

A Roma il Summit su sostenibilità e innovazione

Maggio 16, 2024 · Redazione



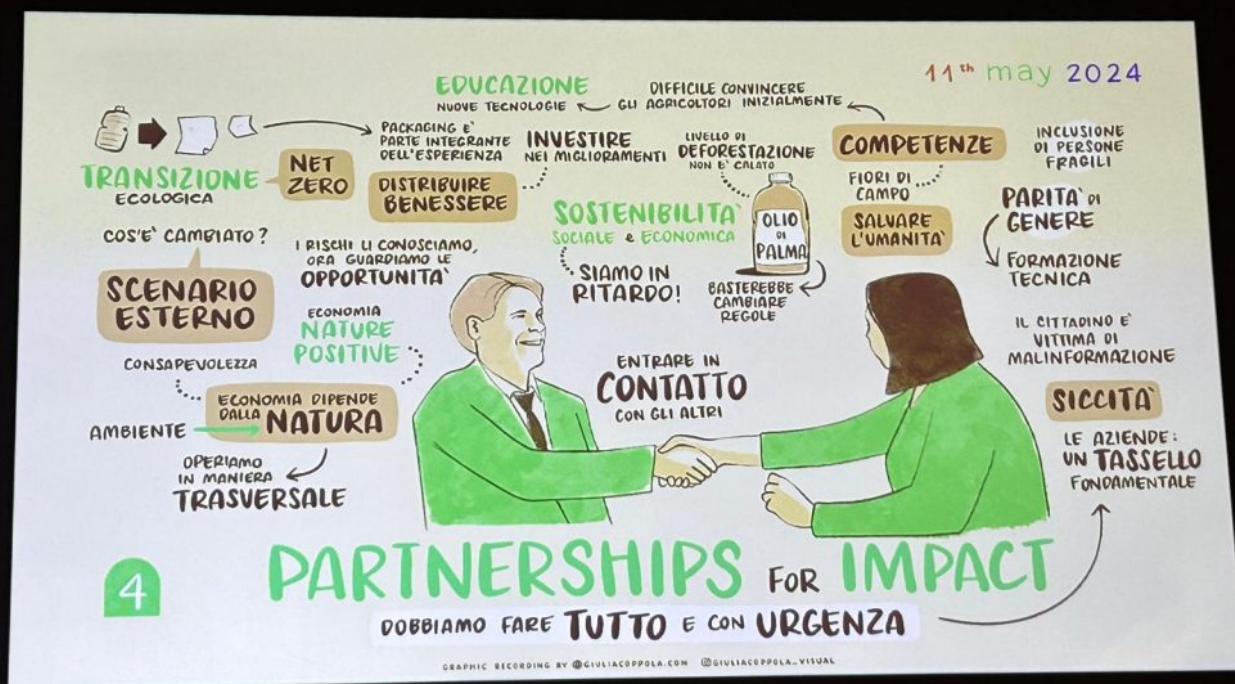
“Dobbiamo fare tutto e con urgenza”

Eva alessi, Head of Sustainability wwf italia

Questo il messaggio dell'European innovation for sustainability summit ospitato dall'European Institute of Innovation for Sustainability (EiIS) con sede a Palazzo Orsini Taverna (Roma) in collaborazione con l'International Fund for Agricultural Development (IFAD) delle Nazioni unite e con il supporto istituzionale del Parlamento Europeo. Scopo dell'iniziativa, giunta ormai alla sua terza edizione, è aggiornare sullo stato dell'arte del

cammino verso la sostenibilità a tutti i livelli e fornire spunti su ciò che si può fare ancora per incrementarla.

E si può (e si deve) fare ancora tanto. Il tema centrale di questa edizione ha riguardato la connessione tra clima, salute e alimentazione. «È importante formare i consumatori che non solo comprendono l'importanza della sostenibilità e dell'economia circolare, ma attuano anche un cambiamento concreto e sono consapevoli l'importanza di cambiare il proprio stile di vita» ha spiegato Massimiliano Di Domenico, vicepresidente Corporate & Government Affairs for Europe, Mondelēz International. I relatori hanno puntato molto sul valore della creatività nel fornire soluzioni *climate-friendly*, dell'*open source* e della collaborazione anche tra organismi diversi, ma che insieme possono fare tanto. «C'è consenso sul fatto che il sistema è così avanti che serve un'economia *nature positive*, non solo si devono fermare le proprie azioni, ma bisogna anche invertirle – ha detto Eva Alessi, Head of Sustainability di WWF Italia – Ci sono grandi aspettative da parte della scienza, della politica, delle istituzioni e della società civile nei confronti delle aziende e vanno ottemperate. Oggi tutti sappiamo i rischi e cosa succede con un modello *business as usual*, è ora di guardare le opportunità che sono tante e belle. Dobbiamo fare tutto e con urgenza».



EIIS

in partnership with

IFAD

Building to rural success

European Parliament

EIIS in numeri

Al Summit hanno partecipato docenti, imprenditori e associazioni provenienti da tutto il mondo: si parla di circa **80 relatori internazionali**. Tra questi Alvaro Lario (presidente di IFAD), Gelsomina Vigliotti (vicepresidente della Banca Europea per gli Investimenti), Jeffrey Sachs (Columbia University). Hanno partecipato però anche volti noti della televisione italiana come lo chef Bruno Barbieri e l'attore Alan Cappelli Goetz, EU Climate Pact Ambassador. L'evento ha registrato **oltre tremila visitatori**, tra cui ricercatori, studenti, appassionati. È stata **forte la presenza dei giovani**. Infatti, all'evento sono stati invitati tutti gli alunni dell'EIIS – circa quattromila provenienti da 102 Paesi. L'European innovation for sustainability award è andato al ragù vegetale di Mutti, considerato il prodotto più sostenibile tra le 20 proposte. Il premio è stato consegnato da Carlo Alberto Pratesi e Andrea Geremicca, rispettivamente, presidente e direttore generale di EIIS.

L'unione fa la forza

I relatori hanno puntato molto sul “fare rete” anche tra organismi diversi, ma che insieme possono fare tanto. Un caso che fa scuola è Rainforest Alliance, che riunisce comunità agricole e forestali, aziende, governi, società civile, individui e certifica – il marchio caratteristico con la rana verde – oltre 50mila prodotti come sostenibili. «Quando nel 1987 abbiamo fondato la *Rainforest Alliance* come piccola organizzazione, eravamo senza esperienza, soldi o contatti – ha spiegato Daniel Katz, presidente dell’associazione – Avevamo solo una grande passione per fare la differenza». E oggi, a distanza di quasi 40 anni, l’associazione è presente in circa 60 Paesi e conta più di 700 lavoratori, con un budget annuale di oltre 110 milioni di dollari.



«La cosa più bella che si possa fare è creare consapevolezza e dare voce ad animali e piante che voce non hanno. Credo che sia immorale far morire altre specie a causa del nostro progresso – ha continuato Katz – È fondamentale supportare le comunità e gli agricoltori, soprattutto in Africa e in Kenya che sono maggiormente esposti agli effetti del cambiamento climatico, in quanto può apportare benefici sia ambientali sia umani. Supportando gli

agricoltori possiamo fermare la deforestazione e proteggere la biodiversità da un lato e, dall'altro, migliorare la resilienza delle comunità nei confronti degli eventi estremi».

Cooperazione e immaginazione devono essere i mantra del cambiamento. Secondo Katz agricoltori, aziende, accademici, sognatori, innovatori devono collaborare affinché ci sia un cambiamento concreto di pensiero e d'azione. E bisogna imparare a dirsi "come sto facendo non è il modo giusto, devo cambiare". Ampliare le proprie prospettive e smontare alcune convinzioni errate, come quella sull'olio di palma che «oggi costituisce il 30% della produzione mondiale, sfruttando il 10% dei terreni. Gli altri oli utilizzano da 5 a 7 volte di più terreno – ha spiegato Mauro Fontana, presidente di Unione Olio di Palma Sostenibile – Tuttavia, l'eccessivo sfruttamento dei terreni in Paesi come Indonesia e Malesia ha generato un alto tasso di deforestazione tra il 2008 e il 2016, i cui livelli sono tornati normali nel 2017. Ad oggi il tasso di deforestazione legato alla coltivazione dell'olio di palma è del 5% circa».

Ma in questo viaggio, come hanno spiegato altri esperti, conta anche la fiducia nell'innovazione e la rapida adozione delle nuove tecnologie.

Cosa possono fare le nuove tecnologie per la sostenibilità

Transizione digitale ed ecologica devono andare di pari passo. «È necessario aumentare il supporto finanziario e le coperture assicurative per gli agricoltori, apportando innovazioni sul fronte finanziario, ad esempio, attraverso la digitalizzazione – ha dichiarato Jo Puri, Associate Vice-President di IFAD – Come IFAD stiamo investendo in Mozambico per *value chain* e dotazione con agricoltori. In Vietnam, ad esempio, stiamo finanziando l'innovazione per aumentare la produttività con le tecnologie digitali lavorando, quindi, con gli agricoltori».

La centralità dell'Intelligenza Artificiale

L'Intelligenza Artificiale è la tecnologia di elezione per trainare questo cambio di rotta. Si pensi solo all'impatto dei modelli predittivi e all'aiuto concreto che possono fornire agli agricoltori per proteggersi dagli effetti dei cambiamenti climatici. Questi strumenti sono capaci di analizzare grandi quantità di dati, anche di varia natura, con una precisione impensabile fino a qualche anno fa. Grazie all'AI abbiamo una *data collection* molto più rappresentativa di una popolazione che altrimenti sarebbe semplicemente una raccolta di dati grezzi.



E lo abbiamo visto soprattutto con il Covid, come ha spiegato Flaminia Catteruccia, professoressa della T.H. Chan School of Public Health di Harvard e membro della National Academy of Sciences (Nas). Entro la fine del 2024 Catteruccia e il suo team avvieranno un progetto innovativo in Etiopia e altri Paesi, della durata di 3 anni, per combattere la diffusione della malaria, una delle malattie più comuni e letali per l'uomo, anche perché le zanzare sono ormai divenute resistenti alla maggior parte degli insetticidi. «Abbiamo trovato composti farmacologici molto efficaci che si possono usare sulle zanzariere e ottenuto finanziamenti per fare progetti in diversi Paesi africani – ha raccontato nel corso del Summit – Stiamo cercando di trovare soluzioni sostenibili per bloccare la trasmissione della malaria che non dipendano dagli insetticidi e abbiano un impatto ambientale minimo. Vogliamo colpire il parassita responsabile della malattia, invece di uccidere la zanzara. Sarà il momento giusto per capire, anche attraverso i modelli matematici, se questa strategia può funzionare».

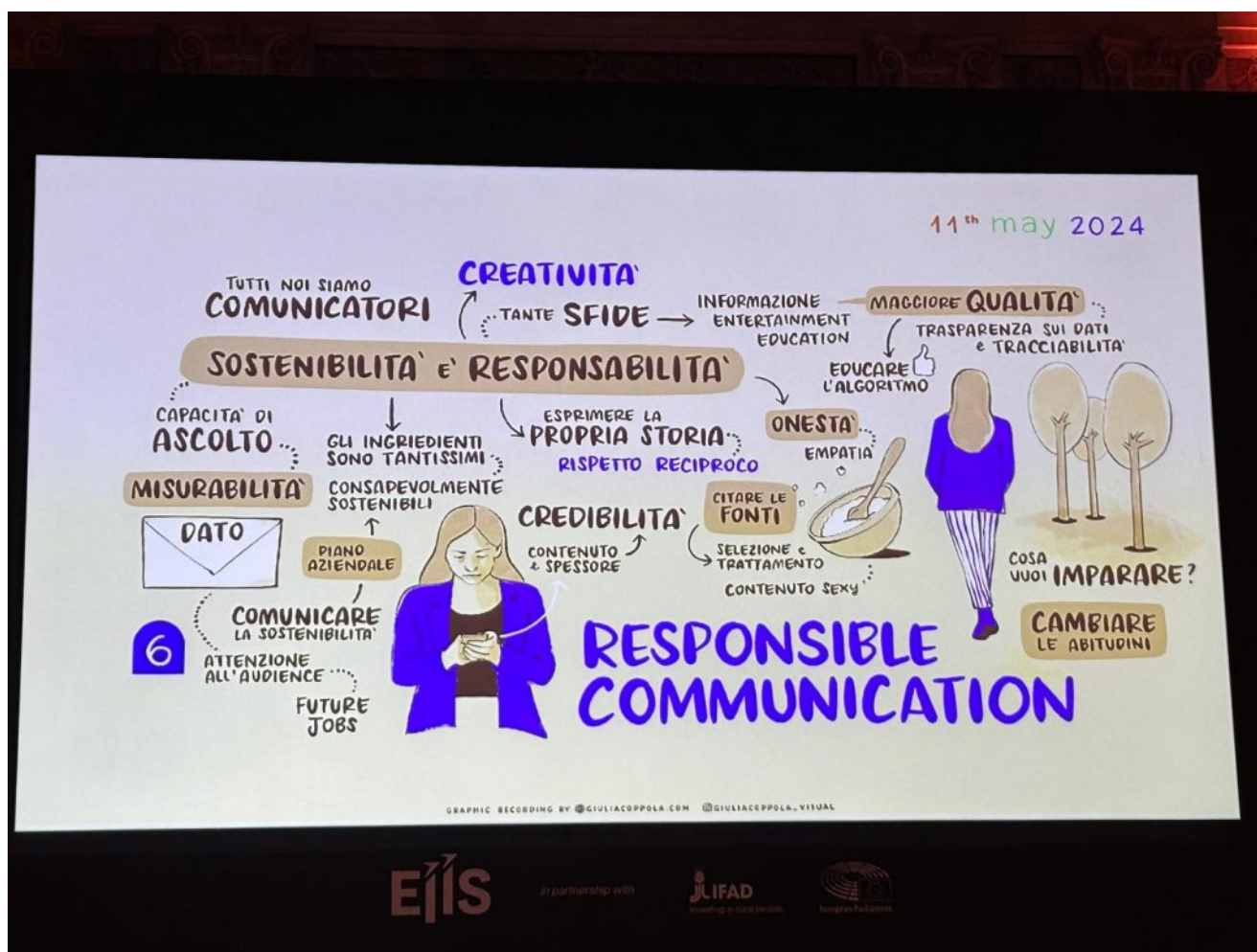
I principi su cui dovrà basarsi l'adozione dell'AI dovranno essere «inclusività e accountability, protezione e sicurezza, salvezza e affidabilità, trasparenza, responsabilità nei confronti di ambiente e società – ha spiegato Stephanie King-chung Hung, Chief Information Officer, Director General of Innovation, Digital and Technology, Asian Development Bank (ADB) – Ma prima di tutto è necessario un cambio di mentalità e la connessione di una grande varietà di dati appartenenti a diversi enti e, quindi, l'interoperabilità dei sistemi. Lo ha già fatto l' European Space Agency, ad esempio, per le previsioni meteo. Poi bisogna sviluppare un AI model che si basa su tre aspetti: open data, open AI e open software. Oltre alla digitalizzazione, sarà necessaria anche una *cyber education* creando, ad esempio, una *knowledge platform*».

L'IA è uno strumento di democratizzazione. Si pensi ai modelli ChatGPT che permettono di comunicare con gli agricoltori con i loro linguaggi locali e originali, oltre a insegnare loro come produrre meglio e in modo più sostenibile. Resta però il delicato equilibrio tra *open source* e *privacy* e riservatezza dei dati.

Il ruolo della comunicazione

Infine, una transizione completa verso un mondo più *nature-friendly* non può non passare attraverso una rivisitazione delle teorie e delle tecniche di comunicazione. La ricetta dovrà basarsi su tre ingredienti fondamentali: autenticità, capacità di ascolto e misurabilità. Alcuni degli aspetti principali emersi dal panel incentrato sul ruolo della comunicazione sono l'abitudine sempre più diffusa di *non* citare le fonti e la presenza di un forte *bias* di ascolto. Bisogna invertire questa tendenza, convertendolo in capacità di ascolto, e trasformare il dato grezzo in informazione e strumento di comunicazione allo stesso tempo, trasferendo un messaggio che viene compreso e fatto proprio dal pubblico. «È fondamentale distinguere tra comunicazione e informazione – ha precisato Matteo Ward, CEO di Wråd – La comunicazione deve essere anche sexy, perché non è una semplice trasmissione di informazione da un mittente a un ricevente. Nei contenuti c'è bisogno sia di verificabilità sia di *sex appeal*».

«I manager devono essere responsabilizzati anche in termini di Kpi di sostenibilità, mentre chi comunica deve rendere verificabile ciò che dice, perché è questo a determinarne l'autorevolezza – ha precisato Luca Torchia, direttore della comunicazione di Ferrovie dello Stato – Nella comunicazione della sostenibilità sono poi cruciali la consapevolezza e la credibilità».



Affinché ciò sia possibile, come ha spiegato anche il social media strategist Luca La Mesa, bisogna limitare i contenuti *clickbait* (contenuti generati per attirare click) e le dinamiche di polarizzazione, che alimentano il conflitto e non restituiscono niente all'utente. «Il problema è che al crescere della qualità, si riduce il traffico al sito - ha spiegato - I social media, in fondo, non sono troppo democratici. Danno più peso a contenuti frivoli, che hanno molto *hype*, piuttosto che a contenuti validi. Ancora più grave è che si sta perdendo l'abitudine di citare la fonte».

Un aspetto importantissimo in un'era in cui **ogni giorno vengono creati quasi 328,77 milioni di terabyte di dati** e dove solo su Google - che rappresenta **il 91,54% del mercato globale dei motori di ricerca** - vengono effettuate, in media, **5,9 milioni di ricerche al minuto**. Stiamo parlando di circa **8,5 miliardi di ricerche al giorno** e **3,1 trilioni di ricerche all'anno**!

Non a caso, durante la pandemia da Covid-19, è circolata una quantità eccessiva di informazioni - tanto che si è parlato di **infodemia** - spesso diffuse in **pre-print** e non

sempre verificate, che hanno generato grande confusione nella popolazione. «Rendere l'informazione sostenibile lavorando non solo sulla quantità, ma anche sulla qualità – ha raccontato Francesco Giorgino, Direttore della Direzione Ufficio Studi Rai – In passato più informazione significava più democrazia, oggi invece la democrazia dovrebbe essere legata soprattutto alla qualità dell'informazione. Bisogna sensibilizzare il pubblico rispetto alla capacità di discernere i contenuti. Le fonti sono segrete, ma chiunque dovrebbe conoscere un minimo i processi di **news making**, come selezione e gerarchizzazione. E poi bisogna usare di più i dati, che aiutano le persone a conoscere un argomento nella maniera più dettagliata possibile.»

Conclusioni

I giovani, con il loro sguardo positivo verso il futuro e la loro sensibilità, si pongono come i principali promotori del cambiamento. «Cambiare i loro comportamenti oggi determinerà i comportamenti dei futuri adulti e quindi degli stili di vita di domani» ha spiegato Catteruccia. In questo percorso verso la sostenibilità il coinvolgimento delle aziende è cruciale, in quanto parte integrante della crescita economica e sociale di ciascun paese. Numerose realtà hanno partecipato attivamente al Summit, raccontando le loro iniziative a favore della sostenibilità. Elementi che possiamo riassumere con le parole di Torchia: «la sostenibilità dovrebbe essere inclusa implicitamente nel piano industriale di un'azienda. Deve diventare come, ad esempio, il controllo di gestione e solo quando non se ne parlerà più potremmo dire di aver realizzato la transizione».

Articolo a cura di Alessandra Romano

Fonte: <https://www.ruralhack.org/a-roma-il-summit-su-sostenibilita-e-innovazione/>