



## NUTRIZIONE SOSTENIBILE E LOTTA AGLI SPRECHI

*Progetto realizzato con il contributo non condizionato di*



# Gli obiettivi del progetto

## Obiettivo generale

Contribuire alla promozione di modelli di produzione e consumo sostenibili (da un punto di vista sociale, economico e ambientale), facendo leva sul **cambiamento prima individuale e poi collettivo**, in linea con quanto previsto nel goal 12 dell'agenda 2030 dell'ONU (*Produzione e consumo responsabile*)

## Obiettivo specifico

**Aumentare la consapevolezza** dei consumatori relativamente all'**importanza di apprezzare adeguatamente** le produzioni sostenibili nelle proprie scelte di consumo e di **adottare comportamenti antispreco**

Promuovere il concetto di «nutrizione sostenibile»

Valorizzare le filiere sostenibili e circolari

Favorire il consumo responsabile e la lotta agli sprechi

# Il progetto

DOVE

PUGLIA

QUANDO

Da giugno a dicembre 2023

DESTINATARI

- tutti i segretari e coordinatori di Cittadinanzattiva;
- Segretario, coordinatori e aderenti Cittadinanzattiva della Regione Puglia

DURATA

6 mesi circa

# Le attività

## Formazione sui temi (online)

- Costituzione di un comitato tecnico-scientifico
- 4 luglio: **nutrizione sostenibile; ruolo del consumatore; sistema agro-alimentare sostenibile e circolare;**
- 12 luglio: **dieta alimentare corretta e lotta agli sprechi; la comunicazione al consumatore**
- Predisposizione e condivisione di materiale info/formativo

Target: 50 referenti nazionali dell'associazione

Target: referenti della Puglia

## Coinvolgimento della comunità

- Progettazione e avvio di una **consultazione civica** rivolta ai consumatori pugliesi (**livello quantitativo**). Hanno partecipato circa **300 consumatori**.
- **Stesura reportistica\***
- Progettazione e realizzazione **World café** (25 nov. Bari) aperto ai referenti CA delle province pugliesi per dibattere e tematizzare le questioni più salienti emerse dalla consultazione (**livello qualitativo**)

\*Le evidenze emerse (in particolare il «focus packaging») sono state inserite nel **position paper** sulla proposta di regolamentazione europea sul packaging e packaging waste (PPWR) redatto a cura del CL.A.N.

## Follow up e nuovi orizzonti

- Stesura reportistica complessiva
- **Valutazione e riflessione su piste di lavoro future e prospettive di sviluppo** dei temi coerentemente ai risultati e alle questioni emerse

SIAMO QUI!

# Criticità e riflessioni

## *Percezione limitata e “locale” del concetto di nutrizione sostenibile + Assenza di informazioni adeguate*

- *“Parlare di nutrizione sostenibile vuol dire prediligere produzioni con un **basso impatto ambientale**”*
- È convinzione diffusa che le proprie scelte alimentari generino un impatto (economico e/o ambientale) **solo nel proprio Paese o ambiente di riferimento**
- L'impossibilità di compiere scelte consapevoli, a causa della mancanza di info adeguate, sterilizza di fatto il potere del consumatore – almeno per le scelte ricadenti in ambito GDO
- Il **ruolo della GDO** nel contribuire alla nutrizione sostenibile è emerso come **molto rilevante**

## *Base conoscitiva imprecisa o scorretta sia riguardo la corretta alimentazione che riguardo l'impatto ambientale (es. in termini di deforestazione)*

- Nella percezione dei consumatori, i prodotti che hanno un maggiore impatto risultano essere, in ordine di rilevanza, **olio di colza (?)**, olio di palma e carne bovina a pari merito, cacao, caffè, zucchero di canna, **soia** (indicata come meno rilevante in termini di deforestazione).
- Bisogno di educazione e ri-educazione mediante la veicolazione di informazioni corrette.
- **Formare per insegnare a valorizzare** la sostenibilità oltre i claim e le pubblicità - educare a dare valore ad aspetti obiettivi delle produzioni sostenibili
- Fare informazione anche relativamente all'applicazione del nuovo Regolamento europeo (EUDR)

# Criticità e riflessioni

## *Spreco alimentare: aumentare la consapevolezza per trasformarla in azione*

- Spreco alimentare: esplicitare il nesso con il concetto di nutrizione sostenibile a 360°
- Contribuire ad **aumentare la percezione dell'impatto ambientale** del consumo domestico (solo il 5% dei rispondenti alla consultazione gli attribuisce il giusto peso)
- **Formazione adeguata per ridurre gli sprechi** alimentari e sulla **corretta alimentazione** (entrambi aspetti percepiti dai membri dei gdl come strettamente correlati tra di loro)
- **Protagonismo attivo di produttori e distributori** da intendersi anche come **facilitatori** delle scelte dei consumatori
- Attenzione verso la proposta di modifica direttiva gestione rifiuti (COM 2023/420 final)

## *La comunicazione al consumatore: tra minacce e opportunità*

- Tema strategico e rilevante ai fini di un **esercizio più consapevole** del proprio potere di acquisto
- Si denuncia la natura talvolta **eccessivamente strumentale delle comunicazioni di carattere commerciale** (oltre il 52% dubita dei messaggi pubblicitari)
- **Impegnarsi per una comunicazione chiara e trasparente** nei confronti del consumatore viene vista dai membri dei gdl come **fattore qualificante di produzione e/o distribuzione sostenibile**
- Molte aspettative relativamente ai lavori sulle proposte di direttive sulla **responsabilizzazione dei consumatori** e sul **greenwashing** - COM(2022) 143 final e COM(2023) 166 final.

# Criticità e riflessioni

## *Il ruolo del distributore per la nutrizione sostenibile e la lotta agli sprechi*

- **Supportare il consumatore** in maniera diretta nella raccolta di alcuni rifiuti (es. oli esausti, raee, capi di abbigliamento) allestendo dei punti di raccolta dedicati presso i propri punti vendita
- **Fornire informazioni** chiare ai consumatori sull'impatto ambientale dei propri acquisti e su come ridurre gli sprechi

## *Il ruolo del consumatore*

- Il primo comportamento che possono esercitare in autonomia per favorire la nutrizione sostenibile è la **lotta agli sprechi domestici** - preso atto, purtroppo, che la valutazione dell'impatto ambientale dei prodotti a scaffale attualmente non è praticabile in maniera obiettiva
- Il 56% dei consumatori vorrebbe essere coinvolto in **programmi/iniziative** per promuovere una corretta alimentazione e stili di vita sani; oltre il 40% in programmi e iniziative antispreco; oltre il 30% in programmi/iniziative di educazione al consumatore per riconoscere e difendersi dai messaggi fuorvianti



# Proposte/piste di lavoro

**1. Coinvolgere nuovi territori/regioni** nell'avvio del percorso di sensibilizzazione ed empowerment su nutrizione sostenibile e lotta agli sprechi (replicare quanto fatto in Puglia, in altri territori)

**2. Valorizzare la partecipazione dei cittadini-consumatori per lo sviluppo di adeguate politiche produttive, distributive e di consumo.** I cittadini dovrebbero avere maggior voce nella definizione di tali politiche offrendo un **punto di vista qualificato** per contribuire ad indirizzare ed armonizzare le **attività di produzione, trasformazione, distribuzione, acquisto, consumo e smaltimento del cibo**, favorendo la connessione virtuosa tra temi quali la salute e la nutrizione, i rapporti all'interno delle filiere, i diritti dei lavoratori, il modo di vivere nelle città (l'essere comunità)

**3. Promuovere l'Educazione circolare** (trasversale e transgenerazionale) intesa come educazione al consumo consapevole da parte di tutti gli attori del sistema di oggi e di domani: un circuito educativo virtuoso che coinvolge scuole, famiglia, istituzioni, mondo economico (produttori e distributori) e sociale (mondo civico).

## In che modo?

- **Mappatura degli stakeholder** locali (es. scuole, aziende, enti locali, università, enti di ricerca, altro mondo civico, ecc.)
- **Avvio di interlocuzioni** con i singoli stakeholder per la condivisione di approcci e obiettivi finalizzati al punto successivo
- **Organizzazione di *world café multistakeholder*** con il duplice obiettivo di:
  1. delineare **forme e modi** per favorire la partecipazione civica nella definizione delle «politiche del cibo» con particolare attenzione a:
    - connessione tra salute e nutrizione
    - rapporti all'interno delle filiere
    - diritti dei lavoratori
    - modo di vivere nelle città
  2. disegnare **l'attività info/educativa** da destinare a target specifici (es. scuole, famiglia, mondo civico, ecc... come da Proposta n. 3 «**Educazione circolare**»)
- **Evento pubblico** di presentazione delle risultanze delle precedenti attività

## Riflessioni di fondo

E' evidente come **l'impegno per una nutrizione sostenibile e per la lotta agli sprechi**, agli occhi del consumatore, **riguardi trasversalmente tutti gli attori del sistema agro-alimentare**, consumatore compreso.

Il consumatore inizia ad essere consapevole del suo protagonismo ma, condizione imprescindibile per un coinvolgimento attivo e consapevole è rispondere primariamente ai seguenti bisogni:

- **un bisogno di informazione:** essere correttamente e chiaramente informato sulle caratteristiche dei prodotti (impatto, sostenibilità dei processi produttivi, filiere sostenibili ecc.), sulla corretta alimentazione e sui comportamenti antispreco;
- **un bisogno di "facilitazione":** il consumatore va agevolato nella scelta (con comunicazioni chiare e veritiere), nel riutilizzo/riciclaggio e nell'adozione di comportamenti antispreco;
- **un bisogno di fiducia:** un solido rapporto di fiducia tra consumatori e produttori, ma in generale tra tutti gli attori del sistema agro-alimentare, è alla base di un modello circolare e sostenibile che possa funzionare in maniera virtuosa per tutti



Per informazioni

*[c.pollio@cittadinanzattiva.it](mailto:c.pollio@cittadinanzattiva.it)*