

## **MARCHIO: Perugia** **SOCIETÀ: NESTLÉ**

Nestlé è la maggiore impresa alimentare del mondo. È la numero uno anche nella vendita di acqua minerale (20 miliardi di litri/anno) con una quota di mercato del 17% e 6,7 miliardi di euro di fatturato nel 2010.

### **COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Dagli anni '70 è attiva una campagna mondiale di boicottaggio contro Nestlé nell'ambito dei sostituti del latte materno, visti i loro rischi; nel 2010 continua ad essere presente nella lista di IBFAN delle imprese che violano il Codice Internazionale OMS sulla correttezza dell'informazione pubblicitaria, rifiutandosi di cambiare la propria politica commerciale: distribuisce negli ospedali tali sostituti che necessitano di acqua potabile e igiene adeguata.

Nel 2010 Nestlé è ancora accusata di violare i diritti dei lavoratori: il sindacato colombiano Sinatrainal denuncia il clima di forte violenza contro i sindacalisti negli stabilimenti Nestlé, con almeno 14 vittime a partire dal 1986 ad opera del gruppo paramilitare Aguilas Negras. In Pakistan Nestlé emunge a ritmi insostenibili l'acqua delle fonti locali di acqua potabile (a cui il 44% della popolazione non ha accesso), per imbottigiarla e rivenderla come acqua minerale. Nel 2011 Nestlé non è ancora abbastanza trasparente sulla filiera dell'olio di palma usato per i suoi prodotti (320 milioni di kg/anno), restando coinvolta nella deforestazione dell'Indonesia.

**Campagne di pressione:** Boicottaggio in corso

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2014; Piccola guida al consumo critico dell'acqua, Altreconomia, ed. 2007

## **MARCHIO: Galak** **SOCIETÀ: NESTLÉ**

Nestlé è la maggiore impresa alimentare del mondo. È la numero uno anche nella vendita di acqua minerale (20 miliardi di litri/anno) con una quota di mercato del 17% e 6,7 miliardi di euro di fatturato nel 2010.

### **COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Dagli anni '70 è attiva una campagna mondiale di boicottaggio contro Nestlé nell'ambito dei sostituti del latte materno, visti i loro rischi; nel 2010 continua ad essere presente nella lista di IBFAN delle imprese che violano il Codice Internazionale OMS sulla correttezza dell'informazione pubblicitaria, rifiutandosi di cambiare la propria politica commerciale: distribuisce negli ospedali tali sostituti che necessitano di acqua potabile e igiene adeguata.

Nel 2010 Nestlé è ancora accusata di violare i diritti dei lavoratori: il sindacato colombiano Sinatrainal denuncia il clima di forte violenza contro i sindacalisti negli stabilimenti Nestlé, con almeno 14 vittime a partire dal 1986 ad opera del gruppo paramilitare Aguilas Negras. In Pakistan Nestlé emunge a ritmi insostenibili l'acqua delle fonti locali di acqua potabile (a cui il 44% della popolazione non ha accesso), per imbottigiarla e rivenderla come acqua minerale. Nel 2011 Nestlé non è ancora abbastanza trasparente sulla filiera dell'olio di palma usato per i suoi prodotti (320 milioni di kg/anno), restando coinvolta nella deforestazione dell'Indonesia.

**Campagne di pressione:** Boicottaggio in corso

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2014; Piccola guida al consumo critico dell'acqua, Altreconomia, ed. 2007

## **MARCHIO: Milka** **SOCIETÀ: KRAFT FOODS** **GLOBAL, Inc.**

Altria (ex Philip-Morris) è un vasto conglomerato di imprese dislocate in 46 paesi; Kraft Foods però si è scorporata nel 2007 per la cattiva immagine che accompagna Philip Morris. Kraft è il secondo trasformatore di caffè nel mondo, ma non possedendo piantagioni, acquista caffè da piccoli coltivatori tramite una complicata catena di fornitura. Nel 2010 ha fatturato 49,2 miliardi di dollari con 4,1 miliardi di profitti, impiegando 127.000 persone.

### **COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI**

Kraft usa materie prime provenienti da aree geografiche dove sono radicati i fenomeni della deforestazione e del lavoro minorile, come l'olio di palma dal sud-est asiatico, il cacao dall'Africa occidentale, la carne dal Brasile. Nel 2010 Kraft ha acquisito Cadbury, chiudendo il suo stabilimento di Somerdale (Regno Unito) per trasferirlo in Polonia, licenziando 400 persone. Nel 2009 ha patteggiato una multa da 227.000 dollari come indennizzo per 193 aspiranti lavoratori che avevano subito pratiche discriminatorie nelle assunzioni in una fabbrica del Texas.

Ha filiali in ben 16 Paesi considerati regimi oppressivi.

Ha filiali e finanziarie in ben 20 paradisi fiscali. Nel 2011 l'Antitrust tedesco ha multato Kraft, Dr Oetker e Unilever per 38 milioni di euro, che per anni avevano costituito un cartello per uniformare le loro politiche commerciali e dei prezzi, violando le norme sulla concorrenza. Un altro cartello a cui ha partecipato Kraft è quello sul caffè, durato dal 1997 al 2008, poi svelato e multato nel 2010.

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2014

**MARCHIO:** Lindt  
**SOCIETÀ:** CHOCOLADEFABRIKEN  
LINDT & SPRÜNGLI Ag

Multinazionale dolciaria di origine svizzera, composta da 20 società.  
Nel 2010 ha fatturato 2 miliardi di euro, impiegando 7.500 persone in 9 stabilimenti.

**COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

L'industria del cacao mantiene i raccoglitori delle piantagioni in condizioni di vita e lavoro poco dignitose, in particolare in Africa occidentale viene sfruttato anche il lavoro minorile. Lindt affronta il problema impegnandosi per la tracciabilità del cacao, mentre l'associazione svizzera Déclaration de Berne evidenzia la necessità di un controllo indipendente e della piena trasparenza della catena di fornitura.  
Oltre alla sede svizzera, Lindt ha filiali a Hong Kong e Guernsey, considerati paradisi fiscali.

**COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa fornisce informazioni chiare e accessibili sulla struttura, la proprietà e i dati economici, oltre ad un rapporto sociale che presenta i Paesi da cui si rifornisce di cacao e le misure per la tracciabilità; tuttavia non presenta i risultati ottenuti.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

**MARCHIO:** Ritter  
**SOCIETÀ:** ALFRED RITTER GmbH  
& Co.

Azienda dolciaria tedesca controllata dalla famiglia Ritter.  
Nel 2009 ha fatturato 274 milioni di euro, impiegando 800 persone. In Italia si appoggia a Loacker per la distribuzione.

**COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa non fornisce informazioni chiare su struttura, proprietà e dati economici. Ritter dichiara che l'etichetta Cacaonica (progetto che l'impresa finanzia in Nicaragua a favore di 1.800 contadini) è certificato equo-solidale da Fair Labelling Organization (Flo); tuttavia sulla lista di operatori certificati da Flo, Ritter non compare. Inoltre non viene riportata la percentuale di cacao proveniente dal progetto sul totale del cacao utilizzato da Ritter. L'impresa non riporta informazioni sulla propria filiera, considerando che l'industria del cacao si rifornisce principalmente dall'Africa occidentale, dove i raccoglitori delle piantagioni si trovano in condizioni di vita e lavoro poco dignitose, incluso lo sfruttamento del lavoro minorile.

**COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Secondo Ritter, grazie alla forma quadrata del suo prodotto, l'involucro si riduce da 2,5 a 1,4 grammi, risparmiando 1.000 tonnellate annue e 12 milioni di kWh. Inoltre dichiara di produrre da sé il 30% del suo fabbisogno energetico.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

**MARCHIO:** Nutella  
**SOCIETÀ:** FERRERO Spa

Multinazionale italiana del settore dolciario, quarta nel mondo e prima in Italia: 70 società operative in vari Paesi, facenti capo a Ferrero International Sa, con sede in Lussemburgo; la filiale italiana produce il 36% del fatturato. Nel 2010 ha fatturato 6,6 miliardi di euro, con 144,3 milioni di profitto per la sola filiale italiana, impiegando 21.700 persone in 20 stabilimenti.

**COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Il gruppo vende ogni anno 10 milioni di tonnellate di prodotti a base di cacao, latte e olio di palma, materie prime provenienti da aree geografiche dove sono radicati i fenomeni della deforestazione e del lavoro minorile. Nel caso del cacao, nel 2008 si contavano 1 milione di minori lavoratori in Ghana, 820.000 in Costa d'Avorio, di cui un 15% in condizioni di schiavitù: il fatto che l'associazione Ethical Consumer non abbia avuto risposte in merito da parte di Ferrero rafforza i dubbi sulla condotta dell'impresa. Anche la filiera delle nocciole dalla Turchia cela lavoro minorile, secondo un servizio televisivo olandese del 2010, che spiega come molte famiglie si accampino presso le piantagioni nei periodi di raccolta, disponibili a lavorare per 1 euro all'ora, 12 ore al giorno. Per questo, anche Ferrero è stata richiamata dalla campagna Stop Child Labour.  
Oltre alla sede lussemburghese, Ferrero ha filiali in altri 11 paradisi fiscali.  
Nel 2011 Ferrero è stata multata per 3 milioni di euro per la pubblicità ingannevole della Nutella, che dava al prodotto una falsa immagine salutista, in contrasto con le sue reali proprietà nutrizionali.

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2013

## **MARCHIO:** **SOCIETÀ: CTM ALTROMERCATO**

Altromercato è un consorzio di 130 cooperative e associazioni che promuove il commercio equo-solidale tramite 350 Botteghe del Mondo in Italia.

Nel 2010 ha fatturato 36 milioni di euro (il 9% all'estero), con 824.000 di profitti, impiegando 86 persone.

### **COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa presenta informazioni chiare ed accessibili sulla struttura, la proprietà e i dati economici; pubblica un rapporto sull'impatto ambientale e sociale delle attività.

Importa materie prime direttamente dai Paesi del Sud del mondo, senza intermediari e secondo la politica del commercio equo: pagamento di un prezzo minimo garantito, pagamento anticipato finanziamento di progetti di sviluppo sociale; commercializza articoli realizzati da 108 produttori contadini e artigiani di Sudamerica, Asia, Africa, Est Europa e da 7 cooperative italiane.

Vincola i propri fornitori al rispetto di clausole ambientali e confeziona i propri prodotti con materiali a basso impatto ambientale; Le etichette, chiare ed esaurienti, recano informazioni anche sui produttori, la composizione del prezzo e gli aspetti sociali ed ambientali della produzione.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

## **MARCHIO: Mars** **SOCIETÀ: MARS, Inc.**

Multinazionale di origine statunitense appartenente alla famiglia Mars presente in 50 Paesi, ma non è noto il numero esatto di filiali. Il gruppo è attivo principalmente nel settore alimentare: è il secondo distributore al mondo di cioccolato (dopo Kraft) con 15 miliardi di vendite, ed il primo nel settore del cibo per animali con marchi come Whiskas, Kitekat, Pedigree, Royal Canin, Sheba. Nel 2009 ha fatturato 30 miliardi di dollari (65% fuori dagli USA), impiegando 65.000 persone in 135 stabilimenti.

### **COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Non essendo quotata in borsa, Mars non è obbligata a pubblicare bilanci, risultando quindi poco trasparente.

Mars usa materie prime provenienti da aree geografiche dove sono radicati i fenomeni della deforestazione e del lavoro minorile. Nel caso del cacao, nel 2008 si contavano 1 milione di minori lavoratori in Ghana, 820.000 in Costa d'Avorio, di cui un 15% in condizioni di schiavitù; nel caso dell'olio di palma, vengono distrutte foreste primarie nel sud-est asiatico per fare spazio alle piantagioni.

Oltre alla sede principale domiciliata in Delaware (USA), l'impresa ha filiali in altri 7 Paesi considerati paradisi fiscali.

Nel 2010 la filiale Wrigley ha patteggiato 6 milioni di dollari per pubblicità ingannevole presso la Corte della Florida.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

## **MARCHIO: Kit Kat** **SOCIETÀ: NESTLÉ**

Nestlé è la maggiore impresa alimentare del mondo. È la numero uno anche nella vendita di acqua minerale (20 miliardi di litri/anno) con una quota di mercato del 17% e 6,7 miliardi di euro di fatturato nel 2010.

### **COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Dagli anni '70 è attiva una campagna mondiale di boicottaggio contro Nestlé nell'ambito dei sostituti del latte materno, visti i loro rischi; nel 2010 continua ad essere presente nella lista di IBFAN delle imprese che violano il Codice Internazionale OMS sulla correttezza dell'informazione pubblicitaria, rifiutandosi di cambiare la propria politica commerciale: distribuisce negli ospedali tali sostituti che necessitano di acqua potabile e igiene adeguata.

Nel 2010 Nestlé è ancora accusata di violare i diritti dei lavoratori: il sindacato colombiano Sinaltrainal denuncia il clima di forte violenza contro i sindacalisti negli stabilimenti Nestlé, con almeno 14 vittime a partire dal 1986 ad opera del gruppo paramilitare Aguilas Negras. In Pakistan Nestlé emunge a ritmi insostenibili l'acqua delle fonti locali di acqua potabile (a cui il 44% della popolazione non ha accesso), per imbottigliarla e rivenderla come acqua minerale. Nel 2011 Nestlé non è ancora abbastanza trasparente sulla filiera dell'olio di palma usato per i suoi prodotti (320 milioni di kg/anno), restando coinvolta nella deforestazione dell'Indonesia.

**Campagne di pressione:** Boicottaggio in corso

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2014; Piccola guida al consumo critico dell'acqua, Altreconomia, ed. 2007

## **Panino casalingo o Snack biologico domestico**

### **COMPORTAMENTI POSITIVI:**

Valorizzi la tua arte culinaria;  
Sai quello che mangi e potrai migliorare la qualità della merenda;  
Puoi utilizzare prodotti biologici, meglio ancora se locali;  
Puoi scoprire sempre nuovi gusti, utilizzando i prodotti stagionali.

### **L'importanza del biologico**

L'agricoltura biologica è un metodo di coltivazione radicalmente diverso da quello chimico, perché non usa composti chimici di sintesi.

### **COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

È un metodo che rispetta la biologia di piante e animali e soprattutto cura il terreno.  
L'agricoltura biologica assicura la difesa delle coltivazioni (da malattie, insetti, malerbe) attraverso la prevenzione.  
I prodotti biologici sono più puliti di quelli dell'agricoltura convenzionale, perché non hanno ricevuto trattamenti con pesticidi, insetticidi, diserbanti e concimi chimici di sintesi, per cui sono più nutrienti.  
È l'unico tipo di agricoltura che controlla, una per una, tutte le aziende agricole.

**Fonte:** Istituto Biologico Italiano, Miniguide all'agricoltura biologica, editrice *La Tortuga*.

## **MARCHIO: San Carlo SOCIETÀ: UNICHIPS ITALIA Spa (San Carlo Gruppo Alimentare)**

Gruppo alimentare appartenente alla famiglia Vitaloni tramite Unichips Finanziaria.  
Principale produttore europeo nel settore di snack e patatine, primo in Italia con il 55% del mercato.  
Nel 2010 ha fatturato 350 milioni di euro (principalmente all'estero), impiegando 2.200 persone in 12 stabilimenti.

### **COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa non fornisce informazioni chiare su struttura, proprietà e dati economici, né pubblica un bilancio socioambientale delle attività.  
Unichips International Bv, la finanziaria che controlla le attività estere del gruppo, ha sede in Olanda, considerato un paradiso fiscale.  
Nel 2008 un'ordinanza ha fatto chiudere lo stabilimento Pai di Novara in seguito ad un intervento dei Nas che vi aveva trovato gravi carenze igienico-sanitarie e strutturali; lo stabilimento ha riaperto dopo altre verifiche dell'Arpa.  
La controllata Crecs compare nella lista di Greenpeace del 2010 relativa alle imprese che non garantiscono l'assenza di Ogm nei prodotti.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

## **MARCHIO: SOCIETÀ: CTM ALTROMERCATO**

Altromercato è un consorzio di 130 cooperative e associazioni che promuove il commercio equo-solidale tramite 350 Botteghe del Mondo in Italia.  
Nel 2010 ha fatturato 36 milioni di euro (il 9% all'estero), con 824.000 di profitti, impiegando 86 persone.

### **COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa presenta informazioni chiare ed accessibili sulla struttura, la proprietà e i dati economici; pubblica un rapporto sull'impatto ambientale e sociale delle attività.  
Importa materie prime direttamente dai Paesi del Sud del mondo, senza intermediari e secondo la politica del commercio equo: pagamento di un prezzo minimo garantito, pagamento anticipato finanziamento di progetti di sviluppo sociale; commercializza articoli realizzati da 108 produttori contadini e artigiani di Sudamerica, Asia, Africa, Est Europa e da 7 cooperative italiane.  
Vincola i propri fornitori al rispetto di clausole ambientali e confeziona i propri prodotti con materiali a basso impatto ambientale;  
Le etichette, chiare ed esaurienti, recano informazioni anche sui produttori, la composizione del prezzo e gli aspetti sociali ed ambientali della produzione.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

**MARCHIO:** Kinder  
**SOCIETÀ:** FERRERO Spa

Multinazionale italiana del settore dolciario, quarta nel mondo e prima in Italia: 70 società operative in vari Paesi, facenti capo a Ferrero International Sa, con sede in Lussemburgo; la filiale italiana produce il 36% del fatturato. Nel 2010 ha fatturato 6,6 miliardi di euro, con 144,3 milioni di profitto per la sola filiale italiana, impiegando 21.700 persone in 20 stabilimenti.

**COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Il gruppo vende ogni anno 10 milioni di tonnellate di prodotti a base di cacao, latte e olio di palma, materie prime provenienti da aree geografiche dove sono radicati i fenomeni della deforestazione e del lavoro minorile. Nel caso del cacao, nel 2008 si contavano 1 milione di minori lavoratori in Ghana, 820.000 in Costa d'Avorio, di cui un 15% in condizioni di schiavitù: il fatto che l'associazione Ethical Consumer non abbia avuto risposte in merito da parte di Ferrero rafforza i dubbi sulla condotta dell'impresa. Anche la filiera delle nocciole dalla Turchia cela lavoro minorile, secondo un servizio televisivo olandese del 2010, che spiega come molte famiglie si accampino presso le piantagioni nei periodi di raccolta, disponibili a lavorare per 1 euro all'ora, 12 ore al giorno. Per questo, anche Ferrero è stata richiamata dalla campagna Stop Child Labour.

Oltre alla sede lussemburghese, Ferrero ha filiali in altri 11 paradisi fiscali.

Nel 2011 Ferrero è stata multata per 3 milioni di euro per la pubblicità ingannevole della Nutella, che dava al prodotto una falsa immagine salutista, in contrasto con le sue reali proprietà nutrizionali.

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2013

**MARCHIO:** Coop  
**SOCIETÀ:** COOP ITALIA

Primo gruppo distributivo italiano, con il 15,2 % del mercato. È la catena di distribuzione più avanzata nella tutela del consumatore, in special modo per quanto riguarda gli OGM e i prodotti derivati da OGM. Comprende una rete di 180 aziende di distribuzione.

**COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

A dispetto delle dichiarazioni, Coop vende alcuni prodotti di dubbia eticità, come il pesce persico proveniente dal Lago Vittoria e le banane delle piantagioni Del Monte in Costa Rica, due casi al centro di varie contestazioni.

Da un controllo del 2009, Coop ha rilevato che il 57% delle sue 123 imprese fornitrici non soddisfa i requisiti SA 8000 sui diritti dei lavoratori.

Nel 2009 Coop Lombardia è stata condannata per comportamento antisindacale, avendo ostacolato le elezioni dei rappresentanti interni presso un IperCoop del milanese.

Secondo Greenpeace, nonostante l'impegno dichiarato, sugli scaffali Coop è presente pesce pescato con metodi massivi (Fad) dannosi per l'ecosistema marino, oltre al tonno pinnagialla del Pacifico, che soffre problemi di conservazione della specie.

**COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Dal 2000 Coop gode della certificazione BVQI che attesta l'assenza di ingredienti e derivati OGM nei prodotti, e la certificazione Ecolabel di riduzione dell'impatto ambientale dei prodotti.

Dal 2002 distribuisce i prodotti a marchio "*Libera Terra*", provenienti da terreni confiscati alla mafia mediante l'associazione "Libera".

Distribuisce con marchio proprio alcuni prodotti rispettosi delle regole di commercio equo e solidale fissate dal sistema FairTrade/Transfair.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

**MARCHIO:** Galbusera  
**SOCIETÀ:** GALBUSERA DOLCIARIA  
S.p.a.

Azienda attiva nel settore di biscotti e prodotti da forno, di proprietà della famiglia lombarda Galbusera.

Nel 2009 ha fatturato 151 milioni di euro, impiegando 500 persone in 2 stabilimenti produttivi e commerciali.

**COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa non fornisce informazioni dettagliate e accessibili su struttura, proprietà e dati economici, né pubblica un bilancio socioambientale delle attività.

**COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Nel 2000 è stata creata la linea Biologica LINEABIO, composta da biscotti e crackers, nati dall'impiego esclusivo di ingredienti biologici al 100% selezionati e controllati all'origine ed in ogni fase della lavorazione.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011; sito dell'impresa [www.galbusera.it](http://www.galbusera.it)

## **MARCHIO: Mulino Bianco** **SOCIETÀ: BARILLA HOLDING Spa**

Multinazionale alimentare italiana (famiglia Barilla), prima al mondo per produzione di pasta. È composta da oltre 40 società, tra cui Barilla Iniziative Srl, la quale controlla Barilla G. e R. Fratelli che realizza il 75% del fatturato, e la tedesca Lieken Ag che realizza il restante 25%. Nel 2010 ha fatturato 4 miliardi di euro (la metà in Italia), con 27 milioni di euro di profitti, impiegando 15.000 (5.000 in Italia) persone in 49 stabilimenti nel mondo.

### **COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Il gruppo Barilla utilizza materie prime provenienti da filiere di dubbia eticità, come l'olio di palma da Indonesia, Malaysia, Papua Nuova Guinea, dove è forte la deforestazione; il cacao da Costa d'Avorio, Ghana e Camerun, dove le condizioni socio-lavorative sono critiche, includendo il lavoro minorile; il pomodoro dal Sud Italia, dove i raccoglitori sono sottoposti a caporalato e costretti a condizioni di vita indegne, senza che Barilla pubblichi la lista dei fornitori e la loro località.

Il gruppo ha varie filiali in Lussemburgo, Svizzera, Belgio, Olanda, considerati paradisi fiscali.

Nel 2011 il Consiglio di Stato ha confermato una sentenza del 2009 dell'Antitrust, condannando 26 produttori di pasta colpevoli di aver formato un cartello sui prezzi dei prodotti a base di pasta: tra questi, Barilla G. e R. Fratelli Spa ha dovuto pagare una multa da 5,7 milioni.

### **COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa fornisce buone informazioni su struttura, proprietà e dati economici, oltre a un bilancio socioambientale che rivela anche alcune informazioni negative per l'immagine (multe, impatto ambientale).

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2014

## **MARCHIO:** **SOCIETÀ: CTM ALTROMERCATO**

Altromercato è un consorzio di 130 cooperative e associazioni che promuove il commercio equo-solidale tramite 350 Botteghe del Mondo in Italia.

Nel 2010 ha fatturato 36 milioni di euro (il 9% all'estero), con 824.000 di profitti, impiegando 86 persone.

### **COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa presenta informazioni chiare ed accessibili sulla struttura, la proprietà e i dati economici; pubblica un rapporto sull'impatto ambientale e sociale delle attività.

Importa materie prime direttamente dai Paesi del Sud del mondo, senza intermediari e secondo la politica del commercio equo: pagamento di un prezzo minimo garantito, pagamento anticipato finanziamento di progetti di sviluppo sociale; commercializza articoli realizzati da 108 produttori contadini e artigiani di Sudamerica, Asia, Africa, Est Europa e da 7 cooperative italiane.

Vincola i propri fornitori al rispetto di clausole ambientali e confeziona i propri prodotti con materiali a basso impatto ambientale; Le etichette, chiare ed esaurienti, recano informazioni anche sui produttori, la composizione del prezzo e gli aspetti sociali ed ambientali della produzione.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

## **MARCHIO: Doria** **SOCIETÀ: BAULI Spa**

Gruppo alimentare controllato dalla famiglia veronese Bauli, controlla il 42% del settore dei prodotti da ricorrenza.

Nel 2010 ha fatturato 400 milioni di euro, impiegando 2.200 persone (tra fissi e stagionali), in 5 stabilimenti.

Nel 2006 è diventata proprietaria di Doria.

Nel 2009 ha rilevato i marchi Motta e Alemagna da Nestlé Italiana Spa.

### **COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa non fornisce informazioni su struttura, proprietà, dati economici, limitandosi a pubblicizzare i prodotti.

Bauli utilizza canali di approvvigionamento del cacao che non garantiscono salari dignitosi ai coltivatori.

### **COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Nel 2009, dopo l'acquisizione di Motta e Alemagna da Nestlé i sindacati di categoria hanno espresso soddisfazione per il mantenimento di tutti i livelli occupazionali all'interno dell'accordo e per la garanzia sull'elaborazione di un piano di investimenti per consolidare la sede produttiva.

**Fonte:** Guida al consumo critico, EMI, ed. 2011

**MARCHIO: Ringo (Pavesi)**  
**SOCIETÀ: BARILLA HOLDING Spa**

Multinazionale alimentare italiana (famiglia Barilla), prima al mondo per produzione di pasta. È composta da oltre 40 società, tra cui Barilla Iniziative Srl, la quale controlla Barilla G. e R. Fratelli che realizza il 75% del fatturato, e la tedesca Lieken Ag che realizza il restante 25%. Nel 2010 ha fatturato 4 miliardi di euro (la metà in Italia), con 27 milioni di euro di profitti, impiegando 15.000 (5.000 in Italia) persone in 49 stabilimenti nel mondo.

**COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI:**

Il gruppo Barilla utilizza materie prime provenienti da filiere di dubbia eticità, come l'olio di palma da Indonesia, Malaysia, Papua Nuova Guinea, dove è forte la deforestazione; il cacao da Costa d'Avorio, Ghana e Camerun, dove le condizioni socio-lavorative sono critiche, includendo il lavoro minorile; il pomodoro dal Sud Italia, dove i raccoglitori sono sottoposti a caporalato e costretti a condizioni di vita indegne, senza che Barilla pubblichi la lista dei fornitori e la loro località.

Il gruppo ha varie filiali in Lussemburgo, Svizzera, Belgio, Olanda, considerati paradisi fiscali.

Nel 2011 il Consiglio di Stato ha confermato una sentenza del 2009 dell'Antitrust, condannando 26 produttori di pasta colpevoli di aver formato un cartello sui prezzi dei prodotti a base di pasta: tra questi, Barilla G. e R. Fratelli Spa ha dovuto pagare una multa da 5,7 milioni.

**COMPORTAMENTI RESPONSABILI:**

Il sito dell'impresa fornisce buone informazioni su struttura, proprietà e dati economici, oltre a un bilancio socioambientale che rivela anche alcune informazioni negative per l'immagine (multe, impatto ambientale).

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2014

**MARCHIO: Saiwa**  
**SOCIETÀ: KRAFT FOODS**  
**GLOBAL, Inc.**

Altria (ex Philip-Morris) è un vasto conglomerato di imprese dislocate in 46 paesi; Kraft Foods però si è scorporata nel 2007 per la cattiva immagine che accompagna Philip Morris. Kraft è il secondo trasformatore di caffè nel mondo, ma non possedendo piantagioni, acquista caffè da piccoli coltivatori tramite una complicata catena di fornitura. Nel 2010 ha fatturato 49,2 miliardi di dollari con 4,1 miliardi di profitti, impiegando 127.000 persone.

**COMPORTAMENTI IRRESPONSABILI**

Kraft usa materie prime provenienti da aree geografiche dove sono radicati i fenomeni della deforestazione e del lavoro minorile, come l'olio di palma dal sud-est asiatico, il cacao dall'Africa occidentale, la carne dal Brasile.

Nel 2010 Kraft ha acquisito Cadbury, chiudendo il suo stabilimento di Somerdale (Regno Unito) per trasferirlo in Polonia, licenziando 400 persone. Nel 2009 ha pagato una multa da 227.000 dollari come indennizzo per 193 aspiranti lavoratori che avevano subito pratiche discriminatorie nelle assunzioni in una fabbrica del Texas.

Ha filiali in ben 16 Paesi considerati regimi oppressivi.

Ha filiali e finanziarie in ben 20 paradisi fiscali.

Nel 2011 l'Antitrust tedesco ha multato Kraft, Dr Oetker e Unilever per 38 milioni di euro, che per anni avevano costituito un cartello per uniformare le loro politiche commerciali e dei prezzi, violando le norme sulla concorrenza. Un altro cartello a cui ha partecipato Kraft è quello sul caffè, durato dal 1997 al 2008, poi svelato e multato nel 2010.

**Fonte:** Miniguide al consumo critico, ed. 2014