

## COMUNICATO STAMPA

# **Oxfam/Federconsumatori: “In Italia 3 consumatori su 4 disposti ad acquistare alimenti prodotti senza sfruttamento dei lavoratori, indipendentemente dal prezzo”**

**Un nuovo sondaggio svela aspettative e richieste dei consumatori che si rivolgono alla grande distribuzione: 8 italiani su 10 chiedono maggiore trasparenza sugli scaffali dei supermercati**

**Oltre 4 cittadini su 10 considerano - il ruolo giocato dalla Grande Distribuzione Organizzata nel contrattare i prezzi con i produttori agricoli e le scelte operate dai consumatori - come elementi che contribuiscono allo sfruttamento del lavoro nei campi**

**Con la [petizione](#) lanciata con la campagna di Oxfam “Al giusto prezzo”, si può chiedere ai supermercati di rispettare i diritti umani lungo la filiera agroalimentare**

**Foto ([link](#))– Infografiche ([link](#))**

Roma, 9/7/2019 - Il **74,41%** dei consumatori italiani è disposto ad acquistare un prodotto libero da dinamiche di sfruttamento dei lavoratori, indipendentemente dal prezzo. Solo per il 21,8% il fattore prezzo rimane determinante per compiere tale scelta.

Allo stesso tempo - nonostante la maggioranza dei consumatori intervistati (il 51,67%) si senta mediamente informata rispetto al tema dello sfruttamento nelle filiere agricole -**in 8 su 10 (il 78,20% del campione) dichiarano di non avere adeguate informazioni** per poter riconoscere sugli scaffali dei supermercati, i prodotti che assicurano una equa redistribuzione del valore tra tutti gli attori della filiera.

**Sono questi alcuni dei principali risultati emersi dal sondaggio realizzato a giugno da Oxfam e Federconsumatori, tra i consumatori italiani (1).**

***“I consumatori ci dicono di non voler essere complici inconsapevoli dello sfruttamento nei campi. Senza informazioni ed elementi che garantiscano la piena trasparenza sul rispetto dei diritti umani nelle filiere, i consumatori non riescono ad esercitare una scelta responsabile che pure dichiarano, senza esitare, di voler compiere.– ha detto Giorgia Ceccarelli, policy advisor di Oxfam Italia -Trasparenza quindi, ma anche la piena assunzione di responsabilità da parte di tutti gli attori delle filiere agroalimentari, inclusa la Grande Distribuzione Organizzata, in nome di una maggiore equità”.***

## **Le principali cause di sfruttamento dietro ai prodotti**

Il sondaggio ha voluto indagare inoltre il livello di consapevolezza dei consumatori italiani rispetto al tema dello sfruttamento dei braccianti e degli operai agricoli, e **la loro propensione ad agire per arginare il fenomeno.**

**In merito alle cause che alimentano lo sfruttamento del lavoro nei campi, i consumatori esprimono un sostanziale riconoscimento della complessità del fenomeno, non riconducendolo al**

ruolo di un singolo attore della filiera, ma piuttosto ad una concatenazione di cause ed effetti. **Per il 63,34% degli intervistati l'infiltrazione mafiosa è la principale causa che condiziona un sistema diffuso di sfruttamento** nelle campagne italiane. **In seconda posizione si collocano il ruolo degli imprenditori agricoli, a cui il 54,11% dei consumatori attribuisce la responsabilità di condurre affari sulla pelle di lavoratori disposti a tutto pur di sopravvivere.** La mancanza di controlli nelle aziende agricole è invece l'opzione scelta dal **51,62% dei rispondenti.**

*“Stupisce positivamente anche una più matura consapevolezza del fatto che lo sfruttamento non si origina e esaurisce sui campi, ma è il frutto di un percorso di filiera in cui anche il settore della distribuzione e i consumatori hanno importanti responsabilità. Ben il 44% degli intervistati considera lo schiacciamento dei prezzi pagati dalla GDO per rifornire i propri scaffali e le scelte di acquisto compiute dai consumatori, solo in base alla convenienza economica di un prodotto, tra le cause principali dello sfruttamento del lavoro a discapito degli anelli più deboli della filiera di produzione- ha aggiunto Emilio Viafora, Presidente di Federconsumatori – Ciò evidenzia un alto grado di consapevolezza tra i consumatori italiani sul tema”.*

## **Le richieste dei consumatori alla Grande Distribuzione**

Dall'indagine emergono inoltre azioni che, secondo i consumatori, le aziende della GDO potrebbero intraprendere per porre fine allo sfruttamento del lavoro agricolo e alla violazione dei diritti lungo le filiere di produzione: **garantire che i prodotti a scaffale siano liberi da sfruttamento e aumentarne l'offerta** per consentire pratiche di acquisto responsabile; **aumentare la trasparenza delle informazioni** sull'origine e il percorso che un prodotto compie dal campo allo scaffale; **garantire ai produttori un costo all'origine dignitoso** che garantisca una remunerazione equa dei fattori di produzione. **Tutte azioni che la Grande distribuzione potrebbe intraprendere da subito.**

*“Si tratta quindi di riconoscere che i comuni meccanismi di audit con cui le aziende valutano l'osservanza dei codici di condotta da parte dei loro fornitori non sono sufficienti a far emergere le cause strutturali delle violazioni dei diritti umani nelle filiere agroalimentari. – conclude Giorgia Ceccarelli- Le aziende devono adottare meccanismi più robusti di due diligence in materia di diritti umani, per capire e monitorare se e come il loro modo di operare sulle filiere agroalimentari stia causando o contribuendo a violazioni dei diritti umani”.*

## **La campagna “Al giusto prezzo”**

Il sondaggio presentato oggi è stato realizzato nell'ambito della campagna di Oxfam “Al giusto prezzo”, che pone al centro il tema della responsabilità delle imprese sui diritti umani e il ruolo che i consumatori possono esercitare.

La campagna “Al giusto prezzo” chiede infatti ai big della grande distribuzione italiana - **Coop, Gruppo Selex, Esselunga, Conad e Eurospin** - di assumersi la responsabilità della tutela dei diritti umani nelle proprie filiere di approvvigionamento: iniziando da una valutazione sull'impatto che le proprie politiche di approvvigionamento hanno sui diritti umani e adottando misure concrete volte a prevenire, mitigare e porre rimedio ad eventuali violazioni dei diritti.

**Una campagna a cui Federconsumatori ha aderito con convinzione, nell'ottica di una collaborazione che proseguirà nel tempo.**

Come parte della campagna Oxfam ha inoltre lanciato una [petizione](#), che ha già raccolto più di **11 mila adesioni, per sensibilizzare tutti i cittadini sul ruolo che come consumatori possono esercitare per spingere i supermercati a migliorare le loro politiche.**

**Ufficio stampa Oxfam Italia**

Mariateresa Alvino - 348.9803541 - [mariateresa.alvino@oxfam.it](mailto:mariateresa.alvino@oxfam.it)

David Mattesini - 349.4417723 - [david.mattesini@oxfam.it](mailto:david.mattesini@oxfam.it)

**NOTE:**

- 1 - Il sondaggio presentato oggi, è stato condotto dal 5 al 19 giugno, su un campione di più di 2000 consumatori italiani
- 2- I risultati del sondaggio, sono consultabili su: <https://www.oxfamitalia.org/giusto-prezzo-sondaggio-oxfam-federconsumatori>