

«Imprese alimentari aiutate a nutrire il Pianeta» Una sfida globale tra clima e società più giusta

L'appello di Jeffrey Sachs e Angelo Riccaboni

«Risolvere le varie ed interconnesse questioni sarà impossibile senza un cambio di passo»
Un numero crescente di aziende ha già detto sì

DOMANDE CRUCIALI / 1

«I prodotti e le strategie dell'azienda contribuiscono a diete sane? Le pratiche di produzione sono sostenibili?»

DOMANDE CRUCIALI / 2

I fornitori a monte delle aziende di trasformazione sono sostenibili? L'azienda è un buon cittadino che rispetta le regole?»

di Jeffrey Sachs* e Angelo Riccaboni**

Le imprese di produzione e di distribuzione che operano nel settore alimentare hanno la responsabilità di contribuire ad un Pianeta più sostenibile e società più giuste. Per conseguire gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e attuare l'accordo di Parigi sul clima ogni azienda deve rispondere a quattro domande cruciali. Nutrire un pianeta di 7.7 miliardi di persone non è un obiettivo facilmente perseguibile. Ogni persona sul pianeta ha bisogno, si aspetta e ha diritto a una alimentazione sana. Ogni agricoltore ha bisogno, si aspetta e ha diritto a un sostentamento dignitoso. Le circa dieci milioni di altre specie sul pianeta hanno bisogno di un habitat in cui possano sopravvivere. E ogni azienda, che produce, trasforma e distribuisce cibo, ha bisogno e si aspetta di conseguire un profitto. È un compito arduo e non si sta realizzando.

Oltre 820 milioni di persone, infatti, ancor oggi soffrono la fame in modo permanente. Altri due miliardi circa soffrono di carenze di micronutrienti, come vitamine o proteine. Circa 650 milioni di adulti sono obesi, una epidemia in parte causata da alimenti ultra-lavorati e troppo ricchi di zuccheri, grassi saturi e altri additivi chimici. Ma i problemi vanno

ben oltre la fame e la dieta. Le pratiche agroindustriali di oggi sono la principale causa di deforestazione, esaurimento e inquinamento delle acque dolci, erosione del suolo e perdita di biodiversità. Allo stesso tempo, il cambiamento climatico indotto dall'uomo, in parte causato dal settore alimentare, sta producendo modifiche profonde nelle pratiche agricole e nella vita dei produttori. Con l'ulteriore riscaldamento del Pianeta e la crescita della popolazione, la crisi in atto non potrà che peggiorare, a meno che non vengano introdotti cambiamenti decisivi.

L'industria alimentare è un motore dell'economia globale e include alcuni dei marchi commerciali più noti al mondo, in quanto milioni di persone vengono a contatto con loro ogni giorno. Risolvere le varie ed interconnesse questioni nutrizionali, agricole, sociali e ambientali sarà impossibile a meno che l'industria alimentare non cambi i propri tradizionali comportamenti. Fortunatamente, c'è un interessante barlume di speranza.

Un numero crescente di aziende alimentari ha deciso di abbracciare la sfida e vuole imboccare una nuova direzione coerente con il rispetto della salute umana e la sopravvivenza planetaria. Il nostro punto di partenza è un'altra fonte di speranza. Nel 2015 tutti i 193 i membri delle Nazioni

Unite hanno siglato accordi vitali. Il primo, chiamato Agenda 2030, adotta 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile come una tabella di marcia per il benessere umano e la sicurezza planetaria. Il secondo, l'accordo di Parigi sul clima, impegna i governi del mondo ad adottare misure decisive per mantenere l'aumento del riscaldamento globale a meno di 1,5 °C. Sia gli OSS che l'accordo di Parigi richiedono cambiamenti decisivi nelle pratiche dell'industria alimentare. Nel rapporto 'Fixing the Business of Food - The Food Industry and the SDG Challenge', invitiamo le aziende del settore alimentare, produttori e distributori, ad adottare chiare linee guida, misurazioni e standard di rendicontazione che le aiutino ad allinearsi agli obiettivi di sostenibilità. In particolare, ogni azienda deve rispondere a quattro domande cruciali.

Primo: i prodotti e le strategie dell'azienda contribuiscono a diete sane e sostenibili? La cultura del fast food ci sta letteralmente uccidendo. L'in-



industria deve cambiare urgentemente per promuovere diete più sane e sostenibili. Secondo: le pratiche di produzione dell'azienda sono sostenibili? Troppe aziende causano inquinamento chimico, ingenti sprechi da imballaggio, deforestazione, uso eccessivo e scarsamente mirato di fertilizzanti, riduzione di biodiversità e altri danni all'ambiente. Terzo: i fornitori a monte delle aziende di trasformazione sono sostenibili? Nessuna azienda alimentare di beni di consumo dovrebbe utilizzare prodotti provenienti da allevamenti che contribuiscono alla deforestazione.

Infine, l'azienda è un buon cittadino, svolge in maniera cor-

retta il proprio ruolo nelle comunità di riferimento? A tal fine dovrebbero essere evitate, per esempio, le pratiche fiscali aggressive che cercano di sfruttare scappatoie legali o difetti nei processi di applicazione delle norme tributarie, in quanto esse privano i governi delle entrate necessarie per promuovere i servizi pubblici.

Nell'ambito del nostro Rapporto abbiamo esaminato le attuali pratiche di rendicontazione dell'industria alimentare.

Mentre molte aziende dichiarano di perseguire lo sviluppo sostenibile, troppo poche rendicontano sulla salubrità delle loro linee di prodotti o sul modo in cui i loro prodotti contribuiscono a modelli dietetici sa-

ni e sostenibili. Poche riconoscono di essere parte della crisi ambientale, direttamente con la propria produzione o come acquirenti di materie prime. In breve, l'impegno dell'industria alimentare per la sostenibilità ancora troppo spesso appare come un nobile principio piuttosto che la messa in atto di concrete iniziative utili a garantire l'allineamento con gli OSS. Ma non siamo pessimisti. In tutto il mondo i giovani chiedono un modo sostenibile e più giusto in cui vivere e lavorare. Le aziende dovranno allinearsi a tali richieste.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Economista, già direttore
Earth Institute,
consigliere di Papa Francesco
**Presidente Fondazione Prima*





Nelle foto nei toni:
Jeffrey Sachs (a sinistra)
e Angelo Riccaboni