

## SCHEDA DI FORMAZIONE

### 02. IL PESO DELL'ECONOMIA ALIMENTARE

<b>Area</b>	cibo										
<b>Livello</b>	AVANZATO										
<b>Topic</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #76b82a;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #4a86e8; color: white;"><i>2. Implicazioni economiche della produzione e del consumo alimentare</i></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #ffeb3b;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #ff9800;"></td></tr> </table>				<i>2. Implicazioni economiche della produzione e del consumo alimentare</i>						
	<i>2. Implicazioni economiche della produzione e del consumo alimentare</i>										
<b>Modulo</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #76b82a;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #4a86e8; color: white;"><i>Il peso dell'economia alimentare</i></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #ffeb3b;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="background-color: #ff9800;"></td></tr> </table>				<i>Il peso dell'economia alimentare</i>						
	<i>Il peso dell'economia alimentare</i>										
<b>Parole chiave</b>	Produzione alimentare – economia sostenibile – diritti umani – disuguaglianza – economia circolare										
<b>Introduzione</b>	<p>La pressione sulle imprese per attuare pratiche sostenibili è in aumento a causa della crescente consapevolezza dei consumatori e delle crescenti attività di sensibilizzazione governative in merito alla sostenibilità e ai cambiamenti climatici.</p> <p>Ciò vale soprattutto per l'industria alimentare e delle bevande, dove la produzione di alimenti rappresenta il 25 % delle emissioni globali di gas serra. Se la crescita della popolazione e le tendenze di crescita della classe media continuano, questo numero aumenterà dal momento che gli individui più ricchi tendono ad avere diete a base animale ad alta intensità di risorse.</p> <p>Il World Economic Forum prevede che entro il 2050 ci sarà un aumento del 60 % della domanda alimentare globale.</p>										

	<p>Poiché i consumatori compiono maggiori sforzi per mantenere la loro salute e vivere in modo sostenibile, è probabile che questi miglioramenti persistano a lungo. Ciò presenta una nuova serie di difficoltà per l'industria dei servizi alimentari.</p> <p>Sul versante della domanda, le posizioni etiche allontanano i clienti da determinati beni di mercato, spesso attraverso la resistenza sia nel comportamento individuale che in quello di gruppo.</p> <p>Il consumo etico può riflettere comportamenti più consapevoli di sé e moderati, come una semplicità volontaria, così come comportamenti più intenzionali, come il boicottaggio e il taglio degli acquisti.</p>
<b>Effetti economici/benefici</b>	<p>La probabilità che i clienti influenzino il mercato a favore di un consumo più sostenibile è maggiore se un maggior numero di consumatori è consapevole degli effetti delle loro decisioni di acquisto. Questo fenomeno è particolarmente rilevante per l'industria alimentare, in quanto le decisioni di marca, prodotto e persino canale sono influenzate da preoccupazioni etiche.</p> <p>Le aziende stanno sempre più concentrando le loro strategie sul lato dell'offerta, sull'adattamento della domanda alle aspettative etiche dei consumatori. Ecco alcuni passaggi che possono essere seguiti per creare un nuovo modello di business alimentare.</p> <p>Analizzare i dati è un ottimo punto di partenza. Gli strumenti di analisi dei dati possono essere utilizzati per stabilire e monitorare metriche in linea con gli obiettivi e le attività di un'organizzazione utilizzando i dati prodotti dalle aziende produttrici di alimenti. Avere accesso a questi dati consente di ottimizzare la produttività delle risorse.</p> <p>In secondo luogo, la sostenibilità è uno sforzo di squadra e coinvolgere i partner a tutti i livelli della catena di approvvigionamento è essenziale. L'industria alimentare dovrebbe sforzarsi di decarbonizzare le operazioni end-to-end passando a fonti di energia verde oltre a ottimizzare i suoi processi di produzione.</p> <p>Inoltre, il passaggio alle tecnologie della catena del freddo a basse emissioni di carbonio, il</p>

	<p>miglioramento delle rotte di transito e la modernizzazione delle attrezzature tecniche e delle flotte di trasporto, comporterebbero un minor consumo di energia e di acqua. Inoltre, i produttori potrebbero prolungare in modo conveniente i cicli di vita degli impianti, raggiungendo al contempo gli obiettivi di decarbonizzazione incorporando l'efficienza energetica negli impianti, nei magazzini e negli impianti di lavorazione.</p>
<b>Buone pratiche</b>	<p><a href="#">Alara Wholefoods</a> è stata pioniera quando si tratta di pratiche alimentari sostenibili e di produzione, essendo la prima azienda cerealicola a ricevere la certificazione biologica nel 1988 ed è stata la prima azienda alimentare nel Regno Unito a raggiungere lo spreco zero nel 2008. Al fine di ridurre il suo impatto sull'ambiente, si dedica tuttora alla sostenibilità e lavora con imballaggi privi di plastica e biodegradabili.</p> <p>Oltre a non produrre rifiuti, Alara utilizza solo l'elettricità da risorse sostenibili tra cui l'energia idroelettrica, solare ed eolica e collabora con l'organizzazione no-profit Rainforest Saver per compensare il carbonio nel cibo che vende.</p> <p>Il programma collabora con gli agricoltori locali per implementare una tecnica agricola chiamata Inga Alley Cropping, che nell'arco di 20 anni permetterà a ogni Inga di catturare mezza tonnellata di carbonio.</p> <p><a href="#">Altromercato</a> è stato creato con uno scopo: promuovere un commercio equo che valorizzi e protegga la terra senza emarginazione o sfruttamento. Attualmente sono la principale organizzazione di commercio equo e solidale in Italia. Attraverso il commercio equo e la cooperazione intergovernativa, creano effetti benefici e opportunità di sviluppo in tutto il mondo. Creano catene di approvvigionamento etiche per le loro materie prime, promuovendo l'uso del suolo e le pratiche di produzione che proteggono l'ambiente e le sue risorse perché la ricchezza della natura dovrebbe essere utilizzata piuttosto che sprecata.</p> <p>Sostengono i diritti dei lavoratori ovunque e tengono d'occhio gli standard morali del</p>

	<p>commercio equo e della sostenibilità sociale per garantire che siano sempre rispettati. Forniscono retribuzioni ragionevoli e garantiscono di conseguenza rimborsi equi.</p> <p>Essi ampliano la loro comprensione del commercio fondendola con quella della cooperazione: attraverso gli acquisti dei clienti, supportano direttamente le iniziative che aiutano le aziende con cui collaborano e le comunità in cui operano. Operano in conformità con i 10 principi dell'Organizzazione mondiale del Commercio Equo e Solidale (WFTO).</p>
<b>Sfide attuali e future</b>	<p>Anche le grandi aziende alimentari con ampie risorse, che preferirebbero concentrarsi sulla loro attività primaria, potrebbero avere difficoltà a raggiungere gli obiettivi di sostenibilità. Affidandosi a fornitori esterni per l'approvvigionamento energetico affidabile, la gestione di progetti multi-tecnici e un rigoroso controllo dei costi, i produttori alimentari possono migliorare le loro prestazioni economiche esternalizzando servizi di gestione dell'energia a società specializzate.</p> <p>Significativamente, le società di gestione dell'energia possono utilizzare strumenti analitici specializzati per individuare le aree problematiche, esaminare i modelli di consumo di energia, offrire consulenza su gas, elettricità e acquisti di energia e per poter aumentare l'efficienza energetica. Soluzioni personalizzate, high-tech e finanziariamente supportate per ridurre l'impronta di carbonio sono un esempio di tali servizi esternalizzati. I clienti in questo caso pagano solo l'energia che consumano, con investimenti di capitale effettuati dal fornitore di servizi energetici. Il fornitore di servizi energetici si assume tutti i rischi associati all'ingegneria, all'approvvigionamento, alla costruzione e alla prestazione energetica.</p> <p>La capacità di tracciare i movimenti di un prodotto alimentare e dei suoi ingredienti attraverso ogni fase della catena di fornitura, sia in entrata che in uscita, è nota come tracciabilità. La tracciabilità è una questione importante nel settore alimentare in</p>

	questo momento a causa del crescente controllo delle fonti alimentari.
Lingua	Italiano
Partner	IDP
Ulteriori riferimenti	<a href="https://youmatter.world/en/definition/definition-s-responsible-consumption-examples/">https://youmatter.world/en/definition/definition-s-responsible-consumption-examples/</a> <a href="https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/sustainable-food">https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/sustainable-food</a> <a href="https://greenbestpractice.jrc.ec.europa.eu/node/322">https://greenbestpractice.jrc.ec.europa.eu/node/322</a> <a href="https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/sustainable-food">https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/sustainable-food</a>