



COMUNICATO STAMPA

Zurigo, 20 ottobre 2015

Valutazione dei marchi alimentari - Cosa c'è dietro ai singoli marchi?

Esistono più di 65 marchi alimentari sul mercato svizzero che promettono ai consumatori un valore aggiunto in termini di ecologia, benessere degli animali o condizioni di lavoro. In collaborazione con WWF Svizzera, Helvetas e ACSI (Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana), Pusch ha analizzato i marchi più importanti riguardo alla sostenibilità ecologica e sociale. I risultati mostrano che la metà dei marchi ha ricevuto il giudizio «eccellente» o «molto raccomandato».

La produzione di generi alimentari ha un impatto considerevole sull'ambiente. L'utilizzo di pesticidi, la detenzione non rispettosa delle specie animali, l'importazione di foraggio, la distruzione delle foreste pluviali o lo sfruttamento dei lavoratori nei Paesi dell'emisfero meridionale rappresentano problematiche importanti. Soluzioni a lungo termine per sistemi di produzione ecologici e sociali sono assolutamente necessari. E i marchi alimentari ne possono far parte. Per soddisfare le esigenze sempre più elevate, molti di essi in questi ultimi anni si sono evoluti considerevolmente.

L'ultima valutazione dei marchi alimentari è stata eseguita cinque anni fa. Per questa ragione, Pusch, WWF Svizzera, Helvetas e ACSI hanno nuovamente analizzato i 31 marchi alimentari più importanti presenti sul mercato elvetico, permettendo ai consumatori di comprendere meglio il valore aggiunto in merito alla sostenibilità ecologica e sociale dei prodotti con cui sono contrassegnati. È incoraggiante constatare che la metà dei marchi valutati riceve il giudizio «eccellente» o «molto raccomandato». Ne fanno parte tutti coloro che rispettano le direttive di Bio Suisse sia per i prodotti provenienti dalla Svizzera, sia per quelli importati, così come quelli specializzati su una gamma specifica di prodotti. Dieci marchi hanno ricevuto il giudizio «raccomandato» avendo ottenuto valori molto elevati in alcune categorie ma solo pochi o nessun punto in altre, o avendo ottenuto buoni risultati in quasi tutte le categorie senza mai ottenere valori massimi. Sei marchi si sono aggiudicati il voto «parzialmente raccomandato» perché hanno ottenuto risultati inferiori alla media in quasi tutte le categorie. Questo giudizio vale anche per i marchi biologici conformi alla regolamentazione biologica dell'UE. Ciò è dovuto al fatto che la regolamentazione bio europea non pone nessuna o solo alcune esigenze negli ambiti della biodiversità, dell'irrigazione, del clima e delle norme sociali. La categoria d'impatto ambientale «clima e energia» mostra le maggiori carenze, dato che i criteri in merito alla protezione del clima e all'efficienza energetica mancano del tutto o sono definiti in maniera molto generale per tutti i marchi analizzati.

Secondo indicazioni interne, la cifra d'affari dei marchi e il numero di marchi e marche commerciali presenti sul mercato sono aumentati considerevolmente nel corso degli ultimi anni. Questa nuova valutazione serve a informare in maniera oggettiva i consumatori e a motivare i produttori, i commercianti al dettaglio e i discount a puntare sui marchi ben consolidati che offrono un valore aggiunto all'ambiente e alla società.

I criteri di valutazione:

La valutazione comprende tre settori principali: «Gestione», «Ecologia e aspetti sociali» (benessere degli animali incluso) e «Processi e controlli». Sono stati valutati l'attuazione pratica delle direttive dei marchi, le esigenze dei marchi riguardo all'ambiente e agli aspetti sociali, così come la trasparenza, l'indipendenza e i sistemi di controllo.

Quali marchi sono stati valutati?

Sono stati valutati solamente i marchi alimentari con una visibilità sovregionale e quelli con criteri che soddisfano più di un aspetto della sostenibilità.

Sono stati esclusi i marchi d'origine e quelli con esigenze in una sola categoria d'impatto ambientale (p.es. nel settore «acqua»).

Informazioni supplementari:

È possibile scaricare gratuitamente il rapporto completo (disponibile in tedesco) con la classifica, la valutazione dettagliata e la guida utile per i consumatori su www.labelinfo.ch

Link:

www.labelinfo.ch

www.wwf.ch/foodlabels

www.helvetas.ch/marchi

www.acsi.ch

Questo comunicato è disponibile su www.pusch.ch/medien

Ulteriori Informazioni :

<p>Pusch - Pratica ambientale Sarah Herrmann, responsabile del progetto marchi e relazioni pubbliche sarah.herrmann@pusch.ch +41 44 267 44 65</p>	<p>Helvetas Matthias Herfeldt, Direttore comunicazione, addetto stampa matthias.herfeldt@helvetas.org +41 44 368 65 48</p>
<p>WWF Svizzera Susanna Petrone, responsabile della comunicazione susanna.petrone@wwf.ch +41 76 552 18 70</p>	<p>Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana ACSI Ivana Caldelari, redattrice La borsa della spesa i.caldelari@acsi.ch +41 91 922 50 23</p>

Tabella: Risultati della valutazione.

Categorie di valutazione	Marchio
Eccellente	Delinat
	Natura-Beef Bio
	Coop Naturaplan
	Kag Freiland
	Bio Natur Plus
	Bio Manzo da pascolo (Migros)
	Gemma bio
Molto raccomandato	Fidelio
	Demeter
	Max Havelaar Cocoa Naturland
	Claro Migros Bio
	Max Havelaar
	Biotrend
Raccomandato	MSC
	ASC Natura-Beef
	Bioland
	UTZ certified
	Coop Naturafarm
	Rainforest Alliance certified
	IP-Suisse TerraSuisse Nature Suisse
	Agri Natura
Parzialmente raccomandato	Natur aktiv FOS
	Spar Natur pur
	AB Agriculture Biologique
	EU Bio