

Tracciabilità e zero deforestazione per un olio di palma sempre più sostenibile

https://www.adnkronos.com/sostenibilita/tracciabilita-e-zero-deforestazione-per-un-olio-di-palma-sempre-piu-sostenibile_3WhupSMJNjNzM41tLJn9s9?refresh_ce

17 gennaio 2024 | 11.09

[Redazione Adnkronos](#)

A Marca, la fiera di Bologna dedicata alla marca commerciale, l'Unione italiana olio di palma sostenibile, insieme a enti di certificazione e aziende, ha fatto il punto sui nuovi regolamenti e sullo stato di avanzamento del sistema di tracciabilità 'Prism'

Secondo l'ultima normativa europea contro la deforestazione e il degrado forestale (regolamento Eudr), entro la fine di quest'anno sarà necessario garantire che i prodotti non provengano da aree deforestate dopo il 31 dicembre 2020. A Marca, la fiera di Bologna dedicata alla marca commerciale, l'Unione italiana olio di palma sostenibile, insieme a enti di certificazione e aziende, ha fatto il punto sui nuovi regolamenti e sullo stato di avanzamento del sistema di tracciabilità 'Prism', che aiuterà i membri della Roundtable on sustainable palm oil (Rspo) a dimostrare la conformità all'Eudr degli approvvigionamenti.

"Le aziende che vogliono differenziarsi sul mercato, troveranno la Certificazione Rspo rilevante e distintiva - ha spiegato Ruben Brunsveld, deputy director Emea, Roundtable on sustainable palm oil intervenuto da remoto al convegno - Oltre ai requisiti ambientali, la certificazione Rspo comprende obblighi sociali ed economici che vanno oltre i requisiti di sostenibilità del regolamento Ue sulla deforestazione. Quest'anno, Rspo lancerà una nuova piattaforma 'Prism-Palm resource information sustainability management' che supporterà i membri Rspo nel fornire le informazioni necessarie per la dichiarazione di due diligence richiesta dalla Commissione Europea".

Il presupposto del regolamento comunitario è quello di avere un ridotto impatto ambientale per quanto riguarda le materie prime che sono importate nel territorio della comunità europea. "La nuova regolamentazione europea che entrerà in vigore a fine di quest'anno permetterà di garantire che tutto l'olio di palma che entra in Europa sarà certificato sostenibile e 'deforestation free' - ha commentato Mauro Fontana, presidente Unione italiana olio di palma sostenibile - La certificazione Rspo può essere un modo proattivo per essere pronti a rispettare la regolamentazione europea anche perché l'Rspo, come certificazione, ha una visione più ampia che tiene conto anche di aspetti etico sociali ed economici".

La tracciabilità delle forniture fino alla piantagione è il problema più delicato da risolvere per gli operatori nell'ambito della due diligence. In una filiera molto polverizzata, come quella dell'olio di palma, ma non solo, dove si contano milioni di piccoli produttori in piantagioni anche di pochi ettari disseminati in zone remote e carenza di strumenti adeguati alle nuove esigenze di tracciabilità e trasparenza, questo regolamento rischia di penalizzare i più deboli che potrebbero essere estromessi dalle catene di fornitura delle aziende utilizzatrici per mancanza di adeguate garanzie, con ripercussioni sul mercato e sul piano socio-economico.

"La sfida più grande è quella un po' legata ai piccoli produttori, i cosiddetti small holder - spiega Marcello Valenti, responsabile d'ufficio ambiente e sostenibilità Unigra - che magari non hanno gli stessi strumenti che possono avere i produttori più grandi e quindi in alcune zone questo sistema di monitoraggio deve andare a regime; però, visto il buon livello di partenza per quanto riguarda l'olio di palma, per questa tracciabilità, grazie anche l'aiuto dei vari soggetti che operano in questi campi come Rspo per esempio, si dovrebbe riuscire a superare questa sfida".

L'olio di palma sostenibile con la certificazione Rspo rappresenta un esempio concreto di integrazione tra due mondi, ovvero tra il mondo del food e il mondo del non-food, perché si tratta di una materia prima che viene utilizzata per prodotti alimentari e non, come ad esempio i cosmetici. "Oggi la domanda dei processi di certificazione è in crescita da entrambi i settori - ha osservato Mariano Serratore, direttore tecnico Istituto Certificazione Etica e Ambientale (Icea) - Da quello che vediamo come organismo di certificazione c'è un incremento sia nel settore food sia nel settore non food, anche perché delle aziende che andiamo a certificare in questo momento, circa il 35% sono produttori di materia prima che sarà utilizzata alimentando sia i settori food sia quelli non food. E' sicuramente un dato interessante e che evidenzia ancora di più il valore dell'olio di palma sostenibile nelle catene di fornitura. Chiaramente questo è un elemento importante perché la certificazione in sé ha come prerequisito il fatto che tutti gli attori della filiera siano certificati e pertanto garantisce un ulteriore elemento di tracciabilità, e quindi di valore aggiunto, per i sistemi di certificazione".

Alimenti, Cittadinanzattiva: "L'informazione aiuta la nutrizione sostenibile e la lotta agli sprechi"

https://www.adnkronos.com/sostenibilita/alimenti-cittadinanzattiva-linformazione-aiuta-la-nutrizione-sostenibile-e-la-lotta-agli-sprechi_7ijuDWCEsGq3WnVXD04hXv?refresh_ce

17 gennaio 2024 | 11.17

[Redazione Adnkronos](#)

A Marca presentato progetto pilota per sensibilizzare su alimentazione e filiere certificate

Aumentare la consapevolezza dei consumatori relativamente ai temi dell'alimentazione sostenibile, dell'importanza delle filiere certificate (come ad esempio quella dell'olio di palma sostenibile), della sicurezza alimentare e della lotta agli sprechi. Cittadinanzattiva con il sostegno non condizionato dell'Unione Italiana per l'olio di palma sostenibile, ha presentato a Marca 2024, il salone internazionale della Marca del Distributore in corso a Bologna Fiere, il progetto pilota 'Nutrizione sostenibile e lotta agli sprechi' che ha visto la partecipazione di circa 300 consumatori e ha avuto la durata di 6 mesi, da giugno a dicembre 2023.

Secondo Cittadinanzattiva, il consumatore può svolgere un ruolo centrale perché, se adeguatamente informato, può esercitare il proprio potere di scelta in maniera consapevole, contribuendo a orientare il mercato verso modelli produttivi più sostenibili. "I consumatori hanno un grande potere - spiega Cinzia Pollio, senior project manager Politiche dei consumatori di Cittadinanzattiva - A noi piace parlare di empowerment, cioè dare al consumatore quegli strumenti tali per cui riesce a esercitare delle forme di scelta che possano essere consapevoli e decisive. Purtroppo, specialmente nell'ambito delle comunicazioni commerciali, c'è tanta confusione riguardo ai marchi, alle informazioni e ai messaggi commerciali nei confronti dei quali i consumatori molto spesso diffidano. Circa il 50% dei consumatori non crede più alle informazioni commerciali, non si sentono completamente sicuri. Una cosa particolarmente importante è che, a fronte di una maturità da parte del consumatore che lo porta a prediligere produzioni sostenibili e responsabili, nella realtà dei fatti poi si sente incapace di realizzare una scelta che possa essere consapevole al 100% perché c'è incapacità di riuscire a decifrare le tante informazioni, talvolta anche contraddittorie, che derivano dal mondo della produzione".

Il primo step del progetto ha previsto un'attività di formazione per i referenti associativi nazionali di Cittadinanzattiva su tematiche legate al sistema agro-alimentare sostenibile e filiere certificate, dieta alimentare corretta e lotta agli sprechi, comunicazione al consumatore (fake news, free-from). Il secondo step ha invece visto il coinvolgimento diretto della comunità (trattandosi di un pilota le azioni si sono concentrate sulla regione Puglia) in un percorso di engagement dei consumatori su due livelli di consultazione civica con la somministrazione di una indagine, attraverso le realtà locali associative della regione coinvolta e l'organizzazione di un secondo livello di consultazione più in profondità.

Dagli incontri è emerso 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, compreso lo stesso consumatore che inizia ad essere consapevole del proprio ruolo da protagonista. Tuttavia la condizione imprescindibile per un coinvolgimento consapevole è rispondere primariamente a un bisogno di informazione: essere correttamente e chiaramente informati sulle caratteristiche dei prodotti (impatto, sostenibilità dei processi produttivi, filiere sostenibili), sulla corretta alimentazione e sui comportamenti antispreco. Un bisogno di 'facilitazione', il consumatore va agevolato nella scelta e nell'adozione di comportamenti antispreco, cui se ne aggiunge uno 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.

"L'Unione di olio di palma sostenibile ha da anni variato e ampliato la propria missione - ha spiegato Mauro Fontana, presidente dell'Unione italiana per l'olio di palma sostenibile - cercando di interpretare la sostenibilità in modo sia ambientale che etico, sociale ed economico, cercando di avere una visione in sintonia con i 17 Sdgs delle Nazioni Unite. In quest'ottica, per cercare di informare e formare i consumatori in maniera più oggettiva, abbiamo supportato il progetto di Cittadinanzattiva che, toccando i temi della nutrizione sostenibile e della lotta agli sprechi, ha voluto formare i cittadini con un approccio divulgativo ma basato su informazioni e studi scientifici oggettivi".

Il progetto è stato svolto a livello sperimentale in Puglia e ha dato ottimi risultati "tant'è che oggi vogliamo lanciare una call to action - ha continuato Fontana - per portare il progetto nel 2024 su scala nazionale con una rete di stakeholders che vada dalle imprese di produzione, alle catene commerciali, dalle università e centri di ricerca alle ong e alle istituzioni. Questo per dare sia un supporto in termini di visione a tutto tondo del concetto di sostenibilità che anche per dare una visione pratica e concreta ed evitare fake news o mala informazione che hanno caratterizzato anche la penalizzazione di diverse filiere alimentari per esempio quella dell'olio di palma sostenibile".