

La Flor de la sostenibilidad

La fundación internacional Nature & More fue creada por el distribuidor de frutas y hortalizas ecológicas Eosta como respuesta a la demanda del consumidor de alimentos sanos, ecológicos y provenientes del comercio justo, y su finalidad es comunicar el compromiso y el esfuerzo de sus productores con el cuidado del planeta y sus habitantes.

Ahora, la fundación ha lanzado en internet The Sustainability Flower (la Flor de la Sostenibilidad), una herramienta de navegación mediante la que el consumidor podrá conocer una serie de datos de interés sobre el productor que cultivó sus alimentos.

La crisis ecológica, los problemas medioambientales y sociales y la creciente asunción por parte de los consumidores de su responsabilidad con respecto a los productos que adquieren han modificado profundamente la realidad de la economía actual. Esta realidad va mucho más allá del movimiento ecologista tradicional, que se encuentra con una carencia de conceptos fiables y transparentes que logren comunicar el mensaje de la sostenibilidad a través de los alimentos.

Esta carencia es una de las cuestiones que están tratando de resolver las empresas internacionales líderes del sector ecológico: el Desert Club, una organización que agrupa a varias de estas empresas, ha desarrollado unos principios comunes para medir la sostenibilidad y lograr comunicar los resultados de forma transparente y completa. Este es el origen de The Sustainability Flower, una herramienta de navegación mediante la que el consumidor podrá conocer al agricultor que cultiva las frutas y hortalizas que adquiere.

El logotipo de esta nueva herramienta es una flor en cuyo centro se encuentran los principios de la responsabilidad social: la libertad y la justicia. Los pétalos representan la huella ecológica del producto sobre los recursos naturales, la tierra, el agua, las plantas, el aire, los animales y la energía. Estos valores están basados en los estándares de GRI (Global Reporting Initiative) y son controlados por auditores independientes.

“La falta de una normativa internacional no es un motivo para que no comuniquemos nuestros valores con transparencia”, afirma Hugo Skoppek, director general de la fundación Nature & More. “La fertilidad de la tierra, por ejemplo, se describe de forma cualitativa, mientras que el aire es descrito de forma cuantitativa, mediante las emisiones de gases de efecto invernadero por kilogramo, todo ello basado en los análisis del ciclo de vida completo, controlado por TÜV, y publicado en equivalentes de CO2 para cada producto”.

¿Cómo funciona?

Todos los productos de EOSTA llevan un sello que incluye un código específico, con una fotografía del productor. El consumidor, a través de la página de La Flor de la Sostenibilidad, podrá conocer las características ecológicas de estos productos simplemente introduciendo el código o el nombre del productor. Esta herramienta ha sido desarrollada en colaboración con la red de empresas del sector ecológico “Desert Club”.

Nature and More

Eosta

Global Reporting Initiative

Compartir

(fin del artículo)