

## IL DOCENTE ESPERTO DI AGROALIMENTARE

# «L'emergenza? È soprattutto sociale: colpisce i più poveri»

DANIELA FASSINI

«**O**ggi c'è una forte consapevolezza che siamo indietro, che dobbiamo accelerare, dobbiamo passare alle azioni». Angelo Riccaboni, presidente del Santa Chiara Lab dell'Università di Siena e della Fondazione Prima (il Programma per l'innovazione del settore idrico e agro-alimentare nell'area mediterranea) non ha dubbi e da New York, dove oggi parteciperà al Workshop "Fixing the business of food" (organizzato da Fondazione Barilla e Sdsn - Sustainable Development Solutions Network), ripete quello che tutti sostengono come un mantra: per contrastare il surriscaldamento globale e le emissioni dei gas serra occorre agire subito.

## Cosa si aspetta quindi dal vertice dell'Onu?

Si parla di SDGs (sustainable development goals - obiettivi di sviluppo sostenibile, ndr) che sono una cosa importante ma non vanno letti come obiettivi da "check list" dobbiamo passare alle azioni. L'agenda 2030 prevede cambiamenti profondi, trasformativi, non incrementali. Il settore agroalimentare, ad esempio, come quello energetico hanno bisogno di cambiamenti importanti e sistemici.

## Oggi c'è più consapevolezza sull'emergenza rispetto al 2015. Solo grazie a Greta?

Nell'ultimo anno questa consapevolezza è molto aumentata. In parte grazie anche a Greta perché quando si muovono i giovani che subiranno le conseguenze delle scelte fatte in passato non si possono non ascoltare. Ma ci sono anche altri movimenti "verdi" che anche negli anni passati hanno fatto un lavoro di sensibilizzazione e poi oggettivamente ci sono evidenze che cominciano a far spaventare la gente. I cambiamenti climatici sono sotto i nostri occhi. I ghiacciai

che si ritirano, le inondazioni...E poi la gente è colpita da questo tema della plastica. Un argomento che fino a poco tempo fa era riservato a pochi ora è diventato virale. C'è una consapevolezza maggiore, per questo occorre un'agenda trasformativa.

## Anche il mondo del business è più consapevole?

Oggi ci si rende conto che senza le imprese è difficile riu-

scire ad attuare l'agenda 2030, che riguarda il clima ma anche la società e quindi l'economia. Nel settore agroalimentare, ad esempio, tutti hanno capito che non è solo una questione ambientale, di inquinamento. Ma anche di salute per le persone. Da una parte abbiamo un numero crescente di persone che soffrono la fame, dall'altra assistiamo ad epidemie di obesità, diabete e malattie cardiovascolari che stanno devastando la salute di fasce sempre più ampie della popolazione e i sistemi sanitari nazionali. A questo proposito deve crescere la consapevolezza dell'importanza di diete e stili di vita sostenibili, di cui uno degli esempi più efficaci è proprio la dieta mediterranea. Poi c'è anche la questione della profittabilità dei produttori. In ambito agricolo, ad esempio, chi fa l'agricoltore ha bisogno di una equa ricompensa. E se non ne teniamo conto, abbiamo conseguenze sociali: in Chianti come in Bangladesh. Ma sta a noi incalzare le aziende nel promuovere prodotti coerenti con modelli alimentari e dietetici sostenibili.

## In che modo?

Noi opinione pubblica, noi consumatori. Ma hanno ruoli fondamentali anche l'informazione e la ricerca. Le grandi aziende dicono che vogliono essere sostenibili ma a volte è solo "green wash" (ci si lava la coscienza con pure dichiarazioni che poi non corrispondono ai fatti, ndr). Dobbiamo andare a verificare che le cose siano ben fatte e non ci sia solo marketing. Questa è la scommessa.

## Ma c'è la volontà politica di cambiare, come chiede anche il Papa?

Se i giovani e i consumatori comprendono la gravità delle sfide anche la politica risponderà nel modo giusto. In Europa, con il New Green deal ci sono segnali di speranza, ma bisogna muoversi in fretta. Il vero tema è infatti quello sociale più che quello tecnologico. Il problema cioè è come far sì che i nostri concittadini accettino e condividano dei percorsi di scelta sostenibile. Ci deve essere condivisione sociale. L'impatto del cambiamento climatico colpisce le fasce più povere e poi c'è il tema dei prezzi. Se più persone alla fine cercano certi tipi di prodotti l'accesso diventa per tutti. Sono sfide molto importanti che passano anche dall'educazione, cui va dato un ruolo centrale se veramente vogliamo società più sostenibili e giuste.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Angelo Riccaboni

