
 Registrati |  Login

Cerca Nel sito

MyMarketing.Net

Lunedì 15 Ottobre 2012

 Newsletter Iscriviti qui


Accettazione regolamento e privacy policy

Focus on | Management | Branding | Media | International

 Community  M.M. TV |    

Home  International  Articolo

10/10/2012

 Versione per la stampa

Share it 

Food Right Now



Manifestare con fermezza il fondamentale diritto al cibo per tutti e sostenere la necessità di un'azione immediata per fornire aiuto concreto ai poveri che nei Paesi in via di sviluppo hanno scarso accesso alle risorse alimentari. È questo il doppio significato che sintetizza il concept del logo ufficiale che la neutral agency **Now Available** ha realizzato per la nuova campagna di sensibilizzazione 'Food Right Now' sostenuta anche dalla Commissione Europea e promossa in Italia da **Cesvi** (www.cesvi.org). La campagna fino al 2015 coinvolgerà i giovani di cinque Paesi europei (Italia, Francia, Irlanda, Repubblica Ceca e Germania) in numerose attività di educazione e sensibilizzazione con l'obiettivo di contribuire al raggiungimento del primo Obiettivo di Sviluppo del Millennio fissato dalle Nazioni Unite: dimezzare entro il 2015 la percentuale delle persone che nel mondo soffrono la fame.

Master in Web Marketing

Diventa un Professionista del Web.
Nuove Opportunità: Borse di Studio!
Masterdigitale.com

sales promotions agency

Servizi e Progetti Promozionali
Campagne p.o.p e Consumer
Promotion

Trade Partners

Il Field Marketing reso semplice: al tuo fianco, sul campo.

www.tradepartners.it

Scegli Tu! 

cittadini globali responsabili nella lotta alla fame nel mondo e nella promozione del diritto al cibo per tutti".

Insieme a Cesvi il progetto vede coinvolte altre quattro organizzazioni non governative appartenenti ad Alliance2015, grande network europeo che dal 2000 opera contro la povertà nel mondo: l'irlandese **Concern Worldwide**, la tedesca **Welthungerhilfe**, la ceca **People in Need** e la francese **Acted**. La campagna vede anche l'importante partecipazione di **Expo 2015**. Al fine di sensibilizzare l'opinione pubblica e portare alla luce questa tematica, Cesvi ha pensato di realizzare una serie di iniziative: l'11 Ottobre a Milano avrà luogo il 'Lancio dell'Indice Globale sulla Fame 2012: Global Hunger Index', che si svolgerà presso l'ISPI, e il 15 ottobre a Bergamo 'Il Processo alla Noce Amazzonica'.

Per quanto riguarda il 'Global Hunger Index', si tratta di uno dei due rapporti che illustra ogni anno la situazione della fame e della denutrizione nel mondo e che mira ad avviare una riflessione sui temi della fame e della sicurezza alimentare e sarà diffuso in contemporanea in una decina di paesi tra cui USA, India, Zimbabwe e Kenya. Il rapporto 2012 si occupa di scarsità delle risorse destinate alla produzione di cibo: terra, acqua ed energia. Il suolo coltivabile è diventato un bene così prezioso che, anche laddove non è di ottima qualità, viene affittato, specie in Africa, per creare produzioni di beni destinati all'esportazione. È il cosiddetto land grabbing, l'accaparramento delle terre che negli ultimi dieci anni ha interessato una superficie pari a sette volte quella dell'Italia. Il rapporto GHI 2012 aiuta a comprendere come la prospettiva di un mondo sempre più affamato non sia affatto ineluttabile.

Il Processo alla Noce Amazzonica è invece un vero processo che si svolgerà presso l'Aula di Corte d'Assise del Tribunale Penale di Bergamo e quest'anno l'imputato sarà appunto 'la noce amazzonica', che salirà sul banco degli imputati in un vero dibattito all'americana, con l'obiettivo di analizzare i pro e contro di questo prodotto e tutte le sue implicazioni sociali, economiche e culturali, per giungere poi a una sentenza finale. L'imputato si presenterà davanti alla Corte presieduta dal Presidente del Tribunale **Carlo Casti**, governatore di **Slow Food Italia**. Gli invitati assisteranno a interrogatori e contro-interrogatori, arringhe di abili difensori e agguerriti accusatori, fino alla pronuncia di un verdetto irrevocabile e insindacabile, da parte di una giuria popolare.

La scelta non è casuale: da sempre gli abitanti della foresta vivono grazie alla raccolta e commercializzazione della noce amazzonica, tuttavia il prodotto rischia di rappresentare il simbolo di un'economia primitiva, legata ad una tradizione atavica, che potrebbe impedire un reale sviluppo delle zone in cui cresce, ostacolare la diffusione dell'agricoltura e dell'allevamento e frenare la modernizzazione. Inoltre l'albero della noce amazzonica è, purtroppo, anche il simbolo dell'azione distruttrice dell'uomo, l'ultimo baluardo in grado di resistere a pratiche sconosciute di deforestazione (è l'unico albero che resiste agli incendi dolosi, anche se poi non produce più frutti).

Roberta Masella

In libreria

In agenda

- 2 **La pubblicità nell'era digitale**
Formazione 24ORE Dal: 19/10/2012
- 3 **Digital Marketing Lab**
Formazione 24ORE Dal: 19/10/2012
- 4 **Avete mai sentito parlare di lobbying e di professione ...**
ADICO ACCADEMIA Il: 19/10/2012

Photo gallery

On air



Marketing job

Latest news

Archivio storico

INSERISCI UNA PAROLA CHIAVE <input type="text"/>	
Tra il <input type="text" value="11/01/2002"/> 	e il <input type="text" value="31/12/2008"/> 
<input type="button" value="CONFERMA"/>	