nieuws

"Voedselgiganten hebben zwak milieu- en sociaal beleid"

nieuws

In een lijvig rapport, getiteld ‘Behind the Brands’, beschrijft Oxfam hoe grote voedingsbedrijven ondermaats scoren op hun milieu- en sociaal beleid. De voedselgiganten besteden te weinig aandacht aan klimaat, vrouwenrechten en land- en watergebruik. “Niet één bedrijf komt door de test met een goede algemene score”, zegt Farah Karimi, algemeen directeur van Oxfam Novib.

26 FEBRUARI 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:21

Lees meer over:
wereld
voedingsindustrie
consument

In een lijvig rapport, getiteld ‘Behind the Brands’, beschrijft Oxfam hoe grote voedingsbedrijven ondermaats scoren op hun milieu- en sociaal beleid. De voedselgiganten besteden te weinig aandacht aan klimaat, vrouwenrechten en land- en watergebruik. “Niet één bedrijf komt door de test met een goede algemene score”, zegt Farah Karimi, algemeen directeur van Oxfam Novib.
De tien bedrijven die door Oxfam onder de loep werden genomen zijn Unilever, Coca Cola, PepsiCo, Danone, General Mills, Kellogg’s, Mars, Mondelez, Nestlé en Associated British Foods (ABF). De conclusie van het rapport luidt dat deze voedselgiganten op verschillende manieren miljoenen mensen in ontwikkelingslanden uitbuiten.

Zo zou Nestlé in Pakistan grondwater oppompen in de buurt van boerengemeenschappen die kampen met waterschaarste en geen proper water kunnen betalen. Kraft zou dan weer vlees aankopen van Braziliaanse toeleveranciers die aan illegale boomkap doen in het Amazonewoud om hun vee te laten grazen. En Coca Cola wordt ervan beschuldigd kinderen te werk te stellen in hun productiedivisies in de Filippijnen.

“En dat is nog maar het topje van de ijsberg”, reageert Karimi. “De productie van heel wat levensmiddelen gaat ten koste van miljoenen mensen, die worden onderbetaald of wiens landrechten worden geschonden. Sommige van de bedrijven zijn op de goede weg en erkennen dat duurzaamheid belangrijk is voor hun bedrijfsvoering, maar het moet echt beter. De sociale en milieukosten zijn nu gewoon te hoog.”

Oxfam gelooft dat geen enkel bedrijf zo groot is dat het niet naar zijn klanten hoeft te luisteren. Daarom wil ze via de campagne ‘Behind the Brands’ zo veel mogelijk mensen aansporen om te reageren. “Via Twitter en Facebook, of via een petitie gericht aan de leiding van de bedrijven, kunnen consumenten hun steentje bijdragen om ons voedselsysteem eerlijk en duurzaam te maken”, besluit Karimi.

Meer informatie: ‘Voedselmultinationals scoren ondermaats’

Bron: eigen verslaggeving

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |