

RACCOMANDAZIONI PER LA POLITICA ALIMENTARE SVIZZERA



ASSEMBLEA DEI CITTADINI
PER LA POLITICA ALIMENTARE

*Mi piace perché è
interessante coinvolgere i
propri cittadini e sentire l'opinione
anche di qualcuno che non è né una
persona politica né più grande di noi.
È bello sentire anche altre parole
più piccole.*

MILENA,
42 ANNI

INDICE

ASSEMBLEA DEI CITTADINI PER LA POLITICA ALIMENTARE	4
COS'È UN'ASSEMBLEA DEI CITTADINI?	4
PROCESSO DELL'ASSEMBLEA DEI CITTADINI	5
ESCURSIONI DIDATTICHE	7
PARTECIPANTI ALL'ASSEMBLEA DEI CITTADINI	7
GLI ARGOMENTI DELL'ASSEMBLEA DEI CITTADINI	10
LE RACCOMANDAZIONI DELL'ASSEMBLEA DEI CITTADINI	14
Informazioni per i consumatori	16
Riduzione del consumo di zucchero	17
Promuovere un'alimentazione sana tramite la fondazione alimentare	18
Promozione di un'alimentazione sana attraverso la cassa malattia	18
Agricoltura appropriata al sito e promozione della biodiversità	19
Promuovere l'agricoltura sostenibile attraverso incentivi finanziari	20
Ridurre il Food Waste	21
Promuovere un'alimentazione equilibrata, più alimenti di origine vegetale	22
Promuovere i prodotti stagionali, adatti alle condizioni locali e regionali	23
Remunerazione giusta dei produttori	24
Ruolo dei grandi gruppi	25
Educazione e sensibilizzazione del pubblico	26
Comprendere il comportamento alimentare e agire in modo mirato	27
Promuovere alimenti sani e sostenibili* attraverso politiche di prezzo, incentivi finanziari	28
Pubblicità e marketing	30
Etica	31
DOVE SI COLLOCANO LE RACCOMANDAZIONI – UNA PANORAMICA	34
Leva 1: Migliorare la situazione sociale ed economica degli/delle agricoltori/-trici	34
Leva 2: Allineare la pratica agricola alla sostenibilità	34
Leva 3: Allineare la formazione, la consulenza e la ricerca alla sostenibilità	34
Leva 4: Sensibilizzazione alla salute e alla sostenibilità nel sistema alimentare	35
Leva 5: Promuovere la commercializzazione di prodotti sani e sostenibili	35
Leva 6: Allineare la trasformazione e il commercio alla salute e alla sostenibilità	35
Leva 7: Allineare gli strumenti politici in modo completo alla sostenibilità	35
Leva 8: Promuovere la realtà dei costi	35
Leva 9: Allineare i pagamenti diretti alla sostenibilità	35
STAKEHOLDER	37
COMITATO SCIENTIFICO	37
RICERCA RELATIVA AL PROGETTO	37
FINANZIAMENTO	37
RINGRAZIAMENTI	39
COLOPHON	42

ASSEMBLEA DEI CITTADINI PER LA POLITICA ALIMENTARE

La Svizzera, insieme ai 193 Stati membri dell'ONU, ha sottoscritto l'Agenda 2030 e si è impegnata a raggiungere i 17 obiettivi per uno sviluppo sostenibile. Nel giugno 2021 il Consiglio federale ha adottato la Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030, che definisce la trasformazione dei sistemi alimentari come una delle vie fondamentali verso un futuro sostenibile. Ha inoltre annunciato che, per attuare la strategia, intende a sviluppare attraverso il dialogo proposte di soluzioni olistiche. Tre organizzazioni hanno dato seguito a questo intento: Agriculture du Futur (Agricoltura del Futuro), Réseau de solutions pour le développement durable (SDSN Suisse) (Rete svizzera di soluzioni per lo sviluppo sostenibile) e la fondazione Biovision. Pertanto nel quadro del progetto «Avenir Alimentaire Suisse» (Futuro Alimentare Svizzera) è stata organizzata la prima Assemblea dei cittadini per la politica alimentare, che L'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG), l'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria (USAV) nonché l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM) hanno accompagnato e sostenuto finanziariamente. In linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030, l'Assemblea dei cittadini ha affrontato la seguente domanda guida: «Come dovrebbe essere una politica alimentare per la Svizzera che renda disponibili a tutti, entro il 2030, alimenti sani, sostenibili, rispettosi degli animali e prodotti in modo equo?»

All'inizio di novembre 2022, dopo poco meno di sei mesi di lavoro, è stata formulata una risposta a questa domanda sotto forma di 126 raccomandazioni approvate dall'Assemblea dei cittadini. Queste ultime comprendono misure rilevanti in diversi ambiti, come l'informazione dei consumatori, le modifiche alla politica dei prezzi, la vendita al dettaglio, la trasparenza dei costi per i diversi metodi di produzione oppure una maggiore promozione dell'agricoltura sostenibile. Le raccomandazioni saranno ufficialmente consegnate alla politica nel quadro del Vertice sul sistema alimentare che si terrà il 2 febbraio 2023 a Berna.

COS'È UN'ASSEMBLEA DEI CITTADINI?

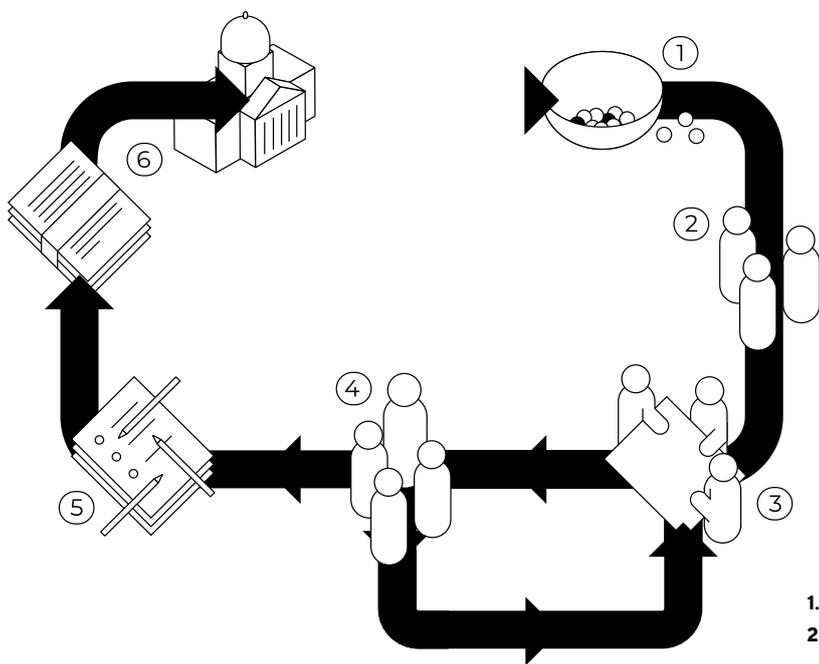
I processi deliberativi quali le assemblee dei cittadini si basano sulle raccomandazioni dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) e intendono contribuire a coinvolgere i cittadini e a trovare soluzioni per problemi complessi sostenute dalla società. In discussioni equilibrate e moderate in modo professionale vengono ascoltate allo stesso modo tutte le opinioni così si elaborano soluzioni basate sul consenso. Il maggiore potenziale risiede nel fatto che un gruppo quanto più rappresentativo possibile composto da persone molto diverse individui soluzioni ampiamente condivise. Nel caso dell'Assemblea dei cittadini per una politica alimentare sono stati scelti casualmente 80 partecipanti tra la popolazione. Così persone provenienti da tutta la Svizzera, con esperienze di vita e opinioni differenti si sono riunite per occuparsi della questione in merito a come deve essere la politica alimentare sostenibile in Svizzera nel 2030.

PROCESSO DELL'ASSEMBLEA DEI CITTADINI PER LA POLITICA ALIMENTARE

Un elemento centrale dell'Assemblea dei cittadini è stato il processo di formazione delle opinioni. Tra giugno e novembre 2022 i partecipanti si sono incontrati a Olten, Losanna e Zurigo nonché in occasione di riunioni online. Hanno ricevuto informazioni da parte di ricercatori/-trici esperti/e di spicco e hanno anche avuto modo di visitare progetti in tutta la Svizzera in occasione delle escursioni didattiche. Nell'ambito di discussioni moderate in modo professionale si sono confrontati gli uni con gli altri, hanno soppesato vari punti di vista e hanno formulato proposte.

Alla fine del processo l'Assemblea dei cittadini ha votato in merito alle raccomandazioni elaborate congiuntamente. Le organizzazioni promotrici non sono state coinvolte direttamente nello svolgimento del processo e sul piano dei contenuti non hanno inciso sul formarsi dei pareri e sulle raccomandazioni. Per garantire uno svolgimento indipendente del processo, Collaboratio Helvetica, un'organizzazione indipendente, è stata incaricata degli aspetti pratici del processo. Su incarico delle organizzazioni promotrici, si è occupata di elaborare la progettazione del processo, di tutti gli aspetti logistici come anche della pianificazione e della moderazione neutrale degli eventi.

IL PROCESSO IN SEI FASI



1. Sorteggio dei partecipanti.
2. Un gruppo il più possibile rappresentativo della popolazione domiciliata in Svizzera forma l'Assemblea dei cittadini.
3. In occasione di 11 incontri i cittadini discutono tra loro e tengono scambi regolari con gli esperti.
4. I/le cittadini/-e elaborano raccomandazioni comuni per una futura politica alimentare.
5. In occasione di una votazione i/le cittadini/-e decidono le raccomandazioni definitive.
6. Le raccomandazioni sono consegnate alla politica, all'amministrazione e alla catena del valore.



ESCURSIONI DIDATTICHE

Durante l'estate 2022 l'Assemblea dei cittadini per la politica alimentare ha intrapreso delle escursioni didattiche al fine di approfondire ulteriormente la diversità del sistema alimentare svizzero. In questa occasione i membri dell'Assemblea dei cittadini hanno visitato in tutta la Svizzera esempi pratici adatti ad affrontare il futuro e coronati da successo. Attraverso lo scambio personale con i vari responsabili di progetto, i partecipanti hanno appreso in prima persona quali sono le opportunità e gli ostacoli lungo il cammino verso un sistema alimentare sostenibile.

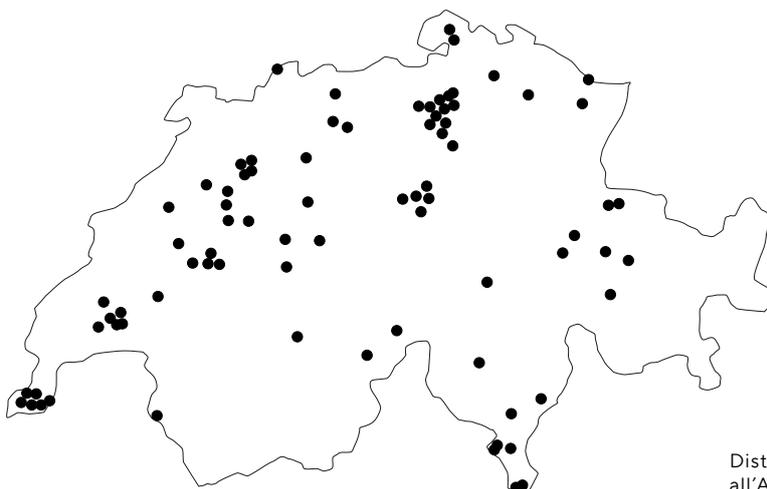
LE ESCURSIONI DIDATTICHE HANNO PREVISTO VISITE AI SEGUENTI PROGETTI

Sabato 2 luglio 2022	Farngut, Grossaffoltern BE
Sabato 9 luglio 2022	Bergsolawi Surselva, Sumvitg GR
Sabato 23 luglio 2022	Chirsgartehof, Ettingen BL
Sabato 6 agosto 2022	Grüner Engel, Speicherschwendi AG Restaurant Werkhof, Liebefeld BE
Sabato 13 agosto 2022	Hazelburger, Zürich ZH Tigusto, Lortobio; Cugnasco-Gerra, Sant'Antonino TI
Sabato 20 agosto 2022	Umami, Zürich ZH
Sabato 27 agosto 2022	Arbothévoz, Russy FR Ferme des Vergers, La Fève, Meyrin GE

PARTECIPANTI ALL'ASSEMBLEA DEI CITTADINI

Per l'Assemblea dei cittadini l'istituto di sondaggi Demoscope ha selezionato 80 partecipanti tra la popolazione domiciliata in Svizzera. Provenivano dalle zone più disparate della Svizzera e da diversi tipi di insediamenti (città, agglomerato, campagna).

Il gruppo era composto nel modo più rappresentativo possibile della popolazione domiciliata in Svizzera in termini di età, sesso e lingua. L'età dei partecipanti era compresa tra i 20 e i 79 anni. Essi rappresentavano tutti i partiti politici, con la partecipazione anche di persone politicamente disinteressate provenienti da diversi contesti educativi e professionali.



Distribuzione geografica dei partecipanti all'Assemblea dei cittadini per la politica alimentare

*Jeu vivel en in territori
muntagnard ed igl ei interes-
sant per mei da vegnir en contact
cun la glied dils marcaus ed udir lur
meini d'els. Jeu sun spanegiaus tgei che
nus contonschein communablamein
en nossas gruppas da lavur en quei
gremi dil cumin da burgheis.*

*«Vivo nella zona montana e per me è
interessante entrare in contatto con
le persone delle città e sentire le loro
opinioni. Sono entusiasta di vedere
cosa riusciremo a fare insieme».*

CLEMENS,
58 ANNI



20

19

GLI ARGOMENTI DELL'ASSEMBLEA DEI CITTADINI

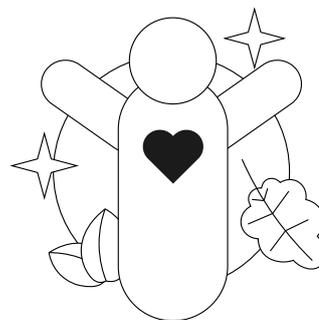
La domanda principale dell'Assemblea dei cittadini è:

Come dovrebbe essere una politica alimentare per la Svizzera che renda disponibili a tutti, entro il 2030, alimenti sani, sostenibili, rispettosi degli animali e prodotti in modo equo?

Sulla base di questa domanda guida, sono state selezionate cinque aree tematiche che riflettono le sfide dei sistemi alimentari: Salute, Ambiente, Sociale, Economia, Produzione. Ad ogni area tematica sono stati assegnati due piccoli gruppi, per permettere ai partecipanti di affrontare in modo più approfondito la rispettiva area e per costituire un punto di partenza per le discussioni. Poiché c'è una forte sovrapposizione di contenuti tra i cinque aree tematiche, nel corso del processo si è lavorato sempre più spesso tra i gruppi per identificare le connessioni nelle discussioni e per consentire lo scambio tra tutti i partecipanti. In questo modo, persone di gruppi diversi hanno lavorato insieme alle raccomandazioni e hanno contribuito con i loro punti di vista.

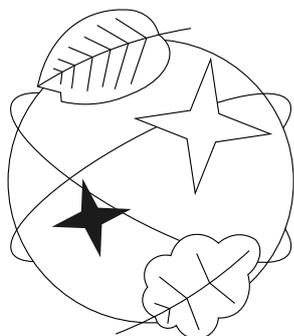
SALUTE

Sebbene ci sia cibo a sufficienza, molte persone in Svizzera soffrono di malnutrizione o sottanutrizione. Analogamente, la percentuale di persone in sovrappeso in Svizzera è aumentata costantemente negli ultimi decenni. Il motivo è da ricercarsi in diete unilaterali o malsane. Il nostro comportamento alimentare è soggetto a diversi fattori di influenza, che sono in gran parte determinati, tra l'altro, dal nostro sistema alimentare. Questo ha quindi un'influenza diretta sulla salute della popolazione.



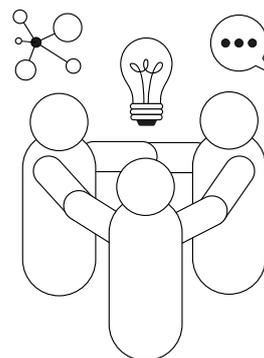
AMBIENTE

Il nostro sistema alimentare influenza fortemente l'ambiente. Secondo l'Ufficio federale di statistica, il 35,9% del territorio svizzero è utilizzato per la produzione di alimenti agricoli. Le crisi globali come il cambiamento climatico e l'estinzione delle specie possono essere superate solo se il sistema alimentare viene incluso e considerato nel suo complesso. Ciò è tanto più vero in quanto la stessa produzione alimentare sta lottando con le conseguenze della crisi climatica (periodi di caldo e siccità, aumento di eventi meteorologici estremi) e della diminuzione della biodiversità, e la sicurezza alimentare a lungo termine è a rischio.



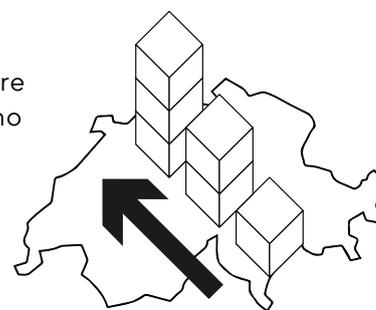
SOCIALE

Gli aspetti sociali del sistema alimentare sono molteplici. Molte persone, così come piccole e grandi aziende, sono coinvolte nella produzione di cibo dal campo al piatto, e queste aziende sono collegate tra loro attraverso una rete di relazioni commerciali. Pertanto, i prezzi al supermercato sono legati ai salari dei/delle produttori/-trici e dei/delle lavoratori/-trici, nonché alle condizioni di lavoro, commercio e produzione. Ma anche l'educazione, i diritti e la protezione sociale fanno parte degli aspetti sociali del nostro sistema alimentare. Secondo quali principi etici e sociali dovrebbe essere concepito questo sistema per garantire una produzione alimentare equa secondo la domanda guida?



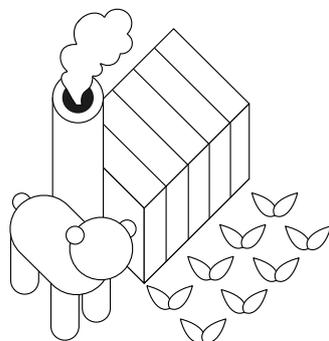
ECONOMIA

Dalla distribuzione degli input agricoli, come fertilizzanti e sementi, alla lavorazione degli alimenti e al commercio al dettaglio, le strutture economiche e le aziende nazionali e internazionali che vi partecipano plasmano il nostro sistema alimentare ovunque. Attraverso il commercio internazionale, il nostro sistema alimentare è collegato ad altre parti del mondo. Le condizioni economiche sono stabilite da dazi doganali, imposte e tasse. Possono creare incentivi o ostacoli al commercio di determinati alimenti e mezzi di produzione. Cosa significa, in termini economici, una politica alimentare che renda disponibili a tutti alimenti sani, sostenibili, rispettosi degli animali e prodotti in modo equo?



PRODUZIONE

La produzione alimentare deve affrontare sfide importanti: È necessario ridurre le emissioni di gas a effetto serra e l'uso di fertilizzanti, per nutrire la popolazione mondiale e, allo stesso tempo, per far fronte alle conseguenze della crisi climatica (periodi sempre più lunghi di caldo e siccità, aumento dei fenomeni meteorologici estremi). Quali sistemi agricoli soddisfano tutte queste condizioni? E come si differenziano a seconda del luogo?









LE RACCOMANDAZIONI DELL'ASSEMBLEA DEI CITTADINI PER LA POLITICA ALIMENTARE

In totale, i/le cittadini/-e hanno elaborato 137 raccomandazioni, di cui 126 hanno ottenuto la maggioranza nelle votazioni del plenum dell'Assemblea dei cittadini. Per la politica, l'amministrazione e gli attori del sistema alimentare, le 126 raccomandazioni mostrano quali misure sono approvate da una sezione trasversale informata della popolazione. Vanno intesi come suggerimenti orientati al bene comune e che portano nei dibattiti nuovi impulsi dal centro della società. Costituiscono quindi una valida base di discussione per lo sviluppo di una politica alimentare capace di ottenere il sostegno della maggioranza.

I/le cittadini/-e che vi hanno partecipato sono stati/-e liberi/-e di decidere quali aspetti tematici volevano approfondire, nonché la forma e il numero di raccomandazioni. Di conseguenza, e grazie al continuo scambio tra i gruppi, le raccomandazioni non sono organizzate secondo i cinque aree tematiche originarie - salute, ambiente, sociale, economia, produzione - ma sono orientate verso i punti focali e gli obiettivi definiti dai partecipanti. Di seguito sono riportate tutte le raccomandazioni dell'Assemblea dei cittadini con i rispettivi risultati di voto, nonché i ragionamenti e le spiegazioni.

Inoltre, le raccomandazioni possono essere assegnate a nove leve che vengono applicate in diversi punti del sistema alimentare. Una panoramica di queste nove leve e dell'assegnazione delle raccomandazioni è riportata a pagina 34-35.

INFORMAZIONI PER I CONSUMATORI

Informazioni leggibili, veritieri e trasparenti per le consumatrici e i consumatori

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
Rendere le informazioni sulle etichette più leggibili e accessibili	<p>1. Il contenuto delle informazioni (etichette) deve essere sottoposto a una regolamentazione grafica per garantire la leggibilità da parte di tutti e una idonea, attendibile e proporzionata importanza dev'essere attribuita ai contenuti (rispetto alla pubblicità) (vedi anche raccomandazione N.3).</p> <p>Il processo dev'essere sottoposto a revisione continuativa, adattandosi anche all'evoluzione dei prodotti e delle informazioni sui prodotti.</p>	Il legislatore	<p>Il legislatore chiede l'aiuto di un team di esperti per sviluppare uno standard di grafica dell'etichetta sul packaging.</p> <p>Occorre garantire un utilizzo coerente e adeguato dei colori: p.es. verde per la linea Budget; Migros fa pensare all'ecologico - ma è fuorviante.</p>	89.8%	10.2%
Rendere le informazioni più attendibili ed efficaci dal punto di vista della comprensione da parte di tutti - bambini e senior	<p>2. Accesso alle info complete tramite QR (e hotline per chi non ha smartphone) che porta a un sito internet gestito dallo Stato, con l'obbligo di chi immette un prodotto sul mercato, di rilevare tutte le informazioni nello stesso standard, relative agli aspetti nutritivi. La modalità di informazione presenti sull'etichetta dev'essere efficace e accessibile a tutti, vedi esempio del Cile (e altri paesi dell'America Latina), che utilizza dei simboli speciali (quattro «Symbol-Tags»).</p>	Il legislatore	<p>Il legislatore impone delle regole di comunicazione ai produttori e distributori, chiedendo l'aiuto di un team di esperti per sviluppare, in maniera dinamica e attualizzata in base allo sviluppo dei saperi, uno standard</p> <ul style="list-style-type: none"> - di contenuti (ingredienti) messi in un certo ordine, portando attenzione (in modo grafico) ingredienti nocivi - e di tracciabilità dell'origine dei prodotti. 	86.4%	13.6%
	<p>3. Aiutare chi non ha competenze ad acquisire una alfabetizzazione di base e potere anche approfondire e acquisire nuove conoscenze che evolvono nel tempo (le piattaforme e i linguaggi sono aggiornati costantemente).</p>	Il legislatore	<p>Aiutare i più deboli, che non hanno né competenze né senso critico. La creatività del marketing può essere protesa a scopi positivi sociali di promozione di comportamenti salutari.</p> <p>Si vedano p.es. le attuali pubblicità sul risparmio energetico (fotografia termica di una casa dove si vedono le fughe di calore...). Altro esempio: effetti del fumo delle sigarette sui polmoni - pubblicità sociale seppure negativa.</p>	74.6%	25.4%
	<p>4. I cittadini possono esprimere il loro parere / fare commenti sui prodotti alimentari in modo democratico su una piattaforma sicura gestita dallo Stato. Tale piattaforma funzionerebbe come «una piazza di mercato» dove i cittadini possono scambiarsi opinioni sui prodotti alimentari.</p>	Il legislatore	<p>Il legislatore chiede l'aiuto di un gruppo di esperti per sviluppare una piattaforma per lo scoring partecipativo.</p>	44.1%	55.9%
	<p>5. Origine dichiarata di tutti i paesi coinvolti nella filiera di produzione e distribuzione dei prodotti e, in caso di animali, risalendo anche ai concimi e al loro nutrimento (p.es. la soia del Brasile sull'imballaggio del filetto di maiale).</p>	Il legislatore	<p>Vedere il ragionamento delle raccomandazioni 2-4.</p>	83.1%	16.9%
Trasformare l'attuale comunicazione di marketing in una informazione sul prodotto veritiera e orientata ai consumatori finali.	<p>6. Definire restrizioni e linee guida nell'utilizzo delle tecniche di marketing e comunicazione nella promozione di prodotti per proteggere i consumatori, in particolare le fasce vulnerabili della popolazione.</p>	Il legislatore	<p>Il legislatore deve definire in ambito marketing generico (spot pub) delle restrizioni e linee guida: deve trasformare il marketing (che crea bisogni) in una comunicazione di vendita che rende chiaro a tutti quali bisogni reali in ambito di alimentazione il prodotto risponde.</p> <p>Il legislatore deve inoltre andare a completare art. 12 e 13 della Legge federale sulle derrate alimentari e gli oggetti d'uso, e abrogare l'art 13.6. «Tali prescrizioni non devono causare alle aziende un sovraccarico amministrativo sproporzionato».</p>	74.6%	25.4%
Ogni prodotto alimentare deve comunicare a quali bisogni nutrizionali effettivi risponde					

RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ZUCCHERO

Riduzione dello zucchero aggiunto

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
Riduzione del 20% degli zuccheri in tutti i prodotti entro il 2035 e per le bibite zuccherate riduzione del 50% (sul prodotto finito)	7. Definire un percorso di riduzione del consumo di zucchero.	Industria alimentare, Associazioni consumatori, Legislatore (Parlamento o amministrazione)	È necessario ridurre il consumo di zucchero che può favorire malattie croniche come il diabete di tipo 2, l'obesità, le patologie cardiocircolatorie, stato infiammatorio del corpo, sindrome metabolica, alcuni tipi di tumori, favorisce accumulo di grasso nel fegato (cirrosi epatica, tumore), invecchiamento della pelle. Lo zucchero è la «droga dolce» che stimola il consumo e provoca comportamenti alimentari sbagliati.	79.7%	20.3%
	8. La riduzione del tenore di zucchero non viene compensata dall'impiego di dolcificanti artificiali.	Industria alimentare	Idem	88.1%	11.9%
	9. Lo zucchero utilizzato per ridurre l'acidità degli alimenti o per la conservazione non deve essere sostituito da dolcificanti artificiali, ma solo da dolcificanti naturali.	Industria alimentare	Idem	81.4%	18.6%
	10. Ai prodotti importati si applicano le stesse regole.	Legislatore (Parlamento o amministrazione)	Idem	86.4%	13.6%
	11. Esistono prodotti che non possono essere sostituiti (miele, sciroppo d'acero) o non del tutto (latte artificiale per neonati). In questi casi il consumo deve essere moderato.	Associazioni consumatori	Idem	55.9%	44.1%
Divieto totale di impiego di zucchero aggiunto nei prodotti in cui non è indispensabile (latte, pane, yogurt, alimenti per l'infanzia, ecc.)	12. Creare l'etichetta «senza zucchero aggiunto» sui prodotti.		Idem	79.7%	20.3%
	13. Far elaborare una legge sul «senza zucchero aggiunto».		Idem	64.4%	35.6%
Riduzione delle coltivazioni di barbabietole da zucchero	14. Riduzione delle coltivazioni di barbabietole da zucchero.		La Svizzera ha un consumo di zucchero di cinque volte superiore a quello raccomandato. Ci si interroga sull'opportunità di coltivare barbabietole come foraggio.	44.1%	55.9%

PROMUOVERE UN'ALIMENTAZIONE SANA TRAMITE LA FONDAZIONE ALIMENTARE

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<p>Accesso ai cibi sani a prezzi scontati</p> <p><i>Lo scopo della Fondazione alimentare è la salute dei suoi membri</i></p>	<p>15. Introduzione di una Fondazione alimentare come organizzazione autonoma con partecipazione facoltativa.</p>	Stato con esperti dell'alimentazione e consumatori	<p>Il pacchetto di base di cibi sani viene composto da esperti. Il pacchetto contiene cibi dei primi tre livelli della piramide alimentare.</p> <p>La Fondazione alimentare consente di accedere a cibi sani, senza che il prezzo sia il fattore decisivo della scelta.</p> <p>Attraverso il pacchetto si promuovono i cibi sani. Ciò consente di avere una produzione più efficiente a costi inferiori e di beneficiare così di sconti sulla quantità.</p> <p>È un vantaggio anche per i produttori che sono sicuri di vendere i loro prodotti. Il pacchetto motiva i consumatori a modificare le proprie abitudini alimentari optando per cibi sani, locali, stagionali, naturali, equi e rispettosi dell'ambiente.</p> <p>Lo Stato elabora una legge per istituire una fondazione alimentare e fornisce il relativo prefinanziamento.</p>	44.1%	55.9%
	<p>16. I cibi di base sani sono finanziati attraverso un premio annuale o mensile e così messi a disposizione della popolazione a prezzi scontati.</p>	Idem	Idem	*	

PROMOZIONE DI UN'ALIMENTAZIONE SANA ATTRAVERSO LA CASSA MALATTIA

Misura volontaria e preventiva che vuole incentivare alimentazione sana vuole ridurre i costi della salute

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<p>Definire un modello che premi un comportamento delle persone che dimostrano di avere una alimentazione sana e più in generale uno stile di vita sano</p>	<p>17. Verifica della fattibilità di un nuovo modello di incentivo delle casse malati, anche rivoluzionario, a favore di consumatori consapevoli.</p>	Stato, casse malattia	<p>Misura volontaria in quanto ogni individuo ha la libertà di mangiare quello che vuole.</p> <p>Il Governo incarica le casse malati di verificare la fattibilità di un nuovo modello unificato, magari anche rivoluzionario, che vada a premiare i consumatori consapevoli, ossia quelle persone che dimostrano (importante l'elemento dimostrativo) di avere una alimentazione sana e più in generale uno stile di vita sano.</p> <p>Le casse malati devono rispondere chiaramente a questa sollecitazione con un sì o no non ci interessa. Le casse malati potrebbero infatti avere delle controproposte da portare avanti.</p> <p>In un primo momento, non siano ancora inclusi associazioni di consumatori e distributori per non avere troppi attori al tavolo che potrebbero, con le loro esigenze, aspettative e restrizioni, bloccare l'iniziativa sul nascere.</p> <p>Le casse malati, davanti a questa richiesta del governo, devono fornire risposte condivise, chiare e veloci.</p>	39%	61%

AGRICOLTURA APPROPRIATA AL SITO E PROMOZIONE DELLA BIODIVERSITÀ

Uso ottimale della superficie agricola considerando aspetti economici, ecologici e sociali, in particolare anche obiettivi legati alle politiche alimentari; minaccia alla biodiversità; costi reali dell'inquinamento ambientale

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Uso adeguato sulla base dell'ubicazione (assegnazione della produzione in base alle zone zone montane, collinari, in pianura)</i>	18. Riduzione progressiva delle coltivazioni di foraggio del 30% delle attuali superfici coltivate entro il 2030 aumentando corrispondentemente la produzione di alimenti di origine vegetale senza tuttavia compensare con importazioni di foraggio.	Politica a livello federale e cantonale, Stato e agricoltura	Produrre meno foraggio ed evitare di importarlo in modo che occorra nutrire un numero inferiore di capi di bestiame. L'effetto leva di una riduzione delle importazioni di foraggio sarebbe notevolmente maggiore rispetto alla produzione in Svizzera e occorrerebbe tenerne conto (in questo contesto ci concentriamo soprattutto sul rispetto del territorio). Questo porta a una maggiore quantità di alimenti vegetali nelle regioni nelle quali è possibile coltivare. Lo Stato deve definire cosa occorre coltivare, giacché i cambiamenti non sono attuati attraverso le misure volontarie.	64.4%	35.6%
	19. La produzione di carne di manzo, di capra e di pecora nonché gli allevamenti di pollame e di suini dovrebbero essere mantenuti in modo conforme alle condizioni locali, ossia nelle zone collinari e montane e in quelle di pianura dove non vi sono alternative (come dove sono presenti le colture di patate, mais, cereali e verdure).	Politica a livello federale e cantonale, statale, agricolo (associazioni e aziende agricole) e dei consumatori	Si mira a ridurre la produzione di polli e suini. Occorrerebbe invece utilizzare i pascoli adeguatamente alle condizioni locali per i bovini, le capre e le pecore, in particolare anche in montagna. Sarebbe bene rinunciare all'allevamento in pianure adatte alla coltivazione. I consumatori dovrebbero contribuire diminuendo i consumi e occorrerebbe sensibilizzarli.	86.4%	13.6%
	20. Gli/Le agricoltori/-trice che desiderano attuare progetti (pilota) che contribuiscono al rispetto delle condizioni locali dovrebbero essere sostenuti in questo intento. Questo vale in particolare se si impegnano per attivamente per l'attuazione o il miglioramento degli standard ma non dispongono di mezzi finanziari. In generale non occorre tuttavia aumentare le sovvenzioni.	Stato	Offrire un aiuto iniziale per convertire i pascoli in campi nonché per altri adeguamenti che contribuiscono a un maggiore rispetto delle condizioni locali. Questo è importante perché l'agricoltura oppure l'orticoltura richiedono molto lavoro oppure necessitano macchinari costosi. In questo contesto le sovvenzioni agricole totali non devono essere aumentate. Una possibile idea sarebbe accrescere le sanzioni per i recidivi che non rispettano le disposizioni statali nell'agricoltura per garantire il finanziamento dei progetti (pilota).	88.1%	11.9%
<i>Proteggere gli animali, le piante, ecc. facenti parte dell'elenco di specie minacciate di estinzione</i>	21. Convertire le superfici improduttive (indicate nella banca dati) nelle superfici agricole in superfici per la biodiversità.	UFAG, Agricoltori	La biodiversità diminuisce perché è in parte in competizione per la produzione alimentare. Occorre rafforzarla. Questa raccomandazione, da un lato, permetterebbe agli/alle agricoltori/-trice di ricevere un maggior numero di pagamenti diretti. Inoltre in questo modo si protegge la fauna e la flora perché le superfici devono essere curate conformemente alle prescrizioni statali.	76.3%	23.7%
	22. Sensibilizzare i consumatori e i produttori in merito alla fragilità dell'ecosistema e proporre soluzioni a basso impatto per la tutela della biodiversità.	Scuole, dipartimenti dell'istruzione, alte scuole pedagogiche, pubblicità, consumatori e produttori	Questa raccomandazione illustra in modo semplice cosa porta all'estinzione delle specie e come agire per prevenirla. È necessario indicare che anche in assenza di disposizioni e indennità, delle soluzioni semplici possono già costituire un notevole contributo per la biodiversità. In questo contesto non dovrebbe intervenire lo Stato perché in questo modo interverrebbero delle disposizioni. Un esempio è il prezzo versato agli/alle agricoltori/-trice per superfici agricole dedicate alla promozione della biodiversità particolarmente adeguate e una settimana di formazione per le scuole.	100%	0%
<i>Riduzione del CO₂ nella produzione alimentare, nonché nella trasformazione e logistica</i>	23. Introdurre un'imposta CO ₂ sugli alimenti ad alta intensità di CO ₂ e utilizzare gli introiti fiscali in modo adeguato.		Bisognerebbe ancora definire per quali generi alimentari occorrerebbe introdurre la tassa (p.es. soltanto zucchero e grasso).	57.6%	42.4%

PROMUOVERE L'AGRICOLTURA SOSTENIBILE ATTRAVERSO INCENTIVI FINANZIARI

Necessità di ottimizzazione dell'agricoltura nella direzione della sostenibilità e adeguamento dei relativi meccanismi di ottimizzazione; Promuovere l'agricoltura sostenibile attraverso incentivi finanziari

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Ulteriore sviluppo delle aziende agricole in materia di sostenibilità</i>	24. Ogni azienda agricola ha bisogno di un piano («modello aziendale») relativo a come migliorare in modo sostenibile la sua produzione e orientato al rispetto delle condizioni locali con un sostegno specializzato (scuole universitarie, comunità scientifica, consulenza indipendente da lobby).	Scuole universitarie, comunità scientifica (consulenza), scuole di agraria, FiBL	È consentito impiegare i fondi pubblici soltanto nell'interesse della salute della popolazione e per la protezione ambientale. Prerequisito per ricevere i pagamenti diretti.	71.2%	28.8%
	25. Promuovere la collaborazione trasversale alle aziende agricole in materia di economia circolare.	Idem	Idem	88.1%	11.9%
	26. I pagamenti diretti e i mezzi statali sono legati a un piano e a obiettivi quantificati. Questi obiettivi riguardano un miglioramento della produzione rispettosa delle condizioni locali e dell'effettiva riduzione: - delle emissioni, - dell'apporto di prodotti dannosi al suolo inclusa il compattamento (valutazione dell'impatto ambientale), - di rifiuti non riciclati a livello regionale e - del consumo energetico (con passaggio alle energie rinnovabili).	Idem	Idem	89.8%	10.2%
<i>Criteri di sostenibilità chiari per i pagamenti diretti e per altri mezzi statali, p.es. pubblicità, promozione dello smercio, ecc.</i>	27. Abolire il vincolo ai terreni dei pagamenti diretti.	Comunità scientifica politica, Amministrazione federale, amministrazione cantonale	Adeguamento dei pagamenti diretti alla situazione attuale (e non al dopoguerra). Maggiore superficie comporta un maggiore sostegno finanziario, indipendentemente da cosa produce un'azienda.	89.8%	10.2%
	28. I pagamenti diretti dovrebbero essere legati alla protezione delle acque, al benessere degli animali, a condizioni di lavoro eque, all'impiego di pesticidi e all'impatto ambientale.			89.8%	10.2%
	29. Controllo completo di tutti i pagamenti in termini di sostenibilità e rispetto delle condizioni del territorio.			84.7%	15.3%
	30. Promozione dei foraggi locali (adatti alle condizioni locali, tragitti brevi).			91.5%	8.5%
	31. Nessun pagamento diretto per la produzione di carne con foraggi concentrati importati.			76.3%	23.7%
<i>Incentivi finanziari per l'agricoltura efficienti, gestibili (pochi, chiari, comprensibili)</i>	32. Sondaggi regolari di chi è sottoposto a leggi / condizioni / ecc. in merito alla comprensibilità e alla misura della proporzionalità dell'onere impiegato per ottenere i pagamenti diretti.	UFAG, agricoltori, rivenditori	Contributo essenziale per aumentare l'efficienza entro il 2030, vedasi i principi.	76.3%	23.7%
	33. Miglioramento / eliminazione di leggi / condizioni / ecc. «peggiori» e «più inefficienti».	UFAG, agricoltori, rivenditori	Idem	69.5%	30.5%

RIDURRE IL FOOD WASTE

Limitare le perdite notevoli di generi alimentari su tutti i livelli in modo da aumentare l'impiego di superfici e risorse da parte dell'agricoltura

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Aumentare l'acquisto di prodotti fuori standard da parte della distribuzione intermedia e della grande distribuzione</i>	34. Comprare frutta e verdura così come la natura li offre (grande, piccola, storta, ecc.), trasformarli e rivenderli.	Commercio all'ingrosso (p.es. Migros, Coop, Prodega) e imprese di trasformazione (p.es. Zweifel Pomy-Chips SA)	Evitare che gli agricoltori (produttori) non possano vendere degli alimenti a causa della loro forma e del loro aspetto. Inoltre i clienti hanno il bisogno di trovare questo genere di prodotti nella vendita al dettaglio.	98.3%	1.7%
	35. Deregolamentazione delle norme (p.es. norme di grandi distributori in merito al diametro delle prugne o alla lunghezza dei cetrioli, alla forma delle carote e delle patate).	UFAG ed eventualmente l'Unione europea (politica agricola comune)	Evitare norme inutili, p.es. in merito alle dimensioni delle prugne come anche i rifiuti di produzione.	96.6%	3.4%
	36. Utilizzare i sottoprodotti (p.es. le cime delle carote come verdure per la zuppa).			96.6%	3.4%
<i>Riduzione della quantità di alimenti gettati via</i>	37. Obbligare i produttori a controllare la ragionevolezza della data di durata minima di conservazione ogni tre anni e prolungarla qualora necessario.	Produttore		93.2%	6.8%
	38. Allentamento delle leggi.		Per esempio, i prodotti sfusi come la carne sul banco vengono spesso gettati dopo un giorno, cosa che dovrebbe essere evitata.	44.1%	55.9%
	39. Introdurre una prescrizione secondo la quale le merci sfuse senza data di scadenza, come p. es. il pane del giorno prima, debbano essere vendute il giorno dopo a un prezzo inferiore.		Questo esiste già su base volontaria (p.es. too-good-to-go, circa il 30% nei supermercati). Non tutte le varietà devono essere ancora disponibili alla fine della giornata (p.es. tutte le varietà di pane).	83.1%	16.9%
<i>Riduzione del numero degli alimenti gettati via dai consumatori finali</i>	40. Gli scarti alimentari della gastronomia dovrebbero poter essere riutilizzati come foraggio per suini.	Gastronomia		71.2%	28.8%
	41. Installare sensori che rendono visibile il deterioramento degli alimenti (p.es. ne cambia il colore) per la carne e il pesce non trasformati.	Produttori	Lo stato del prodotto può essere indicato in modo affidabile (il deterioramento diventa visibile), in questo modo il prodotto può essere consumato più a lungo sotto la propria responsabilità.	33.9%	66.1%
	42. Sensibilizzazione dei consumatori su quando gli alimenti possono essere consumati senza danni alla salute oltre la data minima di conservazione; da questo momento la responsabilità è trasferita dal produttore al consumatore.	Educazione	In merito alla data di scadenza occorre distinguere tra «da consumarsi preferibilmente entro il» e «da consumare entro».	98.3%	1.7%
<i>Le quantità devono essere adeguate alle esigenze sulla base della grandezza dell'economia domestica</i>	43. Promozione della vendita di prodotti sfusi.	Commercio al dettaglio	I consumatori hanno quindi la possibilità di acquistare esattamente la quantità di cui hanno bisogno.	100%	0%
	44. Prezzi giusti per le piccole quantità.	Idem	Le porzioni piccole sono spesso sproporzionatamente più care.	93.3%	6.7%
	45. Promuovere gli imballaggi riutilizzabili.	Idem		98.3%	1.7%

PROMUOVERE UN'ALIMENTAZIONE EQUILIBRATA, PIÙ ALIMENTI DI ORIGINE VEGETALE

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Insegnare un approccio rispettoso al cibo</i>	46. Durante le lezioni di cucina a scuola illustrare i vantaggi degli alimenti di origine vegetale.	Settore pubblico, Comuni, Cantone, scuole	Sensibilizzare sin da bambini in merito al tema dell'alimentazione.	94.9%	5.1%
	47. Comunicare il concetto «Nose to Tail» ai consumatori.	Idem	Se viene usato tutti l'animale, occorre un numero di capi inferiore.	94.9%	5.1%
<i>Incentivare la produzione di alimenti di origine vegetale</i>	48. Coltivare alimenti di origine vegetale sui terreni più indicati a questo fine invece di utilizzarli per coltivare foraggi. Per la qualità del suolo bisognerebbe prendere in considerazione la rotazione delle colture.	Ordinanza dello Stato, attuazione da parte degli agricoltori	Produrre una quantità maggiore di calorie pro capite. Aumentare il livello di autosufficienza.	84.7%	15.3%
<i>Internalizzare costi esterni</i>	49. Includere il consumo di risorse e i costi delle emissioni nei costi di produzione.			83.1%	16.9%
<i>Creare domanda invece di vietare la produzione</i>	50. Sviluppare ulteriormente sostituti della carne coltivati e prodotti in Svizzera.		Prodotto alternativo come ulteriore possibilità per ridurre il consumo di carne.	67.8%	32.2%
<i>Allevamenti rispettosi del benessere degli animali</i>	51. Scelta della razza adeguata al territorio (evitare una selezione eccessiva, promuovere le razze a duplice attitudine).	Intermediari (p.es. Anicom), produttori	Allevamenti etici, animali più sani hanno bisogno di meno medicinali (tornare alla natura).	98.3%	1.7%
<i>Chiudere il ciclo dei materiali in Svizzera</i>	52. Il numero di capi deve essere adeguato alla superficie agricola utile disponibile: ridurre l'UBGF/ha (unità di bestiame grosso fertilizzante per ettaro).	Ordinanza dello Stato, attuazione da parte degli agricoltori	Evitare le eccedenze di concime.	76.3%	23.7%
	53. Riduzione massiccia delle importazioni di concimi minerali.	Idem	Idem	93.2%	6.8%
	54. Creazione di una piattaforma svizzera («Tutti» per l'agricoltura) per offrire letame.	Unione svizzera dei contadini, mano pubblica	In Svizzera vi sono sufficienti concimi di fattoria, che occorre distribuire correttamente.	76.3%	23.7%
	55. Label per la produzione di carne senza importazione di foraggio.			89.8%	10.2%
	56. Premio per la produzione di carne che non prevede l'impiego di foraggi importati.			78.9%	21.1%
	<i>Mantenere imperativamente le superfici destinate alla rotazione delle colture</i>	57. Proteggere con maggiore coerenza le superfici destinate alla rotazione delle colture.	Settore pubblico	Occorre mantenere i terreni agricoli ed evitare di usarli scorrettamente, anche in caso di interessi superiori.	78%
58. Preservare le superfici coltivate.		Idem	Idem	89.8%	10.2%
<i>Nessuna manipolazione genetica a piante o animali</i>	59. Rispettare imperativamente la moratoria sull'ingegneria genetica.	Idem	Pericoli dell'ingegneria genetica come p.es. la diffusione di geni manipolati con il vento. Problema del monopolio e delle attività di lobby del settore agricolo e farmaceutico.	66.1%	33.9%

PROMUOVERE I PRODOTTI STAGIONALI, ADATTI ALLE CONDIZIONI LOCALI E REGIONALI*

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<p><i>I consumatori sono informati in merito alle conseguenze e all'importanza di un'alimentazione locale, adeguata alle condizioni locali e stagionale</i></p> <p><i>Occorrerebbe orientare la domanda verso prodotti regionali, adeguati alle condizioni locali, regionali e stagionali</i></p>	<p>60. Informare i consumatori in merito alle conseguenze e all'importanza di prodotti regionali, adeguati alle condizioni locali e stagionali.</p>	<p>Settore pubblico, consumatori, istituti di formazione, aziende pubblicitarie, media (p.es. riviste, programmi televisivi)</p>	<p>La raccomandazione intende consentire i percorsi di trasporto più brevi possibili e fornire ai consumatori informazioni sufficienti in modo che possano compiere scelte consapevoli.</p> <p>La raccomandazione intende privilegiare i prodotti adeguati alle condizioni locali provenienti dalla regione circostante o dalla Svizzera rispetto a prodotti provenienti dall'estero con percorsi di trasporto lunghi.</p> <p>La raccomandazione mira a rafforzare la consapevolezza dei consumatori in merito all'acquisto di prodotti adeguati alle condizioni locali, regionali e stagionali e a trasmettere conoscenze in merito all'aspetto della stagionalità e regionalità.</p>	<p>100%</p>	<p>0%</p>
<p><i>Occorre informare i produttori affinché siano in grado di produrre prodotti adeguati alle condizioni locali, regionali e stagionali (conoscenze concernenti il territorio)</i></p>	<p>61. Nella formazione di base e in caso di perfezionamenti, porre maggiormente l'accento sui prodotti che rispettano la terra e adeguati alle condizioni locali e promuovere in generale la sensibilizzazione.</p>	<p>Comunità scientifica, agronomi, scuole di agraria</p>	<p>L'accesso a informazioni complete e neutrali è un requisito per raggiungere questo obiettivo.</p>	<p>94.8%</p>	<p>5.2%</p>
	<p>62. Trasmissione delle conoscenze volta alla promozione della crescita senza pesticidi (p.es. insetti utili, ubicazioni adeguate).</p>	<p>Idem</p>	<p>Idem</p>	<p>96.6%</p>	<p>3.4%</p>
	<p>63. Trasmissione delle conoscenze tra e di agricoltori e comunità scientifica (p.es. nuovi prodotti, soluzione di successo, cartine delle condizioni locali).</p>	<p>Idem</p>	<p>Idem</p>	<p>86.2%</p>	<p>13.8%</p>
	<p>64. Collegare e fornire l'accesso a banche dati / piattaforme esistenti e indipendenti con conoscenze sulla produzione appropriata al sito, stagionale e regionale (p.es. varietà appropriate, piante adeguate alle condizioni locali, caratteristiche del suolo, qualità e quantità dell'acqua) gestite da organizzazioni indipendenti e solidali (nessun finanziamento da parte di gruppi di interesse).</p>	<p>Idem</p>	<p>Idem</p>	<p>86.2%</p>	<p>13.8%</p>
<p><i>Produrre prodotti più sostenibili</i></p>	<p>65. Promuovere la coltivazione e il consumo di prodotti sostenibili.</p>	<p>Commercio al dettaglio, multinazionali, agricoltori, consumatori, autorità / legislatore</p>	<p>La definizione di un prodotto sostenibile deve essere unitaria e comprendere tutte le dimensioni (equità, aspetto sociale, salute, finanze, impatto ambientale). Dalla definizione sopraindicata concernente prodotti sostenibili emerge il metodo di produzione o coltivazione.</p>	<p>100%</p>	<p>0%</p>
<p><i>Promozione di (collaudati e nuovi) prodotti regionali e stagionali di dimostrata efficacia</i></p>	<p>66. Occorre promuovere lo sviluppo e la raccolta di esperienze pratiche concernenti nuovi metodi di produzione.</p>	<p>Agricoltori, comunità scientifica (indipendente), banche dei semi (indipendenti)</p>	<p>Forme di p.es. vertical farming.</p> <p>In generale coltivare più legumi e piante adatte alle condizioni locali.</p>	<p>96.6%</p>	<p>3.4%</p>
	<p>67. Distribuzione e accesso a semi adeguati a colture sostenibili e adeguate alle condizioni locali (p.es. accesso a semi protetti da proprietà / brevetto come pure sostegno e tutela di produttori locali di sementi).</p>	<p>Idem</p>	<p>I brevetti non dovrebbero ostacolare la coltivazione di colture sostenibili e adeguate alle condizioni locali e lo sviluppo di colture accettate localmente non dovrebbe essere intralciato.</p>	<p>86%</p>	<p>14%</p>
	<p>68. Sostegno finanziario di piccoli produttori, che desiderano sviluppare / testare a livello locale i nuovi sistemi (pagamenti diretti oppure altro sostegno).</p>	<p>Idem</p>	<p>Idem</p>	<p>91.2%</p>	<p>8.8%</p>
	<p>69. Sostenere la coltivazione di nuovi prodotti più resilienti e di dimostrata efficacia che possono essere coltivati in modo regionale, stagionale e adeguato alle condizioni locali e regionali (p.es. legumi, mango, riso in Ticino).</p>	<p>Idem</p>	<p>Idem</p>	<p>96.6%</p>	<p>3.4%</p>
	<p>70. Evitare la dipendenza da grandi produttori di concimi e sementi (monopolio).</p>	<p>Idem</p>	<p>Idem</p>	<p>90%</p>	<p>10%</p>
	<p>71. Produzione adeguata alle condizioni del terreno. Evitare l'eccessivo sfruttamento del suolo come pure di distruggere le riserve di carbonio nel suolo e nella sua struttura.</p>	<p>Idem</p>	<p>Idem</p>	<p>90%</p>	<p>10%</p>

* Cibo prodotto in modo regionale e sostenibile (la sola regionalità non garantisce la sostenibilità). Regionale può anche significare nazionale, a seconda del prodotto, e regionale / locale può anche significare transfrontaliero.

REMUNERAZIONE GIUSTA DEI PRODUTTORI

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Rafforzamento del potere di mercato dei produttori (aziende agricole, soprattutto quelle più piccole)</i>	72. Rafforzare e sostenere le capacità di gestione aziendale dei produttori.	Agricoltori, centri di istruzione e formazione	Rafforzare la posizione negoziale dei produttori nei confronti degli altri attori del mercato (industria di trasformazione, commercio al dettaglio, ecc.).	98.3%	1.7%
	73. Lo Stato promuove la trasparenza e l'equità nel definire i prezzi di vendita e acquisto nei processi di negoziazione.	Stato (regolamentazione) produttori, commercio al dettaglio e industria di trasformazione	Migliorare l'efficienza del mercato, livellare le condizioni di gioco per tutti gli attori, ripartire i rischi in modo più equo.	83.3%	16.7%
<i>Ridurre / assorbire i rischi di produzione da parte dello Stato</i>	74. Concordare garanzie di acquisto a lungo termine per ridurre i rischi per i produttori.	Commercio al dettaglio / aziende di trasformazione	I produttori devono anche poter guadagnare se p.es. producono patate di brutto aspetto, ciliegie piccole e cetrioli troppo storti; questi devono poter essere venduti e i costi non devono essere scaricati sulle spalle dei produttori. I rischi ambientali, naturali e climatici non devono essere assunti esclusivamente dai produttori.	71.7%	28.3%
	75. Promozione di nuove forme di prodotti agricoli (come p.es. agricoltura solidale, cooperative).	Produttori, Stato	Idem	81.7%	18.3%
<i>Garantire un reddito di sussistenza equo</i>	76. Lo Stato crea le premesse affinché il produttore riceva pagamenti diretti e altri indennizzi che insieme ai ricavi delle vendite gli garantiscono un reddito di sussistenza conformemente alle condizioni geografiche o topografiche.	Stato	Il produttore deve essere in grado di coprire tutte le spese operative (cioè non solo i costi diretti di produzione) con il reddito operativo e di costituire riserve per l'ulteriore sviluppo dell'azienda.	78.3%	21.7%
	77. Le condizioni quadro vincolanti devono garantire che i produttori e i trasformatori possano generare un reddito sicuro sulla base del principio guida «regionale, stagionale e adattato alle condizioni locali», con una pianificazione della produzione mirata e opportunità di commercializzazione che coprano i costi.	Aziende di produzione e lavorazione, dettaglianti e grossisti	Idem	78.3%	21.7%
	78. Lo Stato sostiene le aziende agricole che devono modificare i loro precedenti processi aziendali per ottenere una produzione sostenibile e che non dispongono delle relative risorse proprie.	Stato	Idem	86.7%	13.3%

RUOLO DEI GRANDI GRUPPI*

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Più stagionalità e regionalità dei prodotti</i>	79. Orientare l'offerta verso una maggiore stagionalità (p.es. niente fragole in febbraio).	Grandi distributori	Mettendo in primo piano i prodotti stagionali e locali a prezzi ragionevoli, i consumatori informati potranno meglio orientarsi e scegliere prodotti stagionali e regionali. Le catene di ristorazione dei grandi gruppi hanno la responsabilità di proporre cibi e una cucina diversificati mettendo l'accento su prodotti stagionali e regionali.	100%	0%
	80. Mettere in primo piano i prodotti stagionali, favorire la visibilità e far capire al consumatore i benefici di un consumo di prodotti stagionali (in negozio, sulle piattaforme online, nei ristoranti / offerta di pasti a pranzo...).	Idem	Idem	100%	0%
	81. Distribuire ai consumatori una tabella con le stagioni dei prodotti / presentarla in modo visibile in negozio.	Idem	Idem	98.4%	1.6%
	82. Mettere a disposizione ricette con prodotti di stagione.	Idem	Idem	83.9%	12.1%
	83. Regolamentare le importazioni fuori stagione (dare la priorità ai cibi svizzeri).	Idem	Idem	83.9%	12.1%
	84. Sensibilizzazione dei consumatori (p.es. con «cucinare sul posto»).	Idem	Idem	72.6%	27.4%
<i>Ottimizzare la trasparenza sull'origine dei prodotti, le condizioni di produzione, il trasporto (energia, label, Nutriscore +), prezzo, margini di profitto</i>	85. L'informazione sull'importazione deve essere trasparente nel momento in cui il consumatore sceglie il prodotto da acquistare. p.es. mediante un'etichetta con codice QR.	Idem	I distributori sono responsabili e non gli importatori (lobby, rischio di mancanza di trasparenza).	90.3%	9.7%
	86. Orientare i label in base a criteri sociali, come le condizioni e l'ambiente di lavoro p.es. Fair Trade. Responsabilità dei grandi gruppi di garantire che le condizioni di lavoro vengano rispettate nelle catene di approvvigionamento.	Gruppi di distributori	È importante evidenziare che i distributori hanno un ruolo significativo in tutta la catena di approvvigionamento e per il benessere di ogni attore della catena.	80.6%	19.4%
	87. Standardizzare le etichette a livello nazionale.	Idem	Idem	96.7%	3.3%
<i>I grandi gruppi devono contribuire in modo sostanziale alla sicurezza alimentare</i>	88. I prodotti importati devono essere soggetti agli stessi standard di etichettatura di quelli presenti in Svizzera.	Idem	Idem	66.7%	33.3%
	89. I grandi gruppi devono lavorare di più anche con altri progetti (pionieristici) più piccoli e più sostenibili e prendere in maggiore considerazione i piccoli produttori.	Grandi gruppi		79%	21%
	90. Mettere a disposizione dei consumatori i dati raccolti dalla distribuzione (p.es. via Cumulus), in modo che questi abbiano le informazioni necessarie sul proprio consumo e siano meglio informati.	Idem	Permettere al consumatore di vedere i dati aggregati del proprio consumo.	53.3%	46.7%
<i>Prezzi più convenienti per i prodotti bio / cibi più sani rispetto a quelli meno sani / sostenibili</i>	91. Appello agli azionisti e ai soci cooperativi per esigere / applicare decisioni etiche. Maggiore auto-responsabilità (etica, direzione del gruppo e azionariato / soci) dei grandi distributori. Per esempio come l'iniziativa della Migros sulla vendita di alcolici e tabacco.	Grandi gruppi, soci di cooperative (p.es. Migros, Coop)		56.7%	43.3%
	92. Autorizzare gli agricoltori a vendere i propri prodotti direttamente al consumatore (p.es. mercato) anche a prezzi inferiori a quelli dei grandi distributori (oggi questo non è autorizzato dai grandi distributori).	Politica (rendere meno severe le leggi)	Prezzi più vantaggiosi aiuterebbero le persone o famiglie a basso reddito a orientare la loro alimentazione verso prodotti sani e stagionali. La riduzione dei vari ostacoli amministrativi per gli agricoltori darebbe loro un ruolo più centrale nella definizione di prezzi equi.	96.7%	3.3%
<i>Commercio sociale</i>	93. Ridistribuire i margini di profitto p.es. mediante una migliore retribuzione dei collaboratori e degli attori della catena di distribuzione.	Grandi distributori	Riequilibrare o avvicinare i prezzi fra bio e prodotti a vendita diretta. I profitti generati dai grandi gruppi attraverso i prodotti alimentari non sostenibili devono essere in parte riversati agli agricoltori, produttori di derrate alimentari stagionali e di ortofrutta. La missione dei grandi gruppi è di garantire un reddito migliore ai diversi attori della catena di approvvigionamento.	70%	30%

* Secondo la raccomandazione, si tratta di grandi produttori, trasformatori, distributori e/o dettaglianti.

EDUCAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE DEL PUBBLICO

Educazione delle nuove generazioni; Formazione personale sanitario; Educazione della popolazione

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
Educare le nuove generazioni a seguire un'alimentazione sana e sostenibile	94. L'alimentazione come materia a sé stante, sia teorica che pratica (non integrata in un'altra materia) e obbligatoria, una lezione /sett. in almeno tutti gli anni della scuola dell'obbligo . I corsi saranno tenuti dagli insegnanti principali con interventi di professionisti del settore (p.es. nutrizionisti, produttori, medici, cuochi, ecc.). Occorre fare attenzione a garantire che il contenuto dei corsi sia indipendente e non influenzato dalle lobby del settore.	Direttive chiare a livello federale e cantonale e applicazione locale in ogni scuola	Dare alle nuove generazioni delle buone conoscenze fondamentali in materia di alimentazione. I temi da trattare sono: la produzione, come vengono prodotti gli alimenti, visite di fattorie, curare un orto a scuola, distribuzione, trasformazione (corsi di cucina), etica. Poiché il finanziamento è statale, i contenuti devono essere indipendenti e non influenzati da lobby. È importante badare a che i diversi approcci al cibo, specialmente riguardo alle tradizioni culturali e religiose, vengano presentati in modo non discriminante. I contenuti devono essere aggiornati continuamente, in base alle più recenti conoscenze scientifiche. Mostrare il valore aggiunto di un'alimentazione sana (argomento che spiega perché prendersi il tempo di nutrirsi).	68.3%	31.7%
	95. Diversificare l'offerta di prodotti per le ricreazioni nelle scuole, offrire in particolare cibi locali e sani (p.es. frutta e formaggio).	Cantoni e direzione della pubblica educazione	Finora l'offerta si limita a prodotti da forno, essenzialmente zuccherati, salati e grassi.	90.3%	9.7%
	96. Compito vincolante nel piano didattico: coinvolgere i bambini con attività attive nella catena di creazione del valore (p.es. giardino scolastico o produzione di formaggio).	Educazione		82.2%	17.8%
Garantire che i professionisti della salute dispongano di solide conoscenze in materia alimentare	97. Alimentazione / nutrizione come materia obbligatoria negli studi di medicina e di altre formazioni del settore sanitario.	Direttive federali e cantonali applicazione attraverso le università	Oggi l'alimentazione non rientra nel piano di studio della medicina (e di altre professioni sanitarie). È quindi facoltativa. Il tema deve essere introdotto (secondo le norme SSN e/o EAT-Lancet) in modo che gli operatori del settore sappiano come meglio consigliare ed educare i loro pazienti in materia di alimentazione sana e sostenibile.	75.8%	24.2%
	98. Garantire l'indipendenza delle conoscenze in materia alimentare / nutrizionale fornite nelle formazioni legate all'alimentazione (p.es. nutrizionisti/e, medici), ossia regolamentare l'influsso delle lobby del settore.	Direttive federali e cantonali	Oggi i contenuti sono molto influenzati dalle lobby del settore e ciò comporta spesso un'informazione lacunosa che non favorisce comportamenti sani e sostenibili.	85.5%	14.5%
Consentire alla popolazione l'accesso a conoscenze indispensabili per un'alimentazione sana e sostenibile	99. Garantire a tutta la popolazione l'accesso a consulenza nutrizionali nell'ambito della cassa malattia senza aumentare i premi.	Direttive federali e applicazione da parte delle compagnie di assicurazione, Governo federale ed enti pubblici (incremento budget)	Oggi le consultazioni sono riconosciute dalle casse malati solo per determinate categorie di persone (p.es. obesi) Devono essere aperte a tutti e non essere limitate all'ambito medico. È meglio prevenire che curare. Le informazioni fornite durante le terapie consentono ai cittadini di modificare le proprie abitudini alimentari e quindi di migliorare la propria aspettativa e qualità di vita. È importante che l'aggiunta della consulenza nutrizionale non comporti un aumento dei prezzi dell'assicurazione di base, già troppo costosa. Un'alternativa per evitare l'aumento dei premi potrebbe essere quella di emettere dei voucher per le sedute o di ridurre i premi per coloro che richiedono una consulenza.	52.5%	47.5%
	100. Sviluppare delle campagne nazionali di sensibilizzazione su un'alimentazione sana e sostenibile attraverso mezzi di comunicazione vari e diversificati.	Governo federale ed enti pubblici (incremento budget)	Oggi l'USAV dà raccomandazioni alla popolazione sull'alimentazione sana, ma tali raccomandazioni non sono paradossalmente rispettate nell'offerta pubblica della ristorazione collettiva.	93.4%	6.6%

COMPRENDERE IL COMPORTAMENTO ALIMENTARE E AGIRE IN MODO MIRATO

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Diversificazione del lobbismo</i>	101. Rivolgersi attivamente a gruppi locali che non hanno una lobby bene organizzata, come le famiglie e gli anziani, ecc. e difendere meglio i loro interessi nella politica locale. Nello sviluppo di soluzioni bisogna risalire alla fonte.	Comuni	Approccio bottom up. La spaccatura fra politica e cittadini aumenta, più la gente si sente lontana dal proprio ruolo. La comunità deve essere maggiormente vissuta. Motivare le/i parlamentari a impegnarsi su iniziative locali e la realtà dell'alimentazione dei/delle cittadini/e perché i politici devono meglio capire come la popolazione affronta la questione alimentare. Attenzione: il processo deve avvenire in modo trasparente e con benevolenza, in modo imparziale.	79%	21%
	102. Meglio capire le decisioni e i presupposti delle/dei cittadine/i che conducono all'acquisto di un prodotto, lanciare campagne specifiche in base a tutto ciò.	Idem	Idem	59.7%	40.3%
	103. Definire gruppi target locali nonché creare e sostenere in modo mirato dei canali di comunicazione.	Idem	Idem	45.2%	54.8%
<i>Creare le condizioni quadro politiche per una collaborazione fra aziende, politica e società</i>	104. I big data dei grandi distributori devono essere messi a disposizione della ricerca in forma anonimizzata.	Linee guida del governo federale e attuazione da parte delle casse malattia Governo federale ed enti pubblici	Misura politica = creare le condizioni legali per consentire che i dati sul comportamento di consumo detenuti dai grandi distributori vengano messi a disposizione delle istituzioni di ricerca cantonali. Interrogativo chiave: quali misure devono prendere i politici per meglio capire il comportamento alimentare (non le decisioni di consumo) della popolazione. Rafforzando le strutture esistenti, comunicando in modo positivo e concentrandosi su esempi di buone pratiche, p.es. influencers.	66.1%	33.9%
	105. Rafforzare la ricerca scientifica sul comportamento alimentare della popolazione.	Idem	Idem	80.6%	19.4%
	106. Creare le strutture per una collaborazione mirata fra ricerca di mercato e ricerca scientifica.	Idem	Idem	62.9%	37.1%
	107. I risultati della ricerca devono essere resi accessibili ai politici.	Idem	Idem	79%	21%
	108. In base ai risultati della ricerca (vedere le raccomandazioni di cui sopra) identificare dei gruppi aventi un comportamento alimentare specifico da raggiungere mediante campagne mirate per ottimizzare il loro comportamento alimentare secondo i loro bisogni.	Idem	Idem	26.7%	73.3%

PROMUOVERE ALIMENTI SANI E SOSTENIBILI* ATTRAVERSO POLITICHE DI PREZZO, INCENTIVI FINANZIARI

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Rendere finanziariamente più accessibili i cibi sani e sostenibili</i>	109. Creazione di un sistema di buoni / indennità alimentari utilizzabili solo per i cibi considerati sani e sostenibili per le persone che già beneficiano di sussidi statali o che sono in situazione precari.	Servizio delle prestazioni sociali (cantionali o comunali), casse malattia	Si constata spesso che i prodotti considerati sani e sostenibili sono spesso più cari (p.es. i prodotti bio nei supermercati). Questo crea una disuguaglianza tra le famiglie per quanto riguarda i consumi che vorremmo veder scomparire. Con questa raccomandazione si vuole ridurre tale disparità.	66.1%	33.9%
	110. Adeguare i prezzi in funzione della sostenibilità dei prodotti e del loro impatto sulla salute.	Parlamento (con gli attori della catena alimentare)	Creare un sistema di tassazioni trasversali in cui i prodotti nocivi per la salute o non sostenibili verrebbero maggiormente tassati, mentre quelli sani e sostenibili verrebbero meno tassati (eventualmente sovvenzionati). Ciò potrebbe avere un influsso positivo sul consumo e favorirebbe il consumo «buono» senza causare un onere maggiore per lo Stato o i contribuenti, poiché le tasse si equilibrerebbero a vicenda.	72.6%	27.4%
	111. Incoraggiare l'industria agroalimentare e i grandi distributori a correggere i margini sui cibi sani e sostenibili.	Stato e gli attori dell'industria agroalimentare e i grandi distributori	Poiché sembra poco probabile poter «regolamentare» i margini dei distributori, si potrebbero incoraggiare i distributori a essere responsabili e consapevoli e di correggere volontariamente i loro margini per rendere i prodotti sani e sostenibili più accessibili per i consumatori.	88.3%	11.7%
<i>Far leva sulla ristorazione collettiva per favorire un'alimentazione sana e sostenibile</i>	112. Incitare l'industria agroalimentare a ridurre i costi superflui (p.es. imballaggi secondari destinati a scopi di marketing o altri costi evitabili) legati all'alimentazione in modo da proporre cibi sani / sostenibili a prezzi inferiori.	Stato, industria agroalimentare	Numerosi prodotti alimentari hanno un sovrainballaggio che genera costi superflui e molti rifiuti. I grandi distributori hanno la possibilità di raggiungere e influenzare un gran numero di consumatori. Per cambiare le abitudini dei consumatori, utilizzate questa forza.	93.5%	6.5%
	113. Applicare le raccomandazioni dell'UFAM: - Raccomandazioni per acquisti pubblici responsabili nel settore dell'alimentazione - Raccomandazioni per appalti pubblici ecologici e la USAV nel contesto della ristorazione collettiva se questa è sostenuta / sovvenzionata dal settore pubblico (p.es. scuole, ospedali, case di cura, polizia, ecc.).	Servizio di ristorazione collettiva e chi è sovvenzionato dagli enti pubblici	La ristorazione collettiva propone un numero considerevole di pasti all'anno ed è quindi in grado di influenzare le abitudini e la composizione dei pasti dei suoi consumatori. Con questo obiettivo si vuole far leva su questa posizione di forza. Non si tratta d'imporre una determinata alimentazione (vegetariana / vegana), ma di diversificare l'offerta.	93.5%	6.5%
	114. Incoraggiare la ristorazione collettiva ad adottare strumenti di monitoraggio (p.es. www.nutrimenu.ch) sull'impatto dei pasti in termini di qualità nutrizionale e di sostenibilità (p.es. ecoscore, nutriscore sui pasti).	Servizio di ristorazione collettiva	Ciò permetterebbe di sensibilizzare le persone che mangiano nelle mense svizzere (1 mio di pasti all'anno) sull'impatto delle loro scelte alimentari in termini di salute e sostenibilità e spingerebbe i consumatori a «meglio» consumare.	71%	29%
	115. Evidenziare le iniziative che promuovono un'alimentazione sana e sostenibile.		Un numero crescente di comunità a tutti i livelli hanno introdotto iniziative volte a supportare un'alimentazione sana e sostenibile, sia a livello di produzione che di distribuzione o dei consumatori. Tali iniziative non vengono messe in luce. Perché non utilizzare questi esempi preziosi per ispirare altre comunità?	77.4%	22.6%

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Incoraggiare i grandi distributori e l'industria agroalimentare a promuovere un consumo locale e sostenibile</i>	116. Esigere più trasparenza dei prezzi sugli imballaggi (eventualmente mediante codice QR), sulla ripartizione dei costi e dei margini fra produttori e distributori.	Stato, l'industria agroalimentare e i grandi distributori	Oggi i margini non sono ripartiti in modo equo fra produttori, trasformatori e distributori. Una maggiore trasparenza sulla quota di margine destinata ai produttori nei diversi prodotti alimentari consentirebbe ai cittadini di fare scelte più ponderate e favorire i prodotti che offrono anche una remunerazione più equa / giusta ai produttori. Vogliamo utilizzare la forza dell'informazione trasparente per far evolvere le abitudini di consumo.	59.7%	40.3%
	117. Regolamentare la ripartizione dei margini sui prodotti alimentari in modo che siano più equi fra produttori, trasformatori e distributori.	Confederazione	Oggi i margini non sono ripartiti in modo equo fra produttori, trasformatori e distributori. Regolamentando la ripartizione dei margini fra produttori e distributori si potrebbe favorire la produzione locale di derrate alimentari sane e sostenibili e renderle più accessibili ai consumatori.	75.8%	24.2%
	118. Adattare i prezzi attraverso tasse sui prodotti importati in modo da favorire il consumo di prodotti svizzeri sani e sostenibili.	Associazioni mantello, Confederazione, associazioni dei consumatori	La qualità svizzera non è garantita per i prodotti importati. Per favorire un consumo svizzero è necessario riequilibrare i prezzi. Questa misura potrebbe avere ripercussioni sulle nostre esportazioni.	75%	25%
	119. La qualità svizzera non è garantita per i prodotti importati. Per favorire un consumo svizzero è necessario riequilibrare i prezzi. Questa misura potrebbe avere ripercussioni sulle nostre esportazioni.	Idem	I prodotti svizzeri devono soddisfare requisiti molto severi. La qualità svizzera non è garantita per i prodotti importati. Per promuovere il consumo svizzero, è auspicabile evidenziare i vantaggi dei prodotti svizzeri in termini di qualità, salute e sostenibilità.	91.7%	8.3%
	120. Introdurre tasse per l'industria agroalimentare e per i distributori sui prodotti trasformati che sono nocivi per la salute e che hanno un impatto sull'ambiente, in modo da scoraggiarne la vendita.	Confederazione	L'obiettivo è di ridurre i margini di utile dell'industria agro-alimentare e della distribuzione senza addossare ai consumatori i costi della tassa. In questo modo si vuole scoraggiare la produzione e la vendita di prodotti non sostenibili o nocivi per la salute.	69.4%	30.6%
<i>Valorizzare il consumo sano e sostenibile mediante ricompense finanziarie o materiali</i>	121. Nell'ambito dei programmi di fedeltà già esistenti presso i distributori utilizzare il sistema di buoni e promozioni per favorire il consumo di prodotti sani e sostenibili (Cumulus ecc.) e offrire dei buoni d'acquisto da impiegare solo per l'acquisto di tali prodotti.	Grandi distributori, associazioni dei consumatori	Ricompensare è sempre meglio di punire. Si potrebbe creare un circolo virtuoso con un duplice incentivo. I grandi distributori dispongono già di carte di fedeltà e i consumatori apprezzano questo sistema di punti / regali. Si potrebbe prevedere una percentuale di tali buoni / promozioni che devono favorire i cibi sani e sostenibili.	71%	29%
<i>Valorizzare una produzione più sana per gli esseri umani, gli animali e il suolo (p.es. meno prodotti fitosanitari e antibiotici)</i>	122. Evitare il trattamento preventivo sistematico del suolo e degli animali (antibiotici, fitosanitari). Facilitare / sostenere dei sistemi di analisi per portare i trattamenti curativi al minimo indispensabile.	Produttori, organizzazioni di certificazione, associazioni settoriali, Confederazione amministrative cantonali	Oggi l'agricoltura si avvale essenzialmente di prodotti fitosanitari e antibiotici, talvolta applicati in modo preventivo e sistematico. Esplorare il modo in cui le risorse finanziarie possono essere utilizzate per garantire che i nostri terreni non vengano indeboliti, che il nostro ambiente non venga inquinato e che la nostra salute non venga compromessa. Ciò comporta dei rischi per i produttori che non devono essere sopportati esclusivamente da loro, ma anche dalla collettività (assicurazione).	90.3%	9.7%
	123. Introdurre un sistema di assicurazione per gli agricoltori in caso di cali di resa dovuti alla riduzione dei trattamenti fitosanitari e antibiotici.	Confederazione, Amministrazioni cantonali	Idem	72.9%	27.1%
	124. Il sistema dei pagamenti diretti dovrebbe ricompensare soprattutto le produzioni rispettose degli esseri umani degli animali e del suolo.	Idem	Idem	95.2%	4.8%
	125. Promuovere trasparenza sui prodotti utilizzati dai produttori in modo che i consumatori siano informati e/o semplificare il sistema dei label in questo senso.	Idem	Idem	85.5%	14.5%

PUBBLICITÀ E MARKETING

Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<i>Utilizzare gli strumenti pubblici di informazione et marketing già disponibili per educare il pubblico</i>	126. Gli strumenti d'informazione e pubblicità delle istituzioni pubbliche dovrebbero essere raggruppati su tutti i canali di comunicazione e utilizzati soprattutto per promuovere un'alimentazione più sana.	UFSP, UFAG	<p>I rapporto di sintesi del Programma nazionale di ricerca «Nutrizione sana e produzione alimentare sostenibile» (PNR69) stima in 8 miliardi di franchi svizzeri i costi sanitari annuali di sovrappeso e obesità e fa riferimento al rapporto dell'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP): «Costi dell'obesità in Svizzera» 2014.</p> <p>La Società Svizzera di Nutrizione include anche altri effetti sulla salute legati all'alimentazione, oltre al sovrappeso e all'obesità, e stima in 27 miliardi di franchi i costi annuali per la salute legati all'alimentazione, poiché un'alimentazione non sana è associata anche a molte altre malattie, a ritardi nella guarigione, ecc.</p> <p>Si basa su questo studio, tra gli altri: https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/103453/1/wieser-kostendernichtuebertragbare.pdf</p>	90%	10%
	127. Introdurre e trasmettere un insegnamento scolastico sull'alimentazione sana e sostenibile uniformato per tutta la Svizzera (p.es. piramide alimentare).	Idem	Idem	93.3%	6.7%
<i>Evitare i disincentivi e promuovere il marketing come influenza «educativa»</i>	128. Divieto di pubblicità per i prodotti particolarmente nocivi alla salute (p.es. con un contenuto di zucchero superiore al 50%) Analogo ai prodotti del tabacco e per i pacchi super-convenienza.	Parlamento	<p>Bisogna prevedere un divieto di pubblicità per i prodotti particolarmente nocivi alla salute e per i pacchi super-convenienza per non indurre al consumo eccessivo / per limitare il consumo di prodotti nocivi alla salute e i pacchi super-convenienza.</p> <p>Contributo alla riduzione della spesa sanitaria e dello spreco alimentare.</p>	75.8%	24.2%
	129. Pubblicità orientata ai gruppi target su tutti canali, p.es. Instagram, Tiktok, riviste...la tutela delle/dei consumatrici/-tori (Kassensturz...).	Confederazione, Cantoni e Comuni	Idem	59.7%	40.3%
<i>Promozioni stagionali / regionali del commercio al dettaglio</i>	130. Una quota sostanziale delle promozioni del commercio al dettaglio deve consistere in prodotti stagionali / regionali. Si possono prevedere deroghe per le promozioni volte a ridurre lo spreco alimentare.	Commercio al dettaglio, Parlamento (modifica legge IVA)	<p>Bisogna promuovere in modo mirato la vendita di prodotti regionali e stagionali, in modo che il consumatore acquisti in modo sostenibile.</p> <p>Attraverso la pubblicità, si deve attirare l'attenzione del consumatore sulla disponibilità di prodotti stagionali e regionali. Mettere in primo piano nei magazzini i prodotti regionali. Una volta che il commerciante ha effettuato un acquisto sbagliato, può realizzare un'azione attraverso il regime di eccezione.</p>	85%	15%
	131. Modificare i prezzi dei prodotti alimentari non stagionali modificando l'IVA. Impostare un calendario per i prodotti stagionali.	Idem	Idem	25.8%	74.2%

ETICA

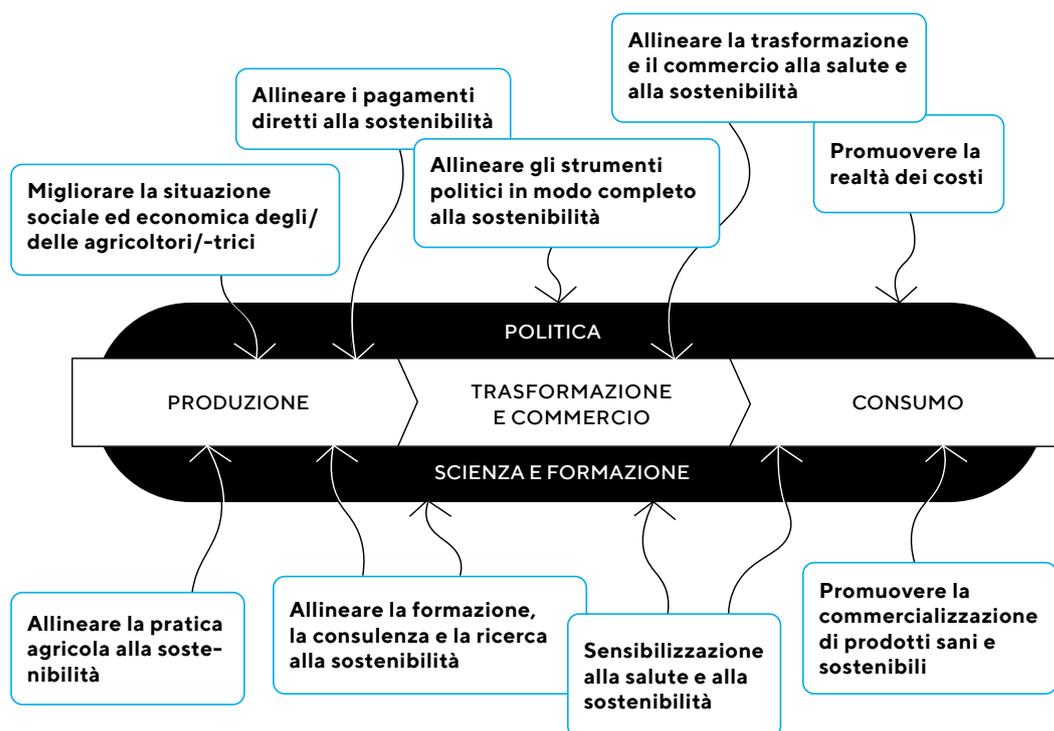
Obiettivi	Raccomandazioni	Chi	Ragionamento e ulteriori spiegazioni	Si	No
<p><i>Applicazione / revisione delle norme etiche svizzere in materia di politica alimentare</i></p>	<p>132. Le questioni etiche legate alla nutrizione (p.es. lo spreco di cibo, l'andamento del reddito dei produttori, il prezzo della nutrizione) devono essere revisionati da esperti.</p>	<p>Politici (nazionali / cantonali) Collaborazione fra esperti di etica e associazioni (p.es. produttori di carne) per elaborare insieme contenuti didattici</p>	<p>Gli attuali standard etici non sono compatibili con lo sviluppo della società. Il consumo eccessivo di carne e i danni ambientali sono ancora accettabili?</p>	<p>76.7%</p>	<p>23.3%</p>
	<p>133. Maggiore insegnamento e diffusione degli standard etici nel sistema educativo svizzero.</p>	<p>UFAG, Attori del mercato (produttori, grossisti e dettaglianti), coinvolgere i consumatori nella concezione</p>	<p>La comparabilità dei prodotti deve essere garantita.</p>	<p>76.7%</p>	<p>23.3%</p>
	<p>134. Label etico nonché riconoscimenti per un comportamento etico, che dovranno essere vincolati a standard minimi e a determinati obblighi.</p>	<p>Confederazione</p>		<p>56.5%</p>	<p>43.5%</p>
	<p>135. Promuovere finanziariamente il comportamento etico dei produttori (conf. label etici raccomandazione 134).</p>	<p>Idem</p>		<p>37.1%</p>	<p>62.9%</p>
<p><i>Riutilizzo dei rifiuti vegetali e riduzione dello spreco alimentare</i></p>	<p>136. Promuovere la produzione di compost (per le famiglie) aumentando il numero di punti di raccolta dei rifiuti verdi da parte dei comuni e dei produttori di rifiuti alimentari.</p>	<p>Comuni, Implementazione spetta ai grandi distributori</p>		<p>91.7%</p>	<p>8.3%</p>
<p><i>Valorizzare e meglio far conoscere la produzione di derrate alimentari e i produttori / rendere visibile la produzione</i></p>	<p>137. L'Ufficio federale dell'agricoltura dovrebbe sviluppare un programma che offra agli agricoltori l'opportunità di invitare i cittadini interessati a visitarli. Questo servizio fornito dagli agricoltori dovrebbe essere compensato finanziariamente. Questo programma dovrebbe essere comunicato direttamente e ampiamente alla popolazione, in modo che possa partecipare facilmente.</p>	<p>UFAG</p>	<p>Non esiste più un legame diretto con il cibo - la produzione è lontana (da dove viene il latte?), alcuni prodotti possono essere piantati / raccolti in determinate stagioni.</p>	<p>71.7%</p>	<p>28.3%</p>



DOVE SI COLLOCANO LE RACCOMANDAZIONI - UNA PANORAMICA

Le raccomandazioni formulate per cinque gruppi tematici si collocano in punti diversi del sistema alimentare. Alcune raccomandazioni riguardano la produzione, altre la trasformazione e il commercio, altre ancora il consumo. Per presentare le raccomandazioni nel modo più chiaro possibile abbiamo assegnato le raccomandazioni sviluppate dai cittadini a **nove diverse leve**.

Per ciascuna di queste leve, le raccomandazioni adottate dall'Assemblea dei cittadini sono elencate di seguito in forma abbreviata, con la rispettiva numerazione.



Leva 1: Migliorare la situazione sociale ed economica degli/delle agricoltori/-trici

- 32 Verificare lo sforzo richiesto per ricevere i pagamenti diretti
- 33 Semplificazione e riduzione dei requisiti
- 73 Trasparenza e equità nelle negoziazioni di acquisto e di prezzo
- 74 Garanzie di acquisto a lungo termine per i produttori
- 116 Promuovere la trasparenza sulla ripartizione dei costi e dei margini
- 117 Regolare in modo più equo la ripartizione dei margini di profitto

Leva 2: Allineare la pratica agricola alla sostenibilità

- 18 Riduzione della coltivazione di foraggio
- 19 Riduzione dell'allevamento in pianura
- 20 Sostenere la conversione alla produzione adeguata al sito
- 22 Sensibilizzazione alla tutela della biodiversità
- 48 Coltivare alimenti di origine vegetale su terreni idonei
- 51 Promuovere la selezione di razze adeguate al sito / razze a duplice attitudine
- 52 Adattare il numero di animali alla superficie agricola
- 53 Riduzione massiccia delle importazioni di concimi minerali.
- 54 Piattaforma svizzera per letame
- 65 Promuovere la coltivazione e il consumo di prodotti sostenibili
- 67 Migliorare l'accesso alle sementi per una coltivazione sostenibile e adeguata al sito.
- 70 Evitare la dipendenza da grandi produttori di concimi e sementi

- 71 Produzione rispettosa del suolo
- 122 Evitare l'uso preventivo di antibiotici e pesticidi

Leva 3: Allineare la formazione, la consulenza e la ricerca alla sostenibilità

- 25 Promuovere la cooperazione interaziendale
- 61 Tematizzare la produzione adeguata alle condizioni del sito nell'istruzione e nella formazione
- 62 Trasmissione di conoscenze sulla promozione della crescita senza pesticidi
- 63 Trasferimento di conoscenze tra agricoltori e scienza
- 64 Consentire l'accesso a piattaforme di conoscenza indipendenti
- 66 Promuovere lo sviluppo di nuovi metodi di produzione
- 72 Rafforzare le capacità di gestione aziendale dei produttori
- 97 Rendere l'alimentazione una materia obbligatoria nella formazione sanitaria
- 98 Mantenere l'indipendenza dei corsi di formazione sull'alimentazione
- 99 Migliorare l'accesso alla consulenza nutrizionale
- 104 Mettere a disposizione le informazioni sui consumatori della grande distribuzione per la ricerca
- 105 Rafforzare la ricerca scientifica sul comportamento alimentare della popolazione
- 106 Creare strutture per la cooperazione tra ricerca di mercato e scienza
- 107 Rendere i risultati della ricerca accessibili alla politica

Leva 4: Sensibilizzazione alla salute e alla sostenibilità nel sistema alimentare

- 11 Consumo moderato di dolcificanti naturali (miele, sciroppo d'acero, ecc.)
- 42 Sensibilizzare i consumatori sulla propria responsabilità in merito alla durata di conservazione
- 46 Indicare i vantaggi dell'alimentazione a base vegetale nelle scuole
- 47 Comunicare il concetto «Nose to Tail» ai consumatori
- 60 Sensibilizzazione alla stagionalità, alla produzione adeguata alle condizioni locali e alla regionalità
- 65 Promuovere la coltivazione e il consumo di prodotti sostenibili
- 81 Distribuire delle tabelle con le stagioni dei prodotti
- 82 Mettere a disposizione ricette stagionali
- 84 Sensibilizzare i consumatori
- 94 Introdurre l'alimentazione come materia obbligatoria nelle scuole
- 95 Offrire prodotti locali e sani durante le pause scolastiche
- 96 Completare il piano didattico: Coinvolgimento attivo dei bambini nel sistema alimentare
- 100 Campagne nazionali di sensibilizzazione su un'alimentazione sana e sostenibile
- 102 Costruire campagne sulle decisioni e sulle presupposti d'acquisto dei cittadini
- 126 Concentrare le informazioni del settore pubblico su un'alimentazione più sana
- 127 Educazione scolastica standardizzata su un'alimentazione sana e sostenibile
- 133 Aumentare l'insegnamento degli standard etici nel sistema educativo svizzero
- 137 Sostenere finanziariamente le visite alle aziende agricole

Leva 5: Promuovere la commercializzazione di prodotti sani e sostenibili

- 1 Informazioni sulla sostenibilità sulle etichette
- 2 Accesso alle informazioni nutrizionali sui prodotti
- 3 Promuovere l'acquisizione di conoscenze alimentari
- 5 Dichiarazione di origine, compresi i foraggi
- 6 Linee guida per la comunicazione e il marketing
- 55 Label per la produzione di carne senza importazione di foraggio
- 80 Evidenziare i prodotti stagionali
- 85 Informazioni trasparenti sulle importazioni
- 86 Orientare le etichette verso gli aspetti sociali (condizioni di lavoro)
- 87 Standardizzazione delle etichette a livello nazionale
- 88 Standard del etichettatura svizzero anche per i prodotti importati
- 90 Mettere a disposizione i dati sugli acquisti per i consumatori
- 119 Promuovere la «qualità svizzera»
- 121 Promuovere il consumo di prodotti sani / sostenibili attraverso programmi di fedeltà
- 125 Promuovere la trasparenza sugli ausili utilizzati
- 128 Divieto di pubblicità per prodotti particolarmente nocivi per la salute
- 129 Pubblicità orientata ai gruppi target su tutti i canali
- 130 Concentrare le campagne di marketing su prodotti stagionali / regionali

Leva 6: Allineare la trasformazione e il commercio alla salute e alla sostenibilità

- 7, 10 Definire un percorso di riduzione dello zucchero (anche per i prodotti importati)
- 8, 9 Nessuna sostituzione dello zucchero con dolcificanti artificiali
- 12, 13 Introdurre l'etichetta e la legge «senza zucchero aggiunto»
- 34 Trasformare e vendere anche frutta e verdura non standardizzata
- 35 Deregolamentazione delle norme per frutta e verdura
- 36 Utilizzare i sottoprodotti
- 37 Controllo / estensione della data di durata minima
- 39 Prescrizione di prodotti freschi da vendere a prezzi più bassi il giorno successivo
- 40 Permettere l'utilizzo dei rifiuti alimentari dei ristoranti come mangime per i maiali
- 43 Promuovere i cibi sfusi
- 44 Prezzi giusti per le piccole quantità
- 45 Promuovere gli imballaggi riutilizzabili

- 50 Sviluppare ulteriormente sostituti della carne coltivati e prodotti in Svizzera
- 79 Orientare l'offerta verso una maggiore stagionalità
- 83 Dare la preferenza agli alimenti svizzeri
- 89 Collaborazione di grandi aziende con progetti pionieristici e piccoli produttori
- 91 Autoresponsabilità dei grandi distributori (azionisti / soci cooperativi)
- 92 Permettere la commercializzazione diretta a prezzi inferiori a quelli al dettaglio della grande distribuzione
- 93 Ridistribuire i margini di profitto attraverso un pagamento equo
- 111 Verificare i margini di profitto sui prodotti sani / sostenibili
- 112 Incentivi per ridurre il costo degli alimenti sani / sostenibili
- 113 Attuare le raccomandazioni per gli acquisti sostenibili nella ristorazione collettiva
- 114 Monitoraggio della salute e della sostenibilità nella ristorazione collettiva

Leva 7: Allineare gli strumenti politici in modo completo alla sostenibilità

- 57 Proteggere con maggiore coerenza le superfici destinate alla rotazione delle colture
- 58 Preservare le superfici coltivate
- 59 La moratoria sull'ingegneria genetica va assolutamente mantenuta
- 101 Rafforzare gli interessi dei gruppi meno organizzati
- 109 Buoni per alimenti sani e sostenibili per persone con sussidi statali
- 115 Evidenziare le iniziative comunitarie per un'alimentazione sana e sostenibile
- 123 Sistema di assicurazione per la riduzione dell'uso di pesticidi e antibiotici
- 132 Rivedere gli standard etici sulla nutrizione
- 134 Introdurre label etici e premi per il comportamento etico
- 136 Promuovere la produzione di compost attraverso il miglioramento della raccolta degli scarti vegetali

Leva 8: Promuovere la realtà dei costi

- 23 Imposta sul CO₂ per gli alimenti ad alta intensità di CO₂
- 49 Includere il consumo di risorse e i costi delle emissioni nei costi di produzione
- 110 Adeguare i prezzi agli impatti sulla sostenibilità e sulla salute
- 120 Imposte su prodotti nocivi / non sostenibili
- 118 Promuovere prodotti svizzeri sani / sostenibili attraverso imposte sulle importazioni

Leva 9: Allineare i pagamenti diretti alla sostenibilità

- 21 Convertire le superfici improduttive in aree per la biodiversità
- 24 Richiedere concetti di sostenibilità per le aziende agricole
- 26 Legare i pagamenti diretti al concetto di sostenibilità
- 27 Abolire il vincolo ai terreni dei pagamenti diretti
- 28 Allineare i pagamenti diretti alla sostenibilità
- 29 Verifica della sostenibilità di tutti i pagamenti diretti
- 30 Promuovere foraggi regionali
- 31 Nessun pagamento diretto per la produzione di carne con foraggi concentrati importati
- 56 Premio per la produzione di carne senza foraggi importati
- 68 Incoraggiare lo sviluppo di nuovi sistemi da parte dei piccoli produttori
- 69 Sostenere la coltivazione di prodotti adeguati alle condizioni locali
- 75 Promozione di nuove forme di produzione agricola
- 76, 77 Creare le condizioni per un salario di sussistenza
- 78 Sostenere la conversione delle aziende agricole alla produzione sostenibile
- 124 I pagamenti diretti dovrebbero premiare la produzione sostenibile

STAKEHOLDER

Il processo dell'Assemblea dei cittadini è stato accompagnato da diversi stakeholder, ossia organizzazioni e associazioni notevolmente coinvolte nel sistema alimentare svizzero. In occasione del fine settimana iniziale dell'Assemblea dei cittadini a Olten, ogni rappresentante degli stakeholder ha tenuto una presentazione, in seguito alla quale ha risposto alle domande dei partecipanti.

COMITATO SCIENTIFICO

L'Assemblea dei cittadini per la politica alimentare è stata affiancata da un comitato scientifico che si è occupato di svolgere ricerca in merito alla materia oggetto della deliberazione. È composto dalla Prof. Dr. Johanna Jacobi (PF di Zurigo), dal Prof. Dr. André Bächtiger (Università di Stoccarda), dal Prof. Dr. Nenad Stojanović (Università di Ginevra) e dal Dr. Francesco Veri (Università di Zurigo).

Il comitato scientifico ha accompagnato la progettazione del processo, ha fornito riscontri in merito alle domande emerse e ha monitorato la selezione degli interventi da parte degli esperti.

RICERCA RELATIVA AL PROGETTO

Il team preposto alla ricerca relativa al progetto era composto da ricercatori del Politecnico federale di Zurigo, del Zentrum für Demokratie Aarau (Centro per la democrazia di Aarau) (Università di Zurigo) e del think-tank dell'assemblea dei cittadini Citizens' Democracy. Essi hanno monitorato e valutato il processo sulla base degli attuali standard della comunità scientifica e intendevano comprendere meglio le assemblee dei cittadini come pure svolgere ricerca in merito al loro potenziale.

FINANZIAMENTO

Il processo è stato sostenuto finanziariamente dalle seguenti fondazioni, organizzazioni e uffici federali:

Fondazione Drittes Millennium
Fondazione Fourfold
Fondazione Mercator Svizzera
Fondazione Minerva
Fondazione Nachhaltige Landwirtschaft

Ufficio federale dell'ambiente (UFAM)
Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG)
Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria (USAV)



RINGRAZIAMENTI

L'Assemblea dei cittadini per la politica alimentare non sarebbe stata possibile senza l'impegno di molte persone e organizzazioni. Il ringraziamento più grande va a tutti i partecipanti che si sono impegnati in questo progetto e hanno dedicato innumerevoli ore all'Assemblea dei cittadini.

Un grande ringraziamento va anche alle tre organizzazioni di supporto coinvolte, Biovision, Agriculture du Futur (Agricoltura del Futuro) e SDSN Svizzera, nonché a Collaboratio Helvetica, per la loro preparazione e realizzazione. Agriculture du Futur ha dimostrato grande lungimiranza annunciando che la Svizzera ha bisogno di un'assemblea dei cittadini sul tema della politica alimentare.

Oltre all'idea, ai partecipanti e alle organizzazioni di supporto, un progetto di questo tipo ha bisogno di un sostegno finanziario. I nostri ringraziamenti vanno alle fondazioni e agli uffici federali che hanno reso possibile lo svolgimento dell'Assemblea dei cittadini.

Infine, un grande ringraziamento va a tutte le persone che hanno lavorato attivamente negli ultimi mesi per trasformare l'idea in realtà. Senza questo impegno, la prima assemblea nazionale dei cittadini della Svizzera non sarebbe stata possibile.

Grazie mille, vielen Dank, merci beaucoup, grazia fitg!

«Come giovane, ho cercato di rappresentare soprattutto la prospettiva della popolazione più giovane, ma anche quella delle generazioni future. Inoltre, come assistente sociale, mi sono sentito obbligato a portare questa prospettiva anche in alcune questioni».

Als junge Person habe ich vor allem versucht die Sichtweise der jüngeren Bevölkerung, aber auch die der zukünftigen Generationen zu vertreten. Zudem habe ich mich – als Sozialarbeiterin – bei einigen Themen dazu verpflichtet gefühlt, auch diese Perspektive einzubringen.

**TAMARA,
25 ANNI**

Da ich kein Schweizer Bürger bin, habe ich nur wenig Möglichkeit, bei politischen Fragen mitzuzuscheiden. Ich würde aber gerne etwas beitragen zur Gemeinschaft, also ist der Bürger:innenrat eine schöne Gelegenheit für mich.

**SWEN,
38 ANNI**

«Siccome non sono un cittadino svizzero, ho poche possibilità di esprimermi su questioni politiche. Tuttavia, vorrei contribuire alla comunità e alla società in cui vivo, quindi l'Assemblea dei cittadini è stata una bella opportunità per me».

CITTADINI/-E

Gardenia A.
Leonhard Badenberg
Tiziana Barbieri
Leidy B.
Patrik Berlinger
Clemens Berther
Sara B.
Ivan Binotto
Claude Birrer
Barbara B.
Swen Bos
Claudia Bösiger
Sara C.
Nadia Catelli Matasci
Michele Davidi
Axel Dettwiler
Rosemarie Dettwiler
Isabele Doswald
Jürg Furrer
Philippe Gacond
Milena Gaspari

Claudio De Giacomi
Nico Hollenstein
Aline Hugi
Tamara Inauen
Janina I.
Fabrice Kaspar
Peter Kaufmann
Ludovica Longhi
Hanspeter Mannhart
Brigita Marion
Christine Mayor
Angela Meier
Hanielle Ngonde
Alexis Pascarella
Sonia Perez
Enrico Pilastro
Constantin Racovschi
Laurent Repond
Monica Rinvi Guarnaccia
Jean-Paul Robert
Christian Rohner

Christian Santana
Alan Šavar
Daniela Schächli
Jeffrey S.
Jean-Pierre Schnyder
Michael Simon Schär
Switzen Sivaharan
Andreas S.
Marija Stanisavljević
Martina Stettler
Harald W. S.
Urs Weibel
Yvonne Willi
Lorenzo Zanetti
Anne Zeidan
Sabine Ziegler
Barbara Z.
Philippe Zogg
Ruth Zurbrugg

Altri/-e cittadini /-e che hanno partecipato e che desiderano rimanere anonimi /-e.

«All'inizio ero incerto se dovevo davvero partecipare. Poi ho deciso di partecipare perché penso che sia importante per il futuro del nostro Paese e per le generazioni future.»

**ANGELA,
42 ANNI**

Ich war mir am Anfang unsicher, ob ich wirklich mitmachen soll. Ich habe mich dann entschieden teilzunehmen, weil ich die Fragen wichtig für die Zukunft von unserem Land und für zukünftige Generationen finde.

Ich finde es spannend, dass bei dem Bürger:innenrat Menschen mitmachen, die sich nicht unbedingt zur Wahl stellen würden. Es ist schön, dass auch diese Stimmen gehört werden.

«Trovo entusiasmante che persone le quali non si candidano necessariamente alle elezioni partecipino all'Assemblea dei cittadini. È bello che anche queste voci vengano ascoltate.»

TEAM / CONSORZIO

Sofia Barth	Marco Gyger	Niklaus Salzmann
Nathalie Dubler	Carole Küng	Loïc Schwab
Alexis Dubout	Daniel Langmeier	Isabel Sommer
Frank Eyhorn	Sabine Lerch	Jorge Tamayo
Jelena Filipovic	Lisa Meienberger	Loïc Waegeli
Matthias Goldenberger	Gabriel Pelloquin	Dominik Waser
Martin Grossenbacher	Joana Salvadé	Lino Wunderlin

PROGETTAZIONE DEL PROCESSO & REALIZZAZIONE

Samira Amos	Sarah Friederich	Oliver Müller
Jany Barraut	Alexandra Gavilano	Diana Oser
Julia Bodin	Véronique Hamel-Vallières	Manuela Pagani Larghi
Katharina Boerlin	Vera Herzmann	Violette Ruppanner
Charlotte Bourcet	Elsa Hoessli	Anaïs Sägesser
Dimitri Brooks	Deborah Jutzi	Patricia Schmid
Jeannine Brutschin	Anna Lüthi	Severin von Hünerbein
Ottavia Cima	Severin Marty	Rafael Widmer
Lea Ferrari	Erica Mazerolle	

COMITATO SCIENTIFICO

Prof. Dr. André Bächtiger (Università di Stoccarda)
Prof. Dr. Johanna Jacobi (PF di Zurigo)

Prof. Dr. Nenad Stojanović (Università di Ginevra)
Dr. Francesco Veri (Università di Zurigo)

REFERENTI

Dominique Barjolle (Università di Losanna)
Dr. Basil Bornemann (Università di Basilea)
Anna Bozzi (scienceindustries)
Prof. Dr. Christine Brombach (ZHAW)
Gabi Buchwalder (CI Commercio al dettaglio)
Jan Burckhardt (FSAG)
Dr. Lukas Fesenfeld (Universität Bern, PF di Zurigo)
Tina Goethe (Alliance Sud & Piattaforma Agenda 2030)
Dr. Lena Gubler (WSL)
Dr. Bettina Höchli (Università di Berna)
Dr. Judith Irek (Agroscope)
Niklaus Iten (Fial)
Hansjürg Jäger (Alleanza agricola)
Alwin Kopše (UFAG)
Marcel Liner (Alleanza Ambiente)

Dr. habil. Stefan Mann (Agroscope)
Dr. Evelyn Markoni (HAFL)
Diana Panizza Mathis (Nutrionista certificata)
Dr. Matthias Meier (HAFL)
Dr. Adrian Müller (FiBL)
Dr. Thomas Nemecek (Agroscope)
Barbara Pfenniger (Alleanza delle organizzazioni dei consumatori)
Martin Pidoux (HAFL)
Dominique Rémy (Alleanza alimentazione e salute)
Bettina Scharrer (CDE)
Sonja Schönberg (BFH)
Laura Sommer (UFAG)
Dr. Martijn Sonneveld (World Food System Center, PF di Zurigo)
Dr. Irene Wittmer (VSA)
Michelle Wyss (Unione Svizzera dei Contadini)

DEMOSCOPE

René Brawand
Raphael Vogel

FILM

Marcel Sokoll (Stadtbrueder Film)
Carlos Tapia

Au début, nous reprochions toujours aux consommateurs de ne pas faire de meilleurs choix. Au cours du processus, nous avons réalisé que les acteurs responsables étaient bien plus nombreux. Nous avons commencé à poser des questions comme « comment rendre les choses plus transparentes ? » et « comment mettre en place les bonnes incitations ? »

«All'inizio abbiamo sempre incolpato i consumatori di non fare scelte migliori. Nel corso del processo, ci siamo resi conto che c'erano molti più attori responsabili. Abbiamo iniziato a chiederci: come possiamo rendere le cose più trasparenti e come possiamo mettere in atto i giusti incentivi?»

CHRISTIAN,
25 ANNI

COLOPHON

CONSORZIO DI COMMITTENZA

Fondazione Biovision
Heinrichstrasse 147
8005 Zurigo
www.biovision.ch

Associazione Agriculture du futur
Breitenrainstrasse 59
3013 Berna
www.landwirtschaftmitzukunft.ch

SDSN Svizzera
Heinrichstrasse 147
8005 Zurigo
www.sdsn.ch

PROGETTAZIONE

Aline Telek, Simone Fecker (Graphic design, layout)
Caroline Krajcir (Fotografia)
Büro4, Studio D hoch 3 (Illustrazione)

STAMPA

Niedermann Druck

Stampato su «Forever Print», carta riciclata al 100%, certificata dall'Angelo Azzurro. Da qualche tempo Fischer Papier, un fornitore svizzero di carta, ritira la carta straccia quando viene consegnata alle tipografie. In questo modo si ottiene la carta di alta qualità «Forever Print»: se viene riutilizzata per un nuovo prodotto di stampa, si crea un ciclo chiuso.

ULTERIORI INFORMAZIONI

www.buergerinnenrat.ch/it

Febbraio 2023



