servono a non incorrere in sanzioni in caso di controllo. Per i lavoratori più vulnerabili si tratta un vero e proprio sistema di caporalato con cui le grandi aziende vitivinicole abbattano i costi amministrativi e organizzativi per il reclutamento di manodopera in tempi molto brevi, e le società appaltatrici, spesso romene, bulgare o marocchine,³¹ lucrano sui lavoratori che non hanno alternative. *“La giornata era lunga e molto dura”, ci racconta un bracciante originario del Gabon. “Ci venivano a prendere alle 6 e lavoravamo dalle 8 alle 17.30 con mezz’ora di pausa. Ho lavorato un mese e mezzo ma non mi hanno mai pagato. Il contratto non c’è. Ti dicono che ti faranno il contratto ma non si fa mai.”*

Nell’Agro Pontino, in provincia di Latina, dove la raccolta non è stagionale ma impiega manodopera per molti mesi all’anno, la strada per un completo affrancamento dalla schiavitù è ancora lunga per i braccianti indiani della comunità sikh. Dopo lo sciopero che il 18 Aprile 2016 ha visto scendere in piazza più di 4000 lavoratori e la presentazione negli ultimi anni di più di 150 denunce contro trafficanti, caporali e datori di lavoro, i braccianti indiani hanno momentaneamente ottenuto un modesto aumento della paga oraria, da 2-2,50 Euro l’ora ai 4-4,50 Euro l’ora. Nel frattempo però, il sistema di sfruttamento, ha avuto modo e tempo di riorganizzarsi per continuare a prosperare. *“In generale il bracciante indiano sfruttato in campagna lavora anche 14h al giorno, spesso tutti i giorni del mese, la domenica mezza giornata. Ma di tutto ciò non emerge nulla dalle loro buste paga, che riportano solo poche giornate al mese”, ci racconta Marco Omizzolo, sociologo e responsabile scientifico della cooperativa In Migrazione che per mesi, da infiltrato nei campi, ha studiato da vicino il fenomeno dello sfruttamento dei Sikh nella provincia di Latina. Una situazione di totale vulnerabilità che costringe i lavoratori a fare uso di sostanze stupefacenti per sopravvivere alla fatica, come ci racconta Harbhajan Ghuman, uno dei principali esponenti della comunità Sikh nel Lazio: “In estate lavoriamo 15 ore al giorno, mangiando solo la sera. Quando siamo stanchi prendiamo l’oppio. Senza pasticche, come si può lavorare in queste condizioni?”*

In Puglia, le dinamiche di sfruttamento hanno un impatto devastante sulla condizione delle donne, italiane, spesso madri e sole. Nella provincia di Brindisi, gli elenchi anagrafici contano circa 26.000 braccianti. La stragrande maggioranza sono donne e per il 60% sono costrette a spostarsi fuori provincia pur di lavorare. Partono con i pullman gran turismo messi a disposizione dalle aziende alle 3 del mattino e

* * *

**HO LAVORATO UN MESE
E MEZZO MA NON MI
HANNO MAI PAGATO. IL
CONTRATTO NON C’È. TI
DICONO CHE TI FARANNO
IL CONTRATTO MA NON
SI FA MAI.**

Bracciante agricolo Toscana

* * *



Credit foto: Rocco Rorandelli/Oxfam

rientrano a casa almeno 12 ore dopo, con una paga media di 30-35 euro al giorno, rispetto ai 52 euro previsti dal contratto di lavoro. La differenza, come denunciato da tempo dalla FLAI CGIL, è la quota che le braccianti pagano in nero al caporale per il servizio di trasporto sui campi.³² In provincia di Bari, Anna – nome di fantasia – lavora ogni anno nel confezionamento dell’uva da tavola. In piedi per più di 10 ore al giorno, Anna taglia, pesa e sigilla migliaia di scatole senza poter mai alzare lo sguardo dai nastri che velocissimi le scorrono sotto gli occhi. *“Ci controllano dall’alto per poterci riprendere al minimo errore. Anche per andare in bagno dobbiamo passare i tornelli elettronici col nostro badge, così sanno quanti minuti ci mettiamo”.*

Risalire la filiera e capire le cause strutturali di queste forme di sfruttamento è molto complesso: la totale opacità che regna sui vari passaggi produttivi e la riluttanza con cui i diversi operatori economici accettano di parlare sono elementi che abbiamo riscontrato in ognuno dei territori visitati.

Uno dei pochi produttori che accetta di parlare ci rivela, chiedendoci di rimanere anonimo, che è impossibile per un’azienda agricola sopravvivere rispettando le regole. Nella filiera delle pesche, per esempio, il prezzo che lui riceverà per ogni chilo di frutta conferita durante la raccolta alla cooperativa lo scoprirà solo a gennaio dell’anno successivo, a mercato chiuso. *“Non sappiamo mai quello che prenderemo a fine anno. Nel frattempo iniziamo ad anticipare tutte le spese ad ottobre: abbiamo i costi dei macchinari, dell’affitto, della manodopera, ma non sappiamo se alla fine della stagione avremo coperto i costi e magari guadagnato qualcosa”.*

* * *

**CI CONTROLLANO
DALL’ALTO PER POTERCI
RIPRENDERE AL MINIMO
ERRORE. ANCHE PER
ANDARE IN BAGNO
DOBBIAMO PASSARE I
TORNELLI ELETTRONICI
COL NOSTRO BADGE,
COSÌ SANNO QUANTI
MINUTI CI METTIAMO.**

Operaia agricola Puglia

* * *

Organizzarsi, e tagliare le spese laddove è possibile diventa quindi necessario anche per chi non vorrebbe farlo sulla pelle dei braccianti. Del resto, con le regole del contratto agricolo che permettono di poter dichiarare a posteriori le giornate effettivamente lavorate, in caso di controlli all'azienda basta solo dimostrare di essere in regola con i contratti di lavoro dei braccianti presenti sul campo in quel momento, salvo poi dover denunciare entro i tre mesi successivi l'effettiva giornata lavorativa all'istituto previdenziale.

Con questo meccanismo, con cui di fatto si spiega l'aumento di lavoro grigio e la riduzione del lavoro nero – ovvero l'assenza totale di contratto per un lavoratore – per cui le aziende rischiano pene severissime grazie alle disposizioni della legge contro il caporalato (L.199/2016),³³ è possibile immaginare che le aziende possano eludere anche i controlli di quegli operatori della GDO che dichiarano di effettuare audit serrati sui loro fornitori.

Raccomandare agli operatori della GDO di andare oltre un approccio di *auditing* e adottare un meccanismo di *due diligence* che valuti costantemente l'impatto delle proprie attività di filiera sui diritti umani, significa pertanto assicurarsi che le disposizioni contrattuali che accordano ai propri fornitori non si riversino a valle sulla vita dei lavoratori, contribuendo al contempo a far emergere il lavoro grigio e a premiare le aziende più virtuose.



Credit foto: Rocco Rorandelli/Oxfam



2 – I DIRITTI UMANI NELLA FILIERA DEI 5 PRINCIPALI SUPERMERCATI ITALIANI

L'analisi delle politiche e delle pratiche di approvvigionamento degli operatori della GDO e la conseguente definizione di una pagella, prende le mosse da una precedente esperienza di Oxfam, la campagna Scopri il Marchio, con la quale dal 2013 al 2016 sono state valutate le politiche e gli impegni assunti pubblicamente dalle dieci più grandi multinazionali dell'agroalimentare - tra cui Coca Cola, Pepsico, Mars e Kellogg - rispetto a sette temi di grande rilevanza per i diritti umani.³⁴

L'obiettivo dell'analisi è duplice. Da un lato mira a fornire alle aziende selezionate uno strumento utile a rivedere le proprie politiche mettendo al centro i diritti umani. Dall'altro, ad informare l'opinione pubblica e i consumatori affinché possano spingere i supermercati a migliorare le proprie politiche di approvvigionamento e mantenere i propri impegni.

Questo metodo di valutazione si è rivelato un efficace punto di partenza per spingere le aziende a riflettere sul loro modo di fare business, e stimolarle ad apportare cambiamenti significativi per la vita di migliaia di lavoratori coinvolti nelle loro filiere. Gli indicatori tematici che compongono la griglia di valutazione rappresentano, infatti, dei pratici indicatori di performance (KPIs) che le aziende possono usare per monitorare le loro attività e fissare nuovi e ambiziosi obiettivi per una maggiore eticità delle loro filiere. Un esercizio, che in ultima analisi, spinge le aziende ad una competizione diversa da quella per fatturato con cui sono solite misurarsi, apportando un beneficio diffuso a livello di comunità e di settore e non solo di singolo operatore economico.

Infine, richiedendo un importante lavoro di approfondimento su questioni molto complesse, questo tipo di analisi permette di avviare un dialogo costruttivo con il settore privato e di spingere il livello del dibattito verso una maggiore consapevolezza dell'esigenza di ripensare gli attuali modelli di business centrandonli sui diritti umani.

METODOLOGIA

La pagella dei supermercati fornisce un quadro del livello di impegno che le aziende hanno assunto rispetto a quattro temi chiave - **la trasparenza e l'accountability, i diritti dei produttori di piccola scala, i diritti dei lavoratori agricoli e i diritti delle donne** - e analizza i passi che stanno compiendo per assicurare che i diritti umani di tutte le persone coinvolte nelle loro filiere di approvvigionamento siano pienamente rispettati.

La metodologia di analisi è stata elaborata da Oxfam in collaborazione con un team di esperti internazionali in materia di *business* e diritti umani, e una sua prima applicazione ha riguardato i principali supermercati in Germania, Paesi Bassi, Regno Unito e Stati Uniti come Lidl, Tesco, Aldi, Walmart, Kroger ecc.³⁵

Per l'adattamento della griglia di indicatori al contesto italiano, Oxfam si è avvalsa del contributo tecnico di Terra!Onlus. La selezione delle aziende italiane ha seguito la valutazione dei fatturati e delle quote di mercato, così come riportata nel capitolo 1, ricadendo sui primi cinque gruppi della GDO: **Coop, Conad, Gruppo Selex, Esselunga e Eurospin.**

Tutte le aziende coinvolte sono state preventivamente contattate e informate da Oxfam sugli obiettivi dell'analisi, nonché invitate ad instaurare un dialogo strutturato volto in primo luogo ad assicurare una piena condivisione e comprensione della metodologia e successivamente a commentare i risultati dell'analisi. Tuttavia, solo una azienda su cinque, Coop, ha risposto positivamente e collaborato all'analisi fornendo materiale aggiuntivo, valutato poi indipendentemente da Oxfam. Conad, dopo un primo incontro e la condivisione della valutazione emersa dalla analisi dei singoli punti, non ha dato riscontro né fornito documentazione supplementare. Selex, Esselunga e Eurospin hanno invece ignorato o declinato l'invito negando, per il momento, qualsiasi forma di collaborazione.

La valutazione ha preso in esame solo la **documentazione pubblica** disponibile per ogni singola azienda, ponendo particolare attenzione alle informazioni relative alle politiche per la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa, ai codici di condotta, i bilanci annuali e i rapporti sociali. Le informazioni comunicate dalle aziende durante incontri di natura privata con Oxfam, e che per varie motivazioni non possono essere divulgate pubblicamente, non sono quindi state oggetto di valutazione ai fini della pagella.

Sebbene consapevoli che i supermercati possano giocare un ruolo maggiore soprattutto nelle filiere di approvvigionamento dei loro prodotti a marchio, la presente valutazione ha riguardato le politiche e pratiche relative a **tutti i prodotti agroalimentari che i supermercati rivendono sui loro scaffali**, senza distinzione tra prodotti a marchio e non.

Un punteggio positivo pari ad 1 è stato attribuito ogniqualvolta è stata riscontrata l'attinenza di una singola politica o pratica aziendale all'indicatore di riferimento, mentre il punteggio parziale di 0,5 è stato applicato solo in corrispondenza di pratiche adottate o promosse da una sola delle società controllate del gruppo e non dall'intera compagine aziendale. In caso di punteggio dubbio, è stato richiesto alle aziende di fornire ulteriori chiarimenti o di pubblicare materiale aggiuntivo per poter essere valutato. Laddove non è stato possibile trovare evidenze pubbliche è stato assegnato un punteggio negativo (0).

I risultati dell'analisi saranno rivisti con cadenza annuale per dare conto dei miglioramenti che auspichiamo possano essere rapidi e sostanziali. Il nostro impegno nei confronti dei consumatori e delle aziende stesse sarà quello di restituire una fotografia aggiornata sugli impegni che ciascuna azienda deciderà di assumere per assicurare che i diritti umani nelle loro filiere siano adeguatamente tutelati.

LE QUATTRO AREE DI INDAGINE

Trasparenza e accountability

Il livello di trasparenza con cui le aziende comunicano il loro modo di operare, la pubblicazione di informazioni legate alla gestione delle proprie filiere, come l'indicazione dell'origine delle materie prime o la lista dei fornitori, e le politiche adottate per tutelare i diritti umani, sono indicatori chiave per capire il livello di impegno e responsabilità sociale di ciascuna azienda. E l'esperienza di Oxfam ha dimostrato che quanto più un'azienda è trasparente, tanto più rispetterà i propri impegni.

Secondo i principi guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti Umani (UNPGs), *"la responsabilità di rispettare i diritti umani impone che le imprese istituiscano politiche e procedure attraverso le quali esse possano di volta in volta conoscere i diritti umani e dimostrare di rispettarli nella pratica. Per fornire tale dimostrazione*



*occorre una buona comunicazione che garantisca un certo grado di trasparenza e di responsabilità nei confronti di individui o gruppi suscettibili di essere coinvolti o di altre parti interessate, ivi compresi gli investitori.*³⁶

La richiesta ai supermercati di essere trasparenti rispetto alle loro politiche e pratiche commerciali, e incoraggiarli ad attuare misure concrete per tutelare, rispettare e garantire i diritti umani nelle loro filiere, non significa solo esortarli a rispettare tali principi. Significa soprattutto spingerli ad aumentare la sostenibilità sociale delle loro attività, nonché la loro reputazione nei confronti di finanziatori e consumatori. Essere trasparenti significa infatti rispettare i propri consumatori, che in misura sempre maggiore pongono attenzione ai fattori di sostenibilità quando fanno i loro acquisti e sempre più facilmente, grazie alle nuove tecnologie, possono scoprire quali prodotti sono frutto di gravi violazioni e sfruttamento del lavoro.

Nell'ambito della trasparenza, la pagella valuta anche il livello di tracciabilità delle filiere, ovvero quante e che tipo di informazioni relativi ai propri fornitori (nome, sede, tipologia di contratto) l'azienda rende note pubblicamente, nonché l'impegno della GDO ad incentivare le relazioni commerciali con quei fornitori che mostrano una maggiore attenzione alle condizioni del lavoro. Per l'Italia, il riferimento diretto è l'eventuale supporto fornito dalla GDO alle aziende agricole affinché si iscrivano alla Rete del Lavoro Agricolo di Qualità, istituita per legge presso l'INPS e finalizzata a redigere un elenco delle imprese agricole in regola con le disposizioni in materia di lavoro.³⁷

Lavoratori

Il sistema alimentare globale, dando lavoro a decine di milioni di persone in tutto il mondo, potrebbe contribuire enormemente alla lotta contro la fame e la disuguaglianza. Purtroppo però, il lavoro agricolo è notoriamente bistrattato e gli episodi di gravi sfruttamento e violazione dei diritti umani nelle filiere agroalimentari colpiscono indistintamente i paesi ad economia avanzata come quelli in via di sviluppo.³⁸

La fotografia che Oxfam racconta nel recente rapporto *Maturi per il Cambiamento* offre un quadro allarmante delle condizioni di lavoro a cui sono costretti i lavoratori agricoli di molti paesi del mondo come ad esempio, i contadini del Costa Rica, esposti senza nessuna protezione a pericolosi pesticidi nelle piantagioni di ananas,³⁹ o i lavoratori sottopagati nella filiera del tè in India,⁴⁰ o ancora le condizioni di sfruttamento, lavoro nero e caporalato dei braccianti in Italia.⁴¹

Gli indicatori relativi al tema "lavoratori" valutano il livello di attenzione delle singole aziende nell'assicurare che i diritti dei lavoratori nelle loro filiere siano rispettati. A tal riguardo, uno degli elementi centrali di questo aspetto riguarda il ruolo che i supermercati giocano nel non spingere al ribasso il prezzo garantito ai propri fornitori, in modo da assicurare ai lavoratori agricoli un salario dignitoso.

In moltissimi paesi al mondo non esiste per legge un livello di salario minimo, ma i dati dimostrano che quando esiste, il suo livello è ben al di sotto di ciò che servirebbe per vivere dignitosamente.⁴² In Italia, il livello di salario minimo non è definito dalla legge ma stabilito dai contratti nazionali di categoria. Tuttavia, situazioni di lavoro sottopagato o lavoro irregolare, nero o grigio che sia, sono una piaga strutturale dell'agricoltura italiana.⁴³

Un ulteriore elemento dell'indagine ha riguardato l'attenzione dei supermercati a favorire la piena libertà sindacale ai lavoratori. Il ruolo dei sindacati è infatti centrale e va sostenuto per permettere degli spazi che garantiscano ai lavoratori la tutela dei loro diritti e la protezione da abusi di cui possono essere vittime. Dai dati dell'ultimo Indice dei Diritti nel Mondo pubblicato della Confederazione

Internazionale dei Sindacati (ITUC), nel 2017 il numero dei paesi in cui i lavoratori sono stati vittime di minacce e violenze fisiche è aumentato del 10% in un anno.⁴⁴ Episodi di violenza e attacchi nei confronti di esponenti del mondo sindacale sono stati registrati in 59 diversi paesi.⁴⁵

In Italia, i sindacati e le organizzazioni della società civile denunciano da molto tempo ormai l'assoluta vulnerabilità dei lavoratori stagionali intrappolati in una dinamica per cui di fatto gli è impossibile denunciare le situazioni di sfruttamento per via delle ritorsioni che possono subire o semplicemente della mancanza di alternative.



I Produttori di piccola scala

Nel mondo, la stragrande maggioranza delle aziende agricole sono di piccola scala e dalla loro attività economica dipende la sopravvivenza di centinaia di milioni di persone, soprattutto tra le più povere al mondo. In Italia, su circa 1.145.705 aziende agricole il 91,5% fa ricorso a manodopera prevalentemente familiare e in larghissima parte sono a conduzione diretta dello stesso agricoltore.⁴⁶ Negli ultimi venti anni, la forte crescita del sistema alimentare a livello globale ha offerto innumerevoli opportunità di sviluppo e accesso a nuovi mercati, ma come più volte denunciato, i benefici non sono andati a vantaggio di tutti e i produttori di piccola scala in molti paesi del mondo continuano a subire le conseguenze di politiche economiche inique.

Gli indicatori relativi ai produttori di piccola scala valutano il livello di impegno assunto dai supermercati nel garantire il rispetto dei diritti dei propri fornitori. L'attenzione è quindi rivolta in primo luogo a misurare se e come le aziende si stiano esimendo dall'esercitare il loro potere di mercato per strappare condizioni di acquisto più vantaggiose e quali pratiche stanno adottando per garantire contratti più equi verso i loro fornitori.



Donne

Le donne rappresentano in media il 43% della forza lavoro nel settore agricolo dei paesi in via di sviluppo, ma in molti paesi sono persino la maggioranza (+del 70%). In Italia, le stime più recenti fornite dall'Istat sulle forze lavoro del 2016 contano il 27% delle donne occupate in agricoltura, ma se si considerasse tutto l'esercito di donne che co-conducono le imprese agricole familiari al fianco dei loro coniugi e quelle che lavorano a titolo gratuito nelle aziende di famiglia la percentuale salirebbe al 45%,⁴⁷ in linea con la media globale.

Ciò nonostante, la disuguaglianza di genere nel settore agricolo dilaga ovunque nel mondo. In media nei paesi in via di sviluppo, le donne producono il 20 % per cento in meno degli uomini perché spesso devono confrontarsi con barriere che ostacolano il loro accesso agli input di produzione, ai mercati, all'assistenza tecnica, al credito e a molti altri servizi necessari al miglioramento della produzione (tecnologia, formazione, ecc.). In Italia, le donne sono impiegate soprattutto nelle filiere ortofrutticole che richiedono una maggiore abilità nel maneggiare frutti delicati come l'uva e le fragole,⁴⁸ ma i dati e le testimonianze disponibili indicano che generalmente le donne vengono pagate il 20-30% in meno rispetto agli uomini per lo stesso tipo di lavoro e che sono maggiormente soggette a ricatti.⁴⁹ La loro vulnerabilità è frutto di una serie di fattori strutturali di disparità di genere, tra cui la necessità di quest'ultime di sostenere economicamente se stesse e le loro famiglie, fatto che le costringe ad accettare condizioni di lavoro molto dure: stipendi decurtati, intimidazioni, minacce, violenze fisiche e psicologiche.⁵⁰

Anche su questo tema, i supermercati possono fare molto per promuovere la parità di genere nelle filiere e contribuire a migliorare le condizioni di lavoro e di vita di moltissime donne attraverso politiche ad hoc e alimentando una nuova cultura aziendale.

Gli indicatori relativi a questa tematica misurano l'attenzione riservata dai supermercati alle dinamiche di genere nelle filiere e valuta le misure poste in essere per garantire specifici diritti per le donne. Tra le politiche valutate rientra l'eventuale adozione dei Principi delle Nazioni Unite per l'Empowerment delle Donne, la raccolta e pubblicazione di dati disaggregati per genere volti a monitorare la condizione femminile nelle filiere e gli incentivi e gli strumenti offerti ai fornitori per combattere le cause strutturali delle disuguaglianze di genere.

LA PAGELLA DEI SUPERMERCATI

La pagella è uno strumento di grande impatto comunicativo che riesce in estrema sintesi a restituire un quadro comparativo delle 5 aziende analizzate rispetto ai temi della sostenibilità sociale lungo la filiera. Il valore della stessa non si esaurisce tanto nell'azione di redigere una classifica o di mettere un voto (cosa che di fatto una pagella fa), quanto piuttosto nel dar conto di un percorso di sostenibilità sociale lungo la filiera di produzione a cui il singolo supermercato si sta (o meno) adeguando. È evidente che per il livello di ambizione posto dagli indicatori che guidano l'analisi, il raggiungimento di una piena sostenibilità sociale è un percorso in divenire e questa pagella serve a fotografare chi questo percorso ha già scelto di intraprenderlo e che livello ha raggiunto. La pagella serve inoltre a stimolare le aziende su quali siano gli ambiti su cui ci sono ampi margini di miglioramento da riflettere nelle loro strategie aziendali.

Fatta eccezione per Coop per cui l'analisi rivela un grado più avanzato di consapevolezza e azione sul tema dei diritti umani nelle filiere, la maggior parte dei *retailers* italiani analizzati ottiene punteggi decisamente molto bassi, se non addirittura pari allo zero, in tutte le aree di indagine (Figura X).

Tra i cinque, nessun supermercato raggiunge un punteggio medio del 30%: al

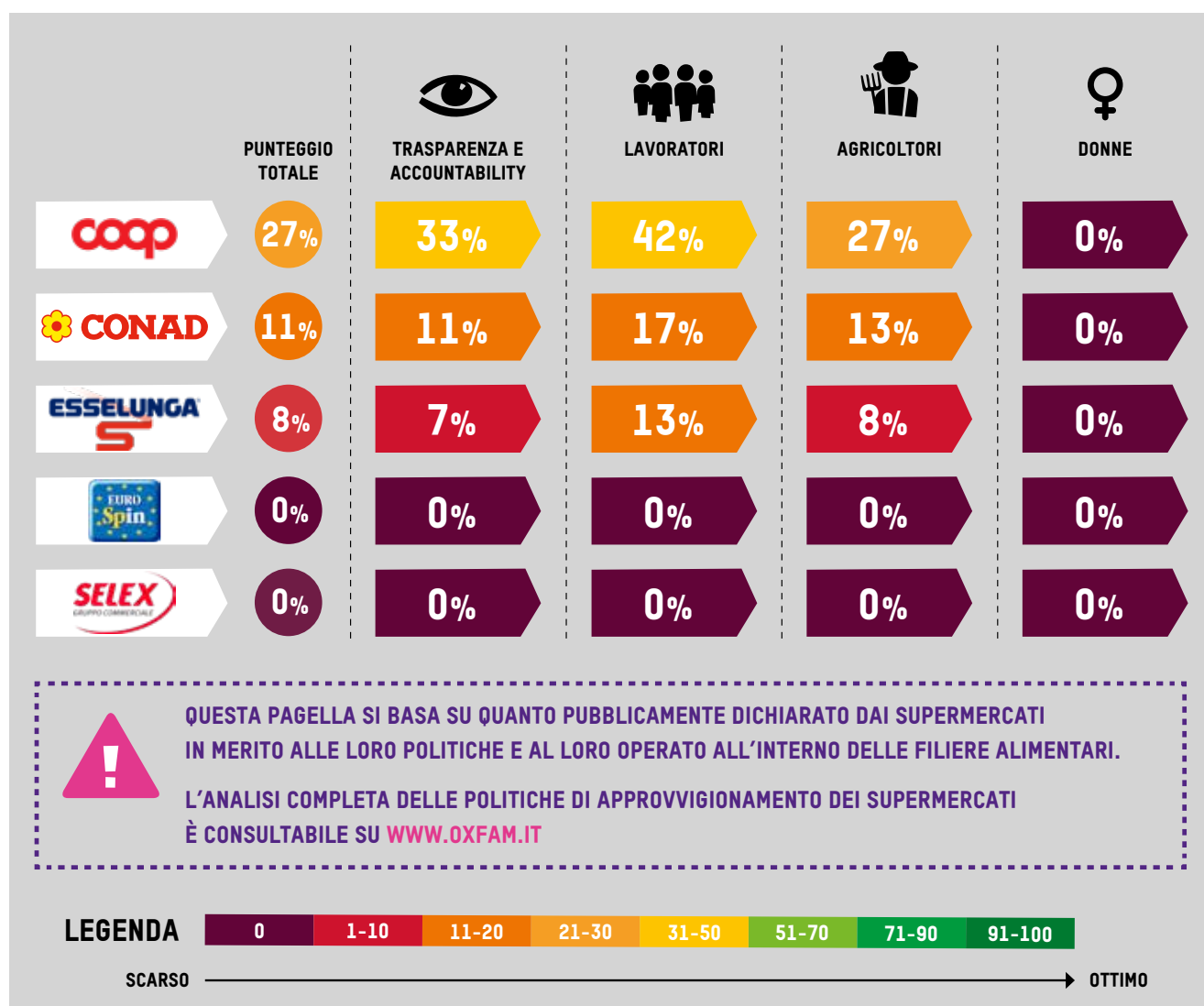
contrario, 4 su 5 risultano anche al di sotto del 10%. Tra questi, Selex ed Eurospin ottengono un punteggio pari a 0% in tutte le aree di indagine, in quanto non è stato possibile rintracciare alcun documento pubblico o dichiarazione relativa al tema dei diritti umani nelle filiere.

Tra le aree tematiche con il peggior punteggio rientrano “i produttori di piccola scala”. Questo risultato segnala un impegno limitato di tutte le aziende per sostenere gli agricoltori nelle loro filiere. I pochi sforzi in tal senso si limitano prevalentemente all’approvvigionamento di prodotti a marchio Fairtrade o in possesso di altre certificazioni, ma nessuna azienda vanta azioni dirette a garantire redditi dignitosi ai produttori, a rafforzare il loro potere contrattuale o a valutare l’impatto delle pratiche commerciali sui loro diritti.

Uno degli aspetti maggiormente allarmanti è la totale inazione dei supermercati rispetto alle dinamiche di genere. Sul tema donne, tutti e cinque i supermercati italiani ottengono un punteggio pari allo 0%, un chiaro segnale di quanto l’intero settore delle vendite al dettaglio debba prestare maggiore attenzione ai problemi specifici e sistematici che colpiscono le donne lungo tutta la filiera e adottare misure concrete per risolverli.

In linea generale, nessun supermercato risulta aver messo in piedi un sistema di policy aziendale volto ad integrare pienamente la tutela dei diritti umani lungo tutta la filiera. Uno degli aspetti mancanti è un loro completo supporto a garantire l’accesso di produttori e lavoratori a meccanismi di reclamo e rimedio. Questi

Figura 1: La pagella dei supermercati





sistemi consentirebbero di rispondere in maniera rapida ed efficace alle possibili situazioni critiche, prevenendone il peggioramento e impedendo l'insorgere di conflitti. Permetterebbero inoltre di individuare più velocemente modalità di rimedio (es. compensazioni) per i lavoratori colpiti.

Tali risultati restituiscono un quadro non dissimile a quello ottenuto da Oxfam nell'analisi dei principali operatori internazionali che, nella sostanza, evidenzia un divario stridente tra le attuali politiche e pratiche della GDO e i parametri di Oxfam che si basano su precisi standard internazionali e buone pratiche ampiamente riconosciute. Un quadro, che indica con chiarezza l'urgenza con cui i supermercati dovrebbero adottare politiche e misure significative per prevenire il rischio di violazione dei diritti umani nelle loro filiere di approvvigionamento.

I RISULTATI RISPETTO AI SINGOLI TEMI

Trasparenza e accountability

Rispetto al tema "Trasparenza e accountability", solo una azienda su cinque, il gruppo cooperativo Coop, si distingue per aver avviato un percorso di gestione dei rischi per i diritti umani lungo tutta la propria filiera di approvvigionamento. Per tutte le altre aziende, il tema dei diritti umani non risulta essere una dimensione chiave del loro modo di operare nel mercato agroalimentare.

Il quadro nel suo complesso risulta particolarmente allarmante in quanto nessuna delle aziende valutate:

- Ha adottato formalmente i Principi Guida delle Nazioni Unite su Impresa e Diritti Umani;
- Dispone di una struttura di *governance* preposta per la gestione efficace della tutela dei diritti umani nelle sue operazioni di approvvigionamento;
- Comunica formalmente il tipo di impegni e le responsabilità che ha assunto per garantire il pieno rispetto di tutti i diritti umani, oltre a quelli direttamente legati alla conduzione della propria attività economica;
- Comunica in modo pienamente trasparente le informazioni relative alla gestione delle proprie filiere (lista dei fornitori di primo livello con indicazioni relative alle condizioni contrattuali);
- Garantisce l'accesso a meccanismi di reclamo e rimedio per tutti gli stakeholders in caso di impatti derivanti dalle proprie attività di filiera.

Conad e Esselunga ricevono rispettivamente un punteggio dell'11% e del 7%, dovuto prevalentemente alla loro sottoscrizione, nel giugno 2017, di un patto con il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del turismo (Mipaaf) volto a favorire la trasparenza, l'equità, la legalità e il rispetto dei diritti dei lavoratori, a partire dal contrasto al caporalato e allo sfruttamento in agricoltura. Il protocollo, sostenuto dalla campagna #Astenetevi promossa principalmente dall'organizzazione Terra!Onlus, impegna le organizzazioni della GDO firmatarie a non fare più ricorso alle aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari.⁵¹

Per Coop, invece, l'incoraggiante punteggio del 33% è dovuto essenzialmente alle attività intraprese nell'ambito della Campagna "Buoni e Giusti", lanciata nel 2016 con l'obiettivo di promuovere l'eticità nelle 13 filiere ortofrutticole individuate dall'azienda come quelle più a rischio di illegalità, lavoro nero, caporalato e truffe alimentari: agrumi, fragole, pomodori, meloni, angurie, uva, patate novelle e altri

5 ortaggi di largo consumo. La campagna si fonda su uno strutturato meccanismo di auditing a cui sono state sottoposte più di 600 aziende ortofrutticole dal lancio della campagna, che affianca ai controlli nelle aziende anche le interviste anonime ai lavoratori e la raccolta di informazioni da stakeholder locali, come sindacati e ONG.⁵²

Per tutti i prodotti ortofrutticoli oggetto della campagna Buoni e Giusti, l'azienda ha inoltre predisposto piani comunicativi ad hoc con cui ha informato i consumatori sull'impegno dell'azienda contro l'illegalità nelle filiere agricole e sensibilizzato ad un acquisto consapevole.

Tuttavia, ciò che sembra mancare nell'esperienza di Coop, e di conseguenza di tutti i supermercati italiani analizzati, è un impegno concreto per superare l'approccio di auditing basato sui controlli ex-post per dotarsi invece di costanti processi di *due diligence*⁵³ volti ad "identificare, prevenire, mitigare e rendicontare"⁵⁴ gli effetti negativi potenzialmente causati dall'impresa. Nel contesto dei Principi Guida della Nazioni Unite su Business e Diritti umani, questa attività presuppone un sistema di gestione continua che l'azienda mette in atto per assicurarsi di rispettare o di non essere complici in abusi sui diritti umani. Nessuna delle aziende infatti, rende nota una vera e propria mappatura dei rischi per i diritti umani sottostanti le proprie filiere, analizzandone le principali dinamiche sia dal lato della domanda, sia dal lato dell'offerta.

Nel contesto italiano, superare i limiti dell'attività di audit significherebbe per esempio affrontare in modo serio il tema del lavoro grigio che in modo sempre più sofisticato si cela dietro a buste paga e contratti all'apparenza corretti dal punto di vista fiscale (vedi Box 1). A far emergere questo fenomeno, infatti, sono notoriamente i sindacati e le organizzazioni del terzo settore che operano a livello locale e che, vantando un vero rapporto di fiducia con i lavoratori agricoli, raccolgono istanze che difficilmente potrebbero emergere da un'intervista, per quanto anonima, condotta da un valutatore esterno nel luogo di lavoro.

Allo stesso tempo, un miglioramento degli impegni per una piena tracciabilità della filiera che presupporrebbe, per esempio, la pubblicazione e l'aggiornamento regolare di una lista dei fornitori. Ciò renderebbe più immediata l'attivazione di meccanismi di reclamo e rimedio in caso di abusi e violazioni, dotando sindacati e le organizzazioni locali di uno strumento più efficace per ricostruire i passaggi produttivi e permettere all'operatore della GDO di avere un maggiore controllo su ciò che avviene nella filiera stessa (vedi Box 2).

Cosa dovrebbero fare i supermercati per essere più trasparenti e responsabili su ciò che succede nelle loro filiere?

- Assumersi la responsabilità della tutela dei diritti umani nelle proprie filiere di approvvigionamento predisponendo una struttura di *governance* interna dedicata e fissando impegni e obiettivi specifici da raggiungere entro tempi certi e prefissati.
- Divulgare maggiori informazioni relative alla gestione delle proprie filiere con specifico riferimento ai fornitori;
- Adottare appropriati processi di *due diligence* per andare oltre l'approccio basato sull'auditing;
- Gestire in modo efficace rischi e violazioni dei diritti umani e prevedere meccanismi di reclamo e rimedio.



Lavoratori

Sul tema “Lavoratori”, l’analisi ha appurato che la maggior parte delle aziende analizzate si sono dotate di codici di condotta che contemplano una serie di impegni per il rispetto dei diritti dei lavoratori che i propri fornitori devono sottoscrivere e applicare, pena la risoluzione del contratto di fornitura.⁵⁵ Tuttavia, nessuna azienda fornisce alcun supporto concreto ai fornitori per ottemperare a tali disposizioni (ad es. supportare la realizzazione presso le aziende agricole di corsi di formazione per i lavoratori sui loro diritti), o verifica in modo costante se il proprio operato e le disposizioni commerciali accordate non impediscono ai fornitori di rispettare il codice di condotta (es. tramite la richiesta di sconti e contributi successivi al contratto, la cancellazione di ordini, il ritardo dei pagamenti ecc.).

Solo Coop, che nuovamente in questa area di indagine ottiene il punteggio più alto (42%), dichiara di realizzare margini contenuti nelle filiere ortofrutticole più esposte ai rischi di violazione dei diritti umani. La politica dei prezzi che il gruppo dichiara di attuare, è tale da garantire ai produttori di coprire i costi di produzione e consentire un buon margine operativo alle aziende Agricole, essendo mediamente superiori dei prezzi all’ingrosso praticati nei mercati generali.

Coop, Esselunga e Conad riconoscono pubblicamente la natura sistemica delle violazioni dei diritti dei lavoratori nelle filiere agricole, ma solo la prima dimostra di tradurre le evidenze in politiche aziendali. Tale risultato riflette nuovamente la maggiore consapevolezza sul tema dei diritti dei lavoratori di Coop, che già da tempo ha avviato un percorso autonomo di miglioramento delle politiche di approvvigionamento nell’ambito della Campagna Buoni e Giusti.

Il più recente posizionamento di Conad ed Esselunga, invece, è stato senza dubbio incentivato dal dibattito dei mesi scorsi sulle aste al doppio ribasso (vedi cap. 1) e legato alla necessità delle due aziende di ribadire la loro estraneità da tali pratiche commerciali sleali.



Dalla documentazione pubblica disponibile risulta inoltre che nessuna azienda tra quelle valutate:

- Riconosca che il miglioramento degli standard lavorativi nella filiera di approvvigionamento rappresenti una responsabilità che i supermercati devono condividere con i fornitori, impegnandosi per esempio a confrontarsi con i propri fornitori per concordare quali costi e rischi condividere;
- Offra incentivi ai fornitori che dimostrino miglioramenti degli standard di lavoro, tra cui migliori condizioni contrattuali;
- Si sia impegnata a pubblicare almeno 3 valutazioni d'impatto sui diritti umani per comprendere l'impatto delle proprie attività sui lavoratori della filiera;⁵⁶
- Affronti il tema dei salari dei lavoratori verificando, per esempio, l'effettiva conformità tra salari dichiarati (buste paga) e i salari realmente percepiti dai lavoratori.⁵⁷
- Collabori proattivamente con i sindacati per assicurare ai lavoratori la piena libertà sindacale e spazi sicuri di denuncia.

Cosa dovrebbero fare i supermercati per tutelare maggiormente i diritti dei lavoratori?

- Valutare gli impatti delle proprie attività di filiera sulle condizioni di vita e di lavoro dei lavoratori agricoli;
- Collaborare attivamente con le unioni sindacali per garantire che i lavoratori non subiscano ripercussioni o intimidazioni in caso di denuncia;
- Adottare procedure volte ad assicurare il corretto pagamento dei salari effettivamente dovuti;
- Impegnarsi per identificare il livello di salario dignitoso che i lavoratori agricoli dovrebbero percepire e agire per colmare il divario tra salari minimi e salari dignitosi.

I Produttori di piccola scala

Sul tema "Produttori", l'analisi ha registrato un impegno limitato di tutte le aziende per sostenere gli agricoltori di piccola scala nelle loro filiere; i pochi sforzi in tal senso si limitano prevalentemente all'approvvigionamento di prodotti a marchio Fairtrade o in possesso di altre certificazioni, ma nessuna vanta azioni dirette a valutare l'impatto delle proprie pratiche commerciali sui diritti degli agricoltori.

Il punteggio più alto è nuovamente di Coop che ottiene il 27% anche grazie ad un impegno in attività di advocacy e collaborazioni multistakeholder volte ad affrontare le cause strutturali dello sfruttamento del lavoro in agricoltura e a sensibilizzare sul tema.⁵⁸ Gli altri due supermercati, per cui il primo vero impegno sul tema rimane il patto firmato presso il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del turismo (Mipaaf) per favorire l'equità nelle filiere, seguono con un punteggio minore: 13% per Conad e 8% per Esselunga.

In linea generale, nessuna tra le aziende valutate:

- Valuta l'impatto delle proprie attività sui produttori di piccola scala;
- Riconosce la necessità di una maggiore equità nella distribuzione del valore all'interno delle filiere, fornendo esempi di pratiche innovative per ridistribuire il valore tra i vari attori;



Credit foto: Elena Pagliai/Oxfam

- Misura e rende nota la quota di valore destinata ai produttori di piccola scala a partire dalle filiere a più alto rischio di violazione dei diritti umani e dei lavoratori.

Cosa dovrebbero fare i supermercati per tutelare maggiormente i diritti dei lavoratori?

- Valutare l'impatto delle loro attività sui produttori da cui si approvvigionano;
- Adottare pratiche commerciali che assicurino una redistribuzione equa del valore;
- Impegnarsi attivamente in attività di advocacy per spingere le istituzioni a tutelare maggiormente i produttori di piccola scala.

Donne

Il contributo delle donne nelle filiere dei supermercati appare invisibile agli occhi della GDO italiana. Rispetto a questo tema, infatti, nessuna azienda ottiene un punteggio.

Questo risultato misura la totale ignoranza e non curanza degli operatori della GDO rispetto alle disuguaglianze di genere di cui sono vittime le donne che coltivano e trasformano il nostro cibo. Nessun tipo di attenzione viene poi dedicata ai fenomeni del lavoro non retribuito o sottopagato delle donne, o alla loro maggiore vulnerabilità legata a norme sociali che ne limitano le opportunità.

Cosa dovrebbero fare i supermercati per garantire l'uguaglianza di genere nelle filiere?

- Sottoscrivere e impegnarsi a realizzare i UN Women Empowerment Principles (WEPs)⁵⁹ definiti in modo specifico per le imprese e promossi dal Global Compact, il più importante network mondiale che unisce governi, imprese, agenzie delle Nazioni Unite, organizzazioni sindacali e della società civile, con lo scopo di promuovere su scala globale la cultura della cittadinanza d'impresa;
- Raccogliere e comunicare dati disaggregati per genere volti a valorizzare il contributo delle donne nelle filiere;
- Valutare l'impatto delle proprie attività di filiera sulle donne e impegnarsi a migliorare le loro condizioni di vita e di lavoro.

BOX 2: L'IMPOSSIBILITÀ E L'INEFFICACIA DI DENUNCIARE GLI ABUSI, CHE RAFFORZA GLI SFRUTTATORI

"Tutte le volte che raccontiamo la nostra situazione ai carabinieri, ci dicono che dobbiamo fare la denuncia altrimenti loro non possono fare niente per noi. Ma se noi denunciando il nostro capo, poi non lavoriamo più. Abbiamo paura, è per questo che in tanti non denunciando". Le parole di uno dei tanti lavoratori incontrati evidenziano una delle problematiche più diffuse nelle campagne italiane: l'impossibilità reale per i lavoratori di denunciare le condizioni di sfruttamento in cui versano. Nonostante siano consci dei loro diritti e delle violazioni che stanno subendo, per la maggior parte di loro sollevare un'accusa nei confronti di chi gli sta offrendo una rara occasione di lavoro significa perderla.

Eloquenti a tal proposito sono le parole dell'operatore del Progetto Presidio di Caritas Italiana a Saluzzo, per cui questo meccanismo subdolo di ricatto finisce per spingere i lavoratori in *"situazioni di fragilità tale da non riuscire nemmeno più a riconoscere lo sfruttatore. Lo sfruttatore diventa colui che mi sta dando una possibilità, anche se mi paga 4 euro all'ora, senza contratto garanzie e tutele, perché mi permette di guadagnare qualcosa in una situazione in cui la maggior parte delle persone con cui vivo non hanno un lavoro"*.

Chi decide di farlo, lo fa solo quando capisce che non ha più alternative. Come Sisoku, un veterano delle campagne di raccolta stagionali. In Italia dal 2002, ma è dal 2011 che, come dice lui, fa la *"navetta tra Saluzzo e Rosarno"*, scendendo in Calabria durante l'inverno per la raccolta degli agrumi. L'anno scorso, dopo tre anni in cui il datore di lavoro non gli versava tutti i contributi, ha fatto la vertenza ed è riuscito a farsi riconoscere ciò che gli aspettava. Quest'anno è riuscito nuovamente a trovare lavoro in un'azienda del territorio, ma non è andata così per molti altri lavoratori che l'anno scorso hanno reclamato per i propri diritti, ma che, come denuncia la Caritas, quest'anno sono stati tagliati fuori dal mercato del lavoro.

In Toscana, tre migranti di origine africana supportati dagli operatori di Oxfam hanno trovato il coraggio di denunciare l'episodio che li ha visti vittime di caporalato e sfruttamento nella pulitura delle vigne dell'anno passato. A più di un anno dalla denuncia le indagini sono ancora in corso, ma nessun meccanismo di rimedio ha permesso alle vittime di riavere indietro il proprio stipendio.

In Puglia, le stesse dinamiche di paura e mancanza di alternative spingono molte donne a sopportare qualsiasi tipo di subordinazione. *"Ultimamente 4 ragazze si sono*

* * *

SE NOI DENUNCIAMO IL NOSTRO CAPO, POI NON LAVORIAMO PIÙ. ABBIAMO PAURA, È PER QUESTO CHE IN TANTI NON DENUNCIAMO.

Bracciante agricolo Puglia

* * *



Credit foto: Rocco Rorandelli/Oxfam

rifiutate di lavorare oltre il turno previsto. Il capo ha preso un fogliettino, ha segnato i loro nomi e ha detto: queste rientreranno solo quando lo dico io”, ci ha raccontato una lavoratrice della filiera dell’uva.

Di fronte a queste situazioni, l’azione sindacale e il supporto che le organizzazioni locali possono offrire alle vittime si riduce al minimo, lasciando di fatto gli sfruttatori impuniti e sicuri di poter perseverare. Quello della denuncia è un tema che senza dubbio non può ricadere solo sui supermercati, poiché sottende responsabilità più ampie delle istituzioni competenti e della politica. Ma gli operatori della GDO possono avere un grande ruolo nel prevedere meccanismi di reclamo e rimedio che garantiscano ai lavoratori delle proprie aziende fornitrici un canale di denuncia protetto e sicuro in cui segnalare eventuali abusi, e definisca immediati piani di risposta e compensazione per la vittima. Allo stesso tempo, è necessario che gli operatori della GDO stringano relazioni più stabili con i sindacati e le organizzazioni che a livello locale vantano rapporti di fiducia più solidi con i lavoratori delle loro filiere e che possono facilitare i processi comunicativi e relazionali. A questo proposito, la pubblicazione da parte dei supermercati delle liste dei fornitori locali permetterebbe a sindacati e organizzazioni di procedere in modo più tempestivo alla segnalazione e risoluzione dei casi.

PER CHI NON HA ALTERNATIVE, LO SFRUTTATORE DIVENTA COLUI CHE GLI STA DANDO UNA POSSIBILITÀ: ANCHE SE TI PAGA 4 EURO ALL’ORA, SENZA CONTRATTO GARANZIE E TUTELE, TI PERMETTE DI GUADAGNARE QUALCOSA.

Operatrice Caritas Italiana – Saluzzo

UN'AGENDA PER IL CAMBIAMENTO

La crescente disuguaglianza e lo sfruttamento economico di lavoratrici e lavoratori sono fenomeni intrinseci di molte filiere di approvvigionamento dei supermercati. Le evidenze di questa analisi dimostrano, però, che il livello di impegno assunto dai principali operatori della GDO italiana per affrontarne le cause strutturali non è ancora sufficiente. Di più, nella maggior parte dei casi è assolutamente insussistente.

Il tema è senza dubbio complesso e non di immediata soluzione. Richiede lo sforzo congiunto di tutti gli attori della filiera a partire dalle istituzioni, dal mondo produttivo, industrie della trasformazione, sindacati, organizzazioni locali e lavoratori. Ma la GDO può e deve assumersi un impegno vincolante nella tutela dei diritti umani nelle proprie filiere di approvvigionamento.

Il costo del non agire per una filiera più sostenibile inizia ad essere molto chiaro. Numerose ricerche ormai, incluso il recente rapporto Coop 2017, indicano come sempre di più i consumatori stiano ponendo attenzione alle questioni relative alla sostenibilità, preferendo marchi ritenuti più impegnati sul piano sociale o ambientale. Le famiglie sono progressivamente diventate più selettive e razionali nell'acquisto, e la tecnologia ha investito il consumatore di una mole infinita di informazioni tale da renderlo soggetto attivo, e non più passivo di fronte agli scaffali.⁶⁰

La sfida che Oxfam vuole lanciare con la campagna *Al giusto prezzo* è ambiziosa: porre fine allo sfruttamento dei lavoratori agricoli nelle filiere di approvvigionamento dei supermercati. Alcuni operatori a livello internazionale hanno già adottato alcune iniziative importanti per avviare il percorso verso una maggiore eticità delle filiere. Walmart e Carrefour hanno adottato la tecnologia della *blockchain*⁶¹ su alcune filiere dell'ortofrutta per tracciare per intero la filiera; altri supermercati stanno sperimentando approcci alternativi alle comuni procedure d'acquisto che potrebbero contribuire ad una condivisione più equa del valore di filiera verso chi produce il cibo.⁶² La stessa Coop in Italia, ha avviato grazie alla campagna Buoni e Giusti un importante processo di sensibilizzazione interno ed esterno, verso fornitori e consumatori.

Il cammino è solo all'inizio, ed accelerarlo è un imperativo morale che nessuno può più ignorare.

Oxfam chiede ai supermercati italiani di:

- Impegnarsi ad analizzare in modo approfondito i rischi esistenti di violazione dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori esistenti nelle proprie filiere;
- Impegnarsi ad osservare i Principi Guida della Nazioni Unite su Imprese e Diritti, istituendo un chiaro processo di *due diligence* per e valutare l'impatto delle proprie attività economiche sui diritti umani;
- Integrare la dimensione di genere nelle proprie politiche per favorire un più ampio *empowerment* economico delle donne nelle filiere;
- Adottare pratiche commerciali che garantiscano il pieno rispetto dei diritti umani e del lavoro, nonché l'equa redistribuzione del valore tra i diversi attori della filiera, impegnandosi ad eliminare tutte quelle pratiche che impongano ai fornitori



sproporzionati livelli di rischio e costanti riduzioni dei prezzi;

- Approvvigionarsi esclusivamente da fornitori che garantiscano effettivamente un salario o reddito dignitoso ai propri dipendenti, privilegiando le aziende che abbiano già aderito alla Rete del Lavoro Agricolo di Qualità.
- Migliorare in modo radicale livelli di trasparenza lungo tutta la filiera di approvvigionamento, rendendo pubbliche le informazioni relative ai fornitori di cui si servono e scegliendo di acquistare solo da coloro che dimostrino un forte impegno in tema di trasparenza.
- Collaborare attivamente con i sindacati e le organizzazioni della società civile con lo scopo di individuare e promuovere nuove azioni per contrastare in modo efficace il fenomeno dello sfruttamento del lavoro nelle filiere.

Oxfam chiede al Governo Italiano di:

- Proseguire nella direzione di una legislazione vincolante con lo scopo di impedire pratiche di commercio ingiuste che penalizzano gli agricoltori di piccola scala e sfruttano i lavoratori;
- Intraprendere nuove azioni per una piena applicazione della Legge 199/2016 contro lo sfruttamento del lavoro e il caporalato, soprattutto nella parte che prevede l'istituzione delle sezioni territoriali della Rete del lavoro agricolo di qualità.
- Emanare e attuare norme vincolanti che impongano la *due diligence* sui diritti umani, obbligando le aziende a pubblicare annualmente il resoconto delle azioni intraprese per garantire che nella loro attività imprenditoriale, e nelle loro filiere, non si verifichino forme sfruttamento del lavoro;
- Promuovere una maggiore tracciabilità e trasparenza della filiera ordinando per legge l'indicazione di tutti gli elementi che compongono il prezzo a scaffale dei prodotti agroalimentari e le quote percepite dai diversi attori;
- Garantire un adeguato supporto finanziario all'agricoltura contadina, prevedendo inoltre meccanismi che garantiscano l'accesso alla terra, affinché i produttori di piccola scala possano migliorare le loro condizioni e di conseguenza quelle dei braccianti e degli operai agricoli specializzati;
- Collaborare con le rappresentanze sindacali e la società civile per individuare e promuovere nuove azioni e norme volte a prevenire il fenomeno dello sfruttamento del lavoro nelle filiere alimentari;
- Affrontare in modo sistemico la questione migratoria prevedendo canali di accesso legali e sicuri e permessi di lavoro temporaneo per evitare lo sfruttamento dei lavoratori migranti in ambito agricolo.

Oxfam chiede ai cittadini e consumatori in Italia di:

Utilizzare le informazioni descritte nella pagella dei supermercati per:

- Richiedere agli operatori della GDO di mettere il tema dei diritti umani nelle filiere alimentari al centro delle loro attività economiche;
- Richiedere agli operatori della GDO di assumersi le proprie responsabilità rispetto al fenomeno dello sfruttamento del lavoro nelle filiere agricole;
- Richiedere agli operatori della GDO di aumentare la trasparenza delle informazioni che riguardano l'intera gestione della filiera, esigendo la descrizione puntuale

di tutti i passaggi che un prodotto compie dal campo alla tavola e le quote di profitto trattenute dai vari attori della filiera quali percentuali del prezzo finale di vendita di un prodotto;

- Prestare maggiore attenzione ai temi dello sfruttamento del lavoro nelle filiere durante gli acquisti, privilegiando le marche e i prodotti che certifichino un'effettiva eticità della filiera.



ALLEGATO 1: GLI ELEMENTI PRINCIPALI DI UNA HUMAN RIGHTS IMPACT ASSESSMENT (HRIAS)

Le valutazioni d'impatto sui Diritti Umani (HRIAs) consentono alle aziende di misurare l'impatto delle proprie attività economiche sui diritti umani e di identificare conseguenti piani di azione volti ad affrontare e eliminare qualsiasi impatto negativo su di essi. I Principi Guida della Nazioni Unite su Imprese e Diritti Umani sanciscono una precisa responsabilità delle aziende nel rispettare i diritti umani. Comprendere la natura e la cause strutturali degli impatti negativi derivanti dalle proprie attività di filiera rappresenta quindi uno dei passi più importanti che un'azienda dovrebbe compiere per ottemperare a tale responsabilità.

La valutazione degli impatti è parte integrante di un più ampio processo di due diligence e dovrebbe essere condotta in aggiunta ad una valutazione dei rischi nella filiera. Le sezioni che seguono delineano gli elementi principali di una HRIA.

Coinvolgere tutti gli stakeholder

È fondamentale che la valutazione d'impatto coinvolga tutti gli stakeholder e gli attori della filiera, inclusa la comunità locale di riferimento, senza limitare l'analisi a ricerche documentali o a interviste ai soli rappresentanti di istituzioni o ONG. Il coinvolgimento degli stakeholder dovrebbe includere sia le controparti a favore dell'attività aziendale, sia quelle che sono contrarie. L'approccio adottato dovrebbe porre specifica attenzione alla dimensione di genere. Oxfam raccomanda il coinvolgimento dei seguenti stakeholder:

- Lavoratori / comunità locali / produttori di piccola scala, sia uomini che donne, direttamente coinvolti nelle attività economiche di filiera;
- I principali stakeholder a livello locale, incluse le organizzazioni della società civile, le organizzazioni dei produttori e le organizzazioni femminili;
- I Governi nazionali e locali, le aziende del settore, i sindacati nazionali e locali, le ONG.

Metodologia

- La valutazione dovrebbe riguardare tutte le attività dell'azienda, inclusa l'analisi degli impatti derivanti dalle pratiche commerciali e dalle politiche per la sostenibilità adottate;
- Le dinamiche di genere dovrebbero costituire parte integrante dell'obiettivo dell'analisi e della sua realizzazione (ad es. con un'analisi che tenga conto di come gli impatti si riflettono diversamente sulle donne e sugli uomini);
- Affinché l'analisi possa effettivamente includere il punto di vista delle persone

colpite, incluse le donne, tutti gli stakeholder locali quali partner, sindacati e società civile dovrebbero essere consultati anche durante la definizione della metodologia;

- Prevedere tempistiche accurate per ogni fase del processo garantisce a tutti gli stakeholder il giusto tempo per partecipare pienamente all'analisi e renderla più robusta nei suoi risultati;
- Assicurare la piena trasparenza sulla metodologia adottata, l'expertise del gruppo di ricerca, il coinvolgimento di organizzazioni esterne, il numero di comunità coinvolte, e le azioni che l'azienda svolgerà in modo indipendente o collaborando con altre realtà nella conduzione dell'analisi.

Trasparenza sui risultati ottenuti e i passi da compiere

- Pubblicare entrambe la versione integrale dell'analisi e una sua sintesi dei principali risultati ottenuti e delle azioni da intraprendere per assicurare il pieno rispetto dei diritti umani;
- Pianificare e pubblicare un piano di azione vincolato nei tempi per affrontare le cause strutturali degli impatti negativi. Oltre alla definizione puntuale delle azioni che l'azienda dovrà intraprendere per migliorare le proprie politiche a tutela dei diritti umani, il piano d'azione potrebbe anche includere delle misure collettive da intraprendere con altre aziende del settore facendo leva sul loro comune peso economico e potere d'acquisto nelle filiere.

Per maggiori informazioni

- Questa breve guida si basa su evidenze tratte dal rapporto di Oxfam America [Community Voice in Human Rights Impact Assessment](#)
- Esempi di buone pratiche sono consultabili qui: FLA/Nestle - [Focus on Labour Standards](#) e FLA/Nestle - [Assessing Women's Roles](#)
- [Guidance e Toolbox](#) realizzati dall'Istituto Danese per I Diritti Umani



NOTE

- 1 Cfr. www.etcgroup.org/sites/www.etcgroup.org/files/files/etc-whoillfeedus-english-webshare.pdf .pdf
- 2 Cfr. <https://www.oxfamitalia.org/introduzione-scopri-il-marchio/>
- 3 Cfr. R. Willoughby and T. Gore. (2018). Maturi per il Cambiamento: Porre fine allo sfruttamento nelle filiere dei supermercati. Oxfam https://www.oxfamitalia.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F06%2FMaturi-per-il-cambiamento_IT_21-giugno-2018_web.pdf&usg=AOvVaw3o5z0kePAxIbP0gBKSRLY
- 4 G. Ceccarelli, F. Ciconte (2018). Sfruttati. Povertà e Disuguaglianze nelle filiere agricole in Italia. Oxfam Italia e Terra!Onlus. https://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2018/06/Sfruttati_21-giugno-2018.pdf
- 5 Cfr. Federdistribuzione. (2017). La Distribuzione Moderna in Italia. Scenario Economico e Dinamica dei Consumi.
- 6 Cfr. Area Studi Mediobanca. I maggiori gruppi italiani (2012-2016) e internazionali (2014-2016) della Gdo alimentare. 2017
- 7 Cfr. ADM - Associazione Distribuzione Moderna con Federdistribuzione - ANCC COOP - ANCD CONAD in collaborazione con Istituto Censis. Lo Sviluppo italiano e il ruolo sociale della Distribuzione Moderna. 2017
- 8 Il gruppo Coop Italia raggruppa sette cooperative di consumatori (Coop alleanza 3.0, Coop Centro Italia, Coop Liguria, Coop Lombardia, NovaCoop, Unicoop Tirreno e Unicoop Firenze) per conto delle quali elabora politiche e strategie di marketing e comunicazione unitarie, ottimizza gli acquisti, definisce i Prodotti a Marchio e ne controlla la qualità.
- 9 Fonte: Coop. 2018. Rendiconto Economico e Sociale. <https://www.e-coop.it/web/guest/area-stampa>
- 10 Già nel 2001, Coop Italia risultava essere il primo operatore della GDO in Italia con una quota di mercato pari all'11,9%. Nel 2006 e nel 2011, il gruppo riconfermava la sua posizione con quote di mercato rispettivamente pari al 14,0% e 14,7%. Cfr. Autorità garante della Concorrenza e del Mercato. "Indagine conoscitiva sul Settore della GDO – IC43"
- 11 Secondo le Analisi di Mediobanca, la crescita del fatturato ha subito una battuta d'arresto nel quadriennio 2012-2016 (-3,3%). Cfr. Area Studi Mediobanca. I maggiori gruppi italiani (2012-2016) e internazionali (2014-2016) della Gdo alimentare. 2017
- 12 Cfr. Autorità garante della Concorrenza e del Mercato. "Indagine conoscitiva sul Settore della GDO – IC43"
- 13 Selex è presente su tutto il territorio nazionale con più di 2500 punti vendita sotto le insegne Famila, A&O, C+C Cash&Carry, Emisfero, Galassia, Il Gigante, Mercatò, Ali, Dok, Elite, PAN, Mega, Emi, Si, Dipiù, HarDis, Sole363, Hurrà.
- 14 Cfr. Autorità garante della Concorrenza e del Mercato. "Indagine conoscitiva sul Settore della GDO – IC43"
- 15 Cfr. Area Studi Mediobanca. I maggiori gruppi italiani (2012-2016) e internazionali (2014-2016) della Gdo alimentare. 2017
- 16 Esselunga. (2018). Bilancio del Gruppo Esselunga Esercizio 2017. https://www.esselunga.it/content/dam/istituzionale20/azienda/investor-relations/FY2017_%20AR_%20Esselunga_%20ITA.pdf
- 17 Eurostat 2018. Price levels for consumer goods and services in EU Member States in 2017. Cfr. Is your country expensive? <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/WDN-20180824-1?inheritRedirect=true&redirect=%2F>
- 18 Cfr. Ancc-Coop. Rapporto Coop 2017 Economia, consumi e stili di vita degli italiani di oggi. 2018
- 19 Ibidem
- 20 Fonte: AC Nielsen Trade*Mis – Iper + Super. Cfr. Federdistribuzione. La Distribuzione Moderna in Italia. Scenario Economico e Dinamica dei Consumi. 2017
- 21 https://www.gdonews.it/2018/11/04/dalla-negoziatore-con-i-fornitori-ai-servizi-sul-web-la-filiera-per-realizzare-le-attivit-promozionali-e-sempre-piu-complexa-alcuni-utili-suggerimenti/?utm_medium=email&utm_campaign=gdonews%2008%20novembre%20IND&utm_content=gdonews%2008%20novembre%20IND+CID_028e89999a2d1718a00c9e3b99e20e5b&utm_source=Newsletter%20GDONews&utm_term=Dalla%20negoziatore%20con%20i%20fornitori%20ai%20servizi%20sul%20web%20la%20filiera%20per%20realizzare%20le%20attivit%20promozionali%20%20sempre%20piu%20complexa%20Alcuni%20utili%20suggerimenti
- 22 Information Resources, Inc. (IRI). L'efficacia delle promozioni nella GDO. Un'analisi di profondità dei comparti di alimentari e bevande. 2016
- 23 <https://www.mark-up.it/mdd-avanti-con-segno-piu/>
- 24 Cfr. The European House Ambrosetti. Valerio de Molli. La Marca del Distributore: il valore e il ruolo per il sistema paese. Gennaio 2018
- 25 La categoria Premium fa riferimento ai prodotti a prezzo più alto per le diverse categorie merceologiche, ritenuti non facilmente sostituibili dai consumatori
- 26 R. Willoughby and T. Gore. (2018). Maturi per il Cambiamento: Porre fine allo sfruttamento nelle filiere dei supermercati. Oxfam https://www.oxfamitalia.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F06%2FMaturi-per-il-cambiamento_IT_21-giugno-2018_web.pdf&usg=AOvVaw3o5z0kePAxIbP0gBKSRLY
- 27 Cfr. Autorità garante della Concorrenza e del Mercato. "Indagine conoscitiva sul Settore della GDO – IC43"
- 28 L'autorità garante della Concorrenza e del Mercato identifica 6 tipologie di sconti e 9 tipologie contributi (fee) richiesti dalla GDO alle imprese fornitrici sia pure con un diverso grado di frequenza. Per maggiori informazioni cfr. Autorità garante della Concorrenza e del Mercato. "Indagine conoscitiva sul Settore della GDO – IC43"
- 29 Attraverso le aste on-line al doppio ribasso, l'acquirente raccoglie una prima proposta dalle controparti industriali in competizione per aggiudicarsi la commessa. Sulla base del prezzo più basso spuntato nella prima fase convoca poi una seconda asta al ribasso con la quale determina il prezzo finale d'acquisto.
- 30 Dal 2009 ad oggi, il numero di migranti stranieri, prevalentemente di origine africana, che ogni anno si è spinto a Saluzzo in cerca di lavoro nella raccolta della frutta è aumentato a ritmi sempre più sostenuti. Per chi non riesce ad ottenere un posto letto in cascina, la strada, o più specificatamente l'area del Foro Boario è stata il punto di riferimento e di alloggio per circa 600-700 migranti l'anno. Tra il 2014 e il 2016, in quella stessa area a Caritas ha colmato il vuoto delle istituzioni locali allestendo e gestendo il Campo Solidale, garantendo l'accesso ai servizi essenziali di base: elettricità, tende per dormire riparati e container con i servizi igienici e le cucine. Dal 2017 in poi l'azione di Caritas si è

- orientata su un progetto più ampio di accoglienza diffusa ("Coltiviamo Solidarietà") su tutto il territorio del saluzzese, volto anche ad innestare un meccanismo di collaborazione virtuosa tra i vari attori della filiera. Nell'estate 2018, la situazione al Foro Boario risultava diversa da quella di piena emergenza degli anni precedenti: 368 posti sono stati allestiti all'interno del progetto P.A.S. (Prima Accoglienza Stagionali), in una vecchia caserma nell'area del Foro Boario messa in sicurezza e adibita dal Comune di Saluzzo a dormitorio pubblico temporaneo, grazie a fondi regionali e ad una compartecipazione della CGIL Cuneese. Il progetto P.A.S. ha visto la partecipazione della Coop. Sociale Armonia e l'accoglienza di oltre 900 persone durante i 6 mesi di apertura del dormitorio. Questi posti si sono aggiunti ai circa 80 nei campi di container organizzati dalla Coldiretti su prenotazione (proposta attiva dal 2013), e ai 114 messi a disposizione dal progetto di accoglienza diffusa "Coltiviamo Solidarietà" della Caritas di Saluzzo e del Consorzio Monviso Solidale, con i comuni dell'area frutticola Saluzzo, Verzuolo, Lagnasco, Costigliole, in appartamenti comunali in disuso o strutture modulari. Per approfondimenti, si veda CARITAS ITALIANA (2018), "Vite Sottocosto – 2° Rapporto Presidio" e www.saluzzomigrante.it
- 31 Cfr. FLAI CGIL. (2018). 4° Rapporto Agromafie e Caporalato.
- 32 Cfr. "Sono italiane le nuove schiave nei campi." https://inchieste.repubblica.it/it/repubblica/rep-it/2015/05/25/news/caporalato_femminile-114750446/
- 33 Con la legge 29 ottobre 2016, n. 199, intitolata Disposizioni in materia di contrasto ai fenomeni del lavoro nero, dello sfruttamento del lavoro in agricoltura e di riallineamento retributivo nel settore agricolo, assume per la prima volta rilievo penale anche il grave sfruttamento lavorativo diretto adoperato dal datore di lavoro e non necessariamente nell'ambito di una intermediazione di lavoro.
- 34 Cfr. <https://www.oxfamitalia.org/introduzione-scopri-il-marchio/>
- 35 Per tutte le pubblicazioni di Oxfam sulla filiera dei supermercati visitare la pagina <http://indepth.oxfam.org.uk/behind-the-price/>
- 36 Cfr. Nazioni Unite. Principi guida su Imprese e Diritti Umani. Risoluzione 17/4 del 16 Giugno 2011 https://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf
- 37 I requisiti previsti dalla normativa per aver diritto all'iscrizione sono:
a) non avere riportato condanne penali e non avere procedimenti penali in corso per violazioni della normativa in materia di lavoro e legislazione sociale e in materia di imposte sui redditi e sul valore aggiunto; b) non essere stati destinatari, negli ultimi tre anni, di sanzioni amministrative definitive per le violazioni di cui alla lettera a); c) essere in regola con il versamento dei contributi previdenziali e dei premi assicurativi.
- 38 Cfr. R. Willoughby and T. Gore. (2018). Maturi per il Cambiamento: Porre fine allo sfruttamento nelle filiere dei supermercati. Oxfam https://www.oxfamitalia.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F06%2FMaturi-per-il-cambiamento_IT_21-giugno-2018_web.pdf&usq=A0vVaw3o5z0kePAxllbP0gBKSRLY
- 39 F. Hubert. The Plight of Pineapple and Banana workers in Retail Supply Chains. Berlin: Oxfam Germany. <https://doi.org/10.21201/2018.2654>
- 40 Oxfam & Ethical Tea Partnership. (2013). Understanding Wage Issues in the Tea Industry. <https://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/understanding-wage-issues-in-the-tea-industry-287930>
- 41 G. Ceccarelli, F. Ciconte (2018). Sfruttati. Povertà e Disuguaglianze nelle filiere agricole in Italia. Oxfam Italia e Terra!Onlus. https://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2018/06/Sfruttati_21-giugno-2018.pdf
- 42 Il diritto ad uno stile di vita dignitoso è sancito dalla Convenzione internazionale sui diritti economici, sociali e culturali. <https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CESCR.aspx>
- 43 Cfr. FLAI CGIL. (2018). 4° Rapporto Agromafie e Caporalato.
- 44 International Trade Union Confederation. (2017). Global Rights Index 2017. Brussels: ITUC. <https://www.ituc-csi.org/ituc-global-rights-index-2017>
- 45 Ibidem
- 46 Cfr. ISTAT. Struttura delle aziende agricole: Aziende e superfici per forma di conduzione. Dati 2016 estratti a Novembre 2018
- 47 CREA. (2016). Le donne in Agricoltura. http://www.fondazioneildeiotti.it/docs/donne_in_agricoltura.pdf
- 48 Ibidem
- 49 Federazione Lavoratori AgroIndustria – Confederazione Generale Italiana del Lavoro FLAI CGIL. Osservatorio Placido Rizzotto. (2016). Op cit.
- 50 L. Palumbo and A. Sciarba. (2015). Vulnerability to Forced Labour and Trafficking: The case of Romanian women in the agricultural sector in Sicily. Anti-Trafficking Review, issue 5, pp. 89–108. <http://www.antitraffickingreview.org/index.php/atjournal/article/view/136/140>
- 51 Cfr. <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11435>
- 52 Per maggiori informazioni <https://www.e-coop.it/buoniegusticoop-approfondimenti>
- 53 Questo processo deve occuparsi, in modo costante, delle conseguenze negative che l'impresa potrebbe causare o cui potrebbe contribuire nel corso delle sue attività, o che potrebbero essere direttamente legate alle sue operazioni, prodotti o servizi derivati dalle sue relazioni.
- 54 Cfr. Nazioni Unite. Principi guida su Imprese e Diritti Umani. Risoluzione 17/4 del 16 Giugno 2011
- 55 Per Coop si veda per esempio <https://www.e-coop.it/web/guest/buoniegusticoop-approfondimenti>. Per Conad: https://chiamo.conad.it/content/dam/conad-del-tirreno/conad-istituzionale/Bilancio_Soc_Conad_Tirreno_2014.pdf Per Esselunga: https://www.esselunga.it/content/dam/istituzionale20/azienda/investor-relations/FY2017_%20AR_%20Esselunga_%20ITA.pdf
- 56 La valutazione dell'impatto sui diritti umani (Human Rights Impact Assessment - HRIA) è un processo volto ad identificare, prevedere e rispondere sistematicamente ai potenziali impatti sui diritti umani di un'attività economica o un accordo commerciale. L'analisi si basa su standard internazionali in materia di diritti umani ed è finalizzato ad integrare altri processi di valutazione d'impatto e di due diligence. Cfr. Allegato 1 per gli elementi principali di una HRIA.
- 57 Vedi Box.1 per esempi concrete di buste paghe fittizie e lavoro grigio.
- 58 Si segnala a riguardo l'impegno di Coop alle varie Tavole Rotonde organizzate dal Mipaaf e il contributo al progetto del Mila Center for Food Law and Policy e Coop "Be Aware": ricerca 'in positivo', comparativa di diritto internazionale sulle buone pratiche contro lo sfruttamento del lavoro nell'agricoltura. n Food Policy
- 59 Per maggiori informazioni: <https://www.empowerwomen.org/en/weps/about>
- 60 Cfr. Ancc-Coop. Rapporto Coop 2017 Economia, consumi e stili



di vita degli italiani di oggi. 2018

- 61 La Blockchain è un database digitale sicuro e non falsificabile nel quale i suoi utenti possono inviare informazioni da immagazzinare. Di conseguenza può essere usata nel food per far sì che ciascun componente della supply chain (produttori, trasformatori e distributori) possa fornire informazioni di tracciabilità relative al suo particolare ruolo e a ciascun lotto (date, luoghi, edifici per bestiame, canali di distribuzione, potenziali trattamenti ecc. ecc.).
- 62 Marqt, un supermercato olandese fondato nel 2008, applica il principio dell'astensione dagli acquisti su larga scala e promuove nella propria filiera l'acquisto a un prezzo "equo" di alimenti prodotti localmente. In base ad un accordo con i propri azionisti, i profitti superiori al 3% del volume d'affari vengono corrisposti solo in parte agli azionisti (25%), mentre il restante 75% viene reinvestito nell'azienda per dare supporto ai dipendenti/lavoratori ed assicurare prezzi non troppo alti ai consumatori. Inoltre, Walmart si è impegnata, per esempio, ad aumentare la percentuale dei propri approvvigionamenti da produttrici donne; con la sua Global Women's Economic Empowerment Initiative, l'azienda si è schierata pubblicamente contro le disuguaglianze di genere e contro l'eccessivo carico di lavoro non retribuito che grava sulle donne nelle attività di cura e assistenza familiare.



OXFAM
Italia