

I PROGRESSI NELLE ETICHETTE DEL TONNO IN CONSERVA

(dal novembre 2011 a marzo 2014)

Valutazione complessiva:



nessun miglioramento complessivo (meno di due "+" per ogni marchio)



qualche passo avanti (tra 2 e 4 "+" per ogni marchio)



progresso evidente (oltre 4 "+" per ogni marchio)

Dati del monitoraggio:

La valutazione si riferisce alla differenza tra i valori percentuali del monitoraggio del marzo 2014 e quelli del novembre 2011. I simboli si riferiscono a uno scostamento:

= : tra - 9 a + 9

+ : da 10 a 39

++ : oltre 40

Attenzione: questa grafica si riferisce solo al confronto tra i dati rilevati nel 2011 e quelli del 2014. Ovviamente, un'azienda che già nel 2011 mostrava un buon livello di informazione continua a garantire livelli elevati di indicazioni ai consumatori anche se il nostro monitoraggio registra incrementi relativamente modesti. I valori assoluti rilevati nel nostro campionamento sono riportati nelle tabelle allegate al nostro briefing.

VALUTAZIONE COMPLESSIVA	AZIENDA	MARCHIO	CONFEZIONI ESAMINATE	NOME COMUNE	NOME SCIENTIFICO	AREA DI PESCA	METODO DI PESCA
😊	GRUPPO BOLTON	Rio Mare	1033	=	++	=	=
		Palmera	151	=	++	=	=
😊	CALVO/NOSTROMO	Nostromo	459	=	++	++	++
😊	MAREBLU/MWB	Mareblu	402	+	++	++	++
😞	MARE APERTO/STAR	Mare Aperto Star	226	=	=	=	=
😊	GENERALE CONSERVE	As do Mar	525	++	++	++	++
😊	NINO CASTIGLIONE	Auriga	20	+	++	++	=
		S. Cusumano	41	=	++	++	=
😊	CALLIPO	Callipo	127	=	++	=	=
		Consorcio	133	+	++	++	=
		Moro	58	=	++	=	+
		Angelo Parodi	48	=	=	=	=
😊	ICAT FOOD	Donzella	58	=	+	++	=
		Maruzzella	119	+	+	=	+
😊	COOP	Coop	208	=	+	+	+
😊	CONAD	Conad	96	+	++	++	=
😊	ESSELUNGA	Esselunga	110	+	+	++	=
😞	CARREFOUR	Carrefour	136	=	+	=	=
😊	GRUPPO AUCHAN	Auchan	90	+	+	++	=
		Simply	55	=	=	++	=

COMMENTO GENERALE

Bolton Alimentari Spa è l'azienda leader del mercato italiano. Sono però ancora insufficienti le informazioni sulle etichette: solo un netto miglioramento sul nome scientifico. Sono però quasi del tutto assenti le informazioni sulle aree e i metodi di pesca sia per RioMare che per Palmera. Qual è il segreto di Bolton? Non vuole dirci come i suoi tonni sono stati pescati e da dove provengono?

Nostromo è una delle confezioni più vendute in Italia. Si registra un notevole incremento delle indicazioni del nome scientifico e sulle aree e metodo di pesca. Peccato che Nostromo non garantisca ancora di usare metodi sostenibili. Che cosa aspetta ad impegnarsi contro i metodi distruttivi?

Mareblu è commercializzato da Marine World Brand (MWB), leader sul mercato europeo. Il marchio ha registrato notevoli miglioramenti soprattutto nell'indicazione del nome scientifico, e di area e metodi di pesca. Mareblu ha dimostrato che si può migliorare in termini di trasparenza: ora aspettiamo che si impegni a pescare con metodi sostenibili.

MareAperto è uno dei marchi più comuni in Italia, ma anche tra i meno trasparenti. Sulle confezioni le informazioni restano scarse e non si registrano progressi significativi. Qual è il segreto di STAR? Non vuole farci sapere che non ha ancora preso alcun impegno contro l'uso di tonno pescato con metodi distruttivi?

Generale Conserve, ha fatto dei grandi passi avanti sulla trasparenza dei prodotti **As do Mar**, per tutte le quattro informazioni considerate nel monitoraggio. L'azienda vende prodotti sostenibili come il tonnetto striato. Peccato che la maggior parte del tonno è pescato ancora con metodi non sostenibili. Ora speriamo che Asdomar possa presto garantire l'utilizzo di soli metodi sostenibili.

San Cusumano e **Auriga** sulla maggior parte delle confezioni mostrano nome comune e nome scientifico della specie. La trasparenza dell'azienda è migliorata (più su Auriga, secondo queste rilevazioni) e netto è il miglioramento sull'area di pesca. Purtroppo nessuna indicazione su come sono stati pescati i tonni. Qual è il segreto di Castiglione? Utilizza tonno pescato con metodi distruttivi come palamiti e FAD?

Le confezioni **Callipo** indicano il nome comune della specie e presentano un notevole miglioramento nelle informazioni sul nome scientifico. Nessuna informazione però sull'area o i metodi di pesca. Eppure l'azienda si è impegnata a non utilizzare palamiti e reti a circuizione con FAD nel 75% dei propri prodotti. Qual è il segreto di Callipo? Non vuole farci sapere se e come ha mantenuto quanto promesso?

Tra i prodotti commercializzati da Icat Food, il marchio **Consorcio** mostra i maggiori progressi (anche se mancano quasi completamente le informazioni sui metodi di pesca). Al contrario le confezioni **Angelo Parodi** si piazzano tra le peggiori in classifica: zero informazioni su tutti gli aspetti. **Moro** migliora sul nome scientifico e donzella sulle aree di pesca. Qual è il segreto di Icat Food? Non garantisce la stessa trasparenza in tutti i suoi marchi perché parte del proprio tonno potrebbe essere pescato in modo insostenibile?

Nonostante l'azienda abbia dimostrato dei miglioramenti sul piano delle informazioni ai clienti sono ancora scarse le informazioni sull'area di pesca e sui metodi utilizzati, visto che il segreto di **Maruzzella**? Vuole nasconderci che nelle sue confezioni potrebbe finire tonno a rischio e pescato con metodi distruttivi, visto che non ha adottato nessuna politica di sostenibilità?

Tra i marchi dei supermercati, le confezioni **Coop** sono quelle che presentano maggiori informazioni: nome comune e nome scientifico sono quasi sempre indicati. L'azienda ha inoltre dimostrato un netto miglioramento sull'area di pesca, ma le informazioni sui metodi di pesca (seppur migliorate) sono ancora insufficienti. Coop ha dimostrato che si può migliorare. Adesso è arrivato il momento di impegnarsi per una trasparenza al 100% contro la pesca distruttiva.

Negli ultimi anni le informazioni presenti sul tonno **Conad** sono cambiate in meglio. Oltre al nome comune, adesso l'azienda indica anche il nome scientifico e l'area di provenienza. Purtroppo però in nessuna delle confezioni Conad ci dice com'è stato pescato il tonno. Qual è il segreto di Conad? Non vuole farci sapere che nelle sue confezioni potrebbero finire tonni da stock sovrasfruttati e/o pescati con metodi distruttivi?

Esselunga indica su quasi tutti i prodotti nome comune e scientifico della specie di tonno. L'azienda ha fatto anche passi avanti indicando in quasi tutti i casi anche l'area di pesca. Esselunga non ci dice però il metodo di pesca. Qual è il segreto di Esselunga? Vuole nascondere che il proprio tonno potrebbe essere pescato con reti a circuizione con FAD?

Carrefour indica spesso il nome comune della specie ma più raramente quello scientifico. Nessuna informazione su aree e metodi di pesca. Non ha quindi migliorato la propria trasparenza rispetto al monitoraggio fatto nel 2011. Qual è il segreto di Carrefour? Vuole nascondere che nelle sue confezioni potrebbe finire tonno pescato in modo insostenibile?

Auchan è una catena francese della grande distribuzione tra le più importanti in Italia. Sulla maggior parte dei prodotti **Simply** è presente il nome comune della specie e sono migliorate le informazioni sull'area di pesca, mentre sono assolutamente nulle le informazioni sul nome scientifico e i metodi di pesca. Il marchio Auchan è migliorato su tutti i fronti: miglioramento netto sulle aree di pesca ma quasi nulle le informazioni sui metodi di pesca. Qual è il segreto di Auchan? Vuole nascondere che, non avendo adottato alcuna politica di sostenibilità, potrebbe vendere tonno pescato con metodi di pesca dannosi per l'ambiente?