

**POP**

people of planet

**MAGAZINE**

**EDIZIONE 10**

**COMBATTERE  
LA POVERTÀ  
NEL MONDO**

**04-05**  
RIASSUNTO POP  
MAGAZINE PRECEDENTI  
*di Ufficio Stampa*

**10-11**  
GOAL 02  
DELL'AGENDA 2030  
*di Ufficio Stampa*

**14**  
COOP  
*di Coop*

**17**  
#TIARE TIPS  
*di Ufficio Stampa*

**06-07**  
GOAL 01  
DELL'AGENDA 2030  
*di Ufficio Stampa*

**12**  
LA SITUAZIONE DEL FRIULI  
RISPETTO AL GOAL 2  
*di Ufficio Stampa*

**15**  
IKEA  
*di Ikea*

**08-09**  
EDITORIALE  
*di Gruppo Direzionale  
Tiare Shopping*

**13**  
LO SPRECO  
LIMENTARE  
*di Ufficio Stampa*

**10**

INGKA  
CENTRES



WONDERPLACE



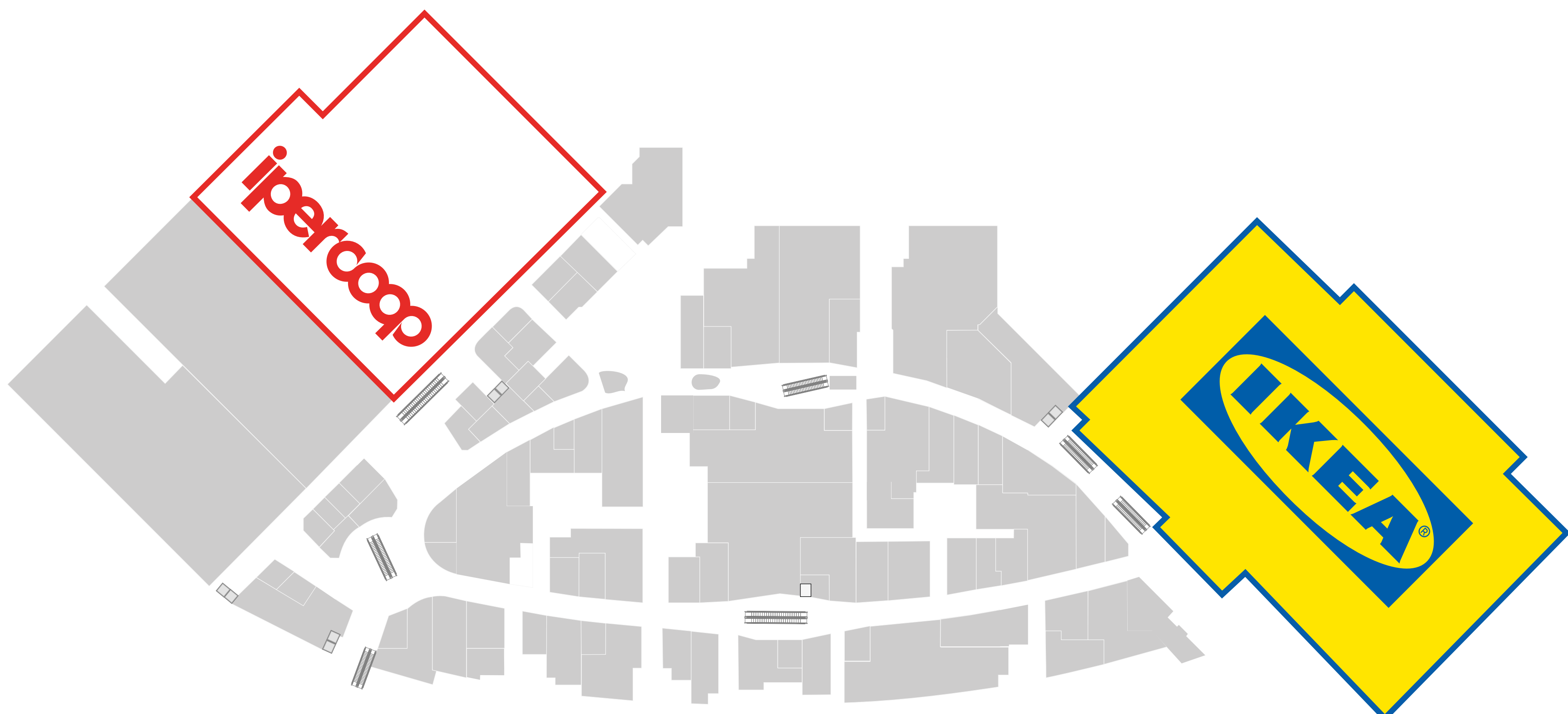


# People of Planet

**Sosteniamo ogni azione virtuosa**  
fatta per salvaguardare il nostro pianeta.  
**Scopri tutte le iniziative e i prossimi**  
numeri del **MAGAZINE online.**

**IN QUESTA EDIZIONE:**

**IN THIS EDITION:**

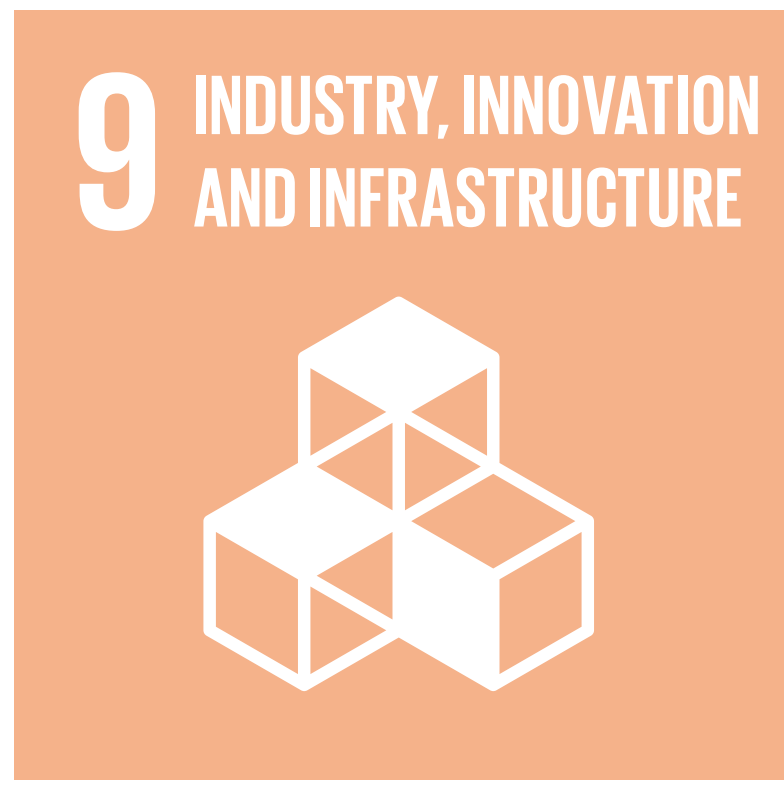
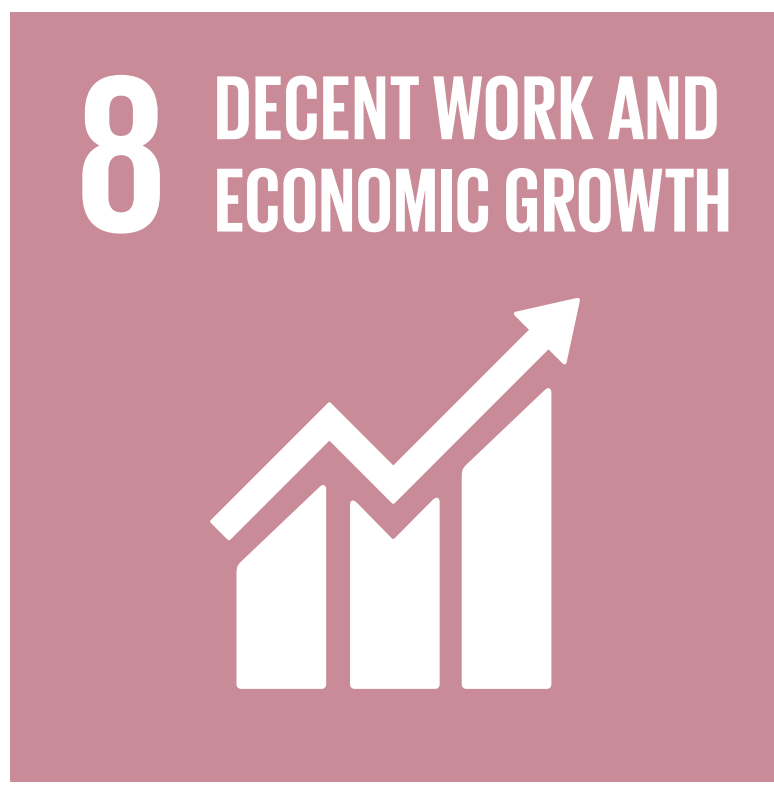




# THE GLOBAL GOALS



## For Sustainable Development



**T**iare Shopping, meeting place di Villesse (GO), prosegue il proprio impegno nella diffusione della cultura della sostenibilità, con il decimo numero di POP Magazine.

Sono stati diversi gli argomenti trattati sino ad ora: in ogni edizione la redazione ha approfondito i diversi Goal che compongono l'Agenda 2030 dell'ONU – documento siglato nel settembre 2015 dai 193 Paesi membri, contenente 17 direttive per una società equa e sostenibile. Oltre a mettere a disposizione di tutti i lettori i risultati di ricerche nazionali ed internazionali sulla situazione specifica legata ad ogni Obiettivo, POP Magazine è stato anche lo strumento/portavoce di iniziative del territorio che si sono contraddistinte per la forte vocazione sostenibile in termini ambientali e sociali.

Insieme ad Associazioni, Enti Istituzionali e di volontariato e grandi marchi internazionali ha valorizzato l'importanza del riciclo della plastica, le iniziative a supporto dei cittadini per il miglioramento della loro salute e benessere, le buone pratiche per l'economia circolare. La redazione ha dedicato numeri al clima, alla formazione, alla giustizia e all'eguaglianza nella società. E ancora, l'importanza del progresso e della ricerca contro la povertà e la fame, dando spazio ad analisi globali ed iniziative territoriali che agiscono in prima linea per migliorare la situazione attuale.

POP Magazine è un contenitore di riflessioni sulle azioni necessarie per dare alle future generazioni un mondo sano e giusto. In questo numero è stato posto l'accento sulla povertà e sulla fame nel mondo. Non resta che augurarvi buona lettura, e non dimenticate di leggere le nostre *tips*: perché tutti insieme possiamo cambiare il futuro!

di **Ufficio stampa**

**POP – PEOPLE  
OF PLANET**

**IL MAGAZINE SULLA SOSTENIBILITÀ  
DI TIARE SHOPPING**





**POP – PEOPLE OF PLANET  
THE TIARE SHOPPING MAGAZINE  
FOR SUSTAINABILITY**

Tiare Shopping, a meeting place in Villesse (GO), continues its commitment to spreading the culture of sustainability with the tenth issue of POP Magazine. Several topics have been discussed so far: in each edition the editorial staff has delved into the different Goals that make up the UN Agenda 2030-a document signed in September 2015 by the 193 member countries, containing 17 directives for an equal and sustainable society. In addition to making available to all readers the results of national and international research on the specific situation related to each Goal, POP Magazine has also been the voice for initiatives in the area that stand out for their strong sustainable vocation in environmental and social terms. Together with voluntary associations, institutional entities and major international brands, it has highlighted the importance of plastic recycling, initiatives to support citizens in improving their health and well-being as well as good practices for the circular economy. The editorial staff dedicated issues to climate, education, justice and equality in society and, again, the importance of progress and research against poverty and hunger, giving space to global analysis and territorial initiatives that act on the front lines to improve the current situation. POP Magazine is a resource box of reflections on the

actions needed to create a healthy and better World for future generations. The focus is on poverty and world hunger. All that remains is to wish you good reading, and don't forget to read our tips: because together we can all create a better future!

**Press Office**





# GOAL 1

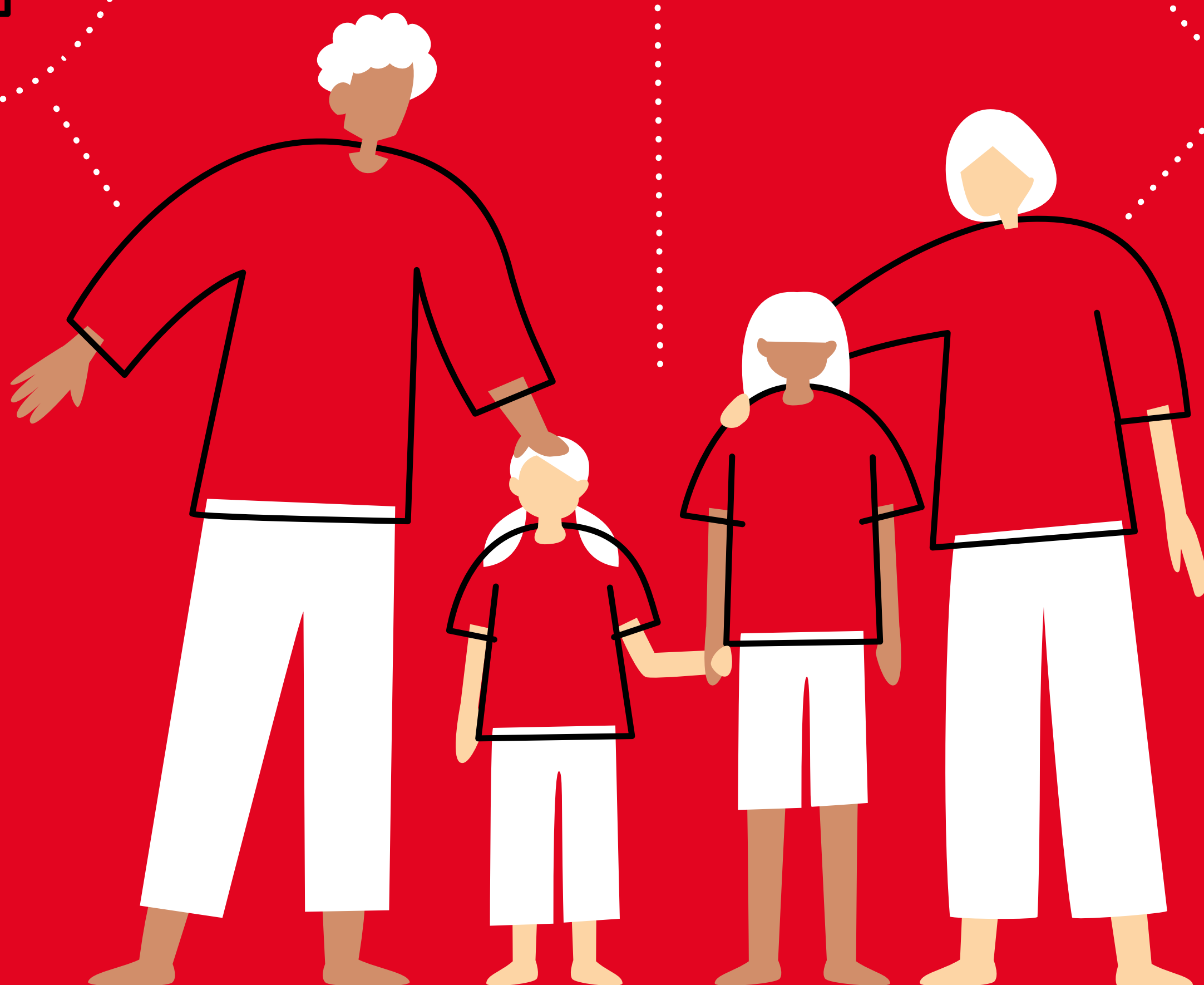
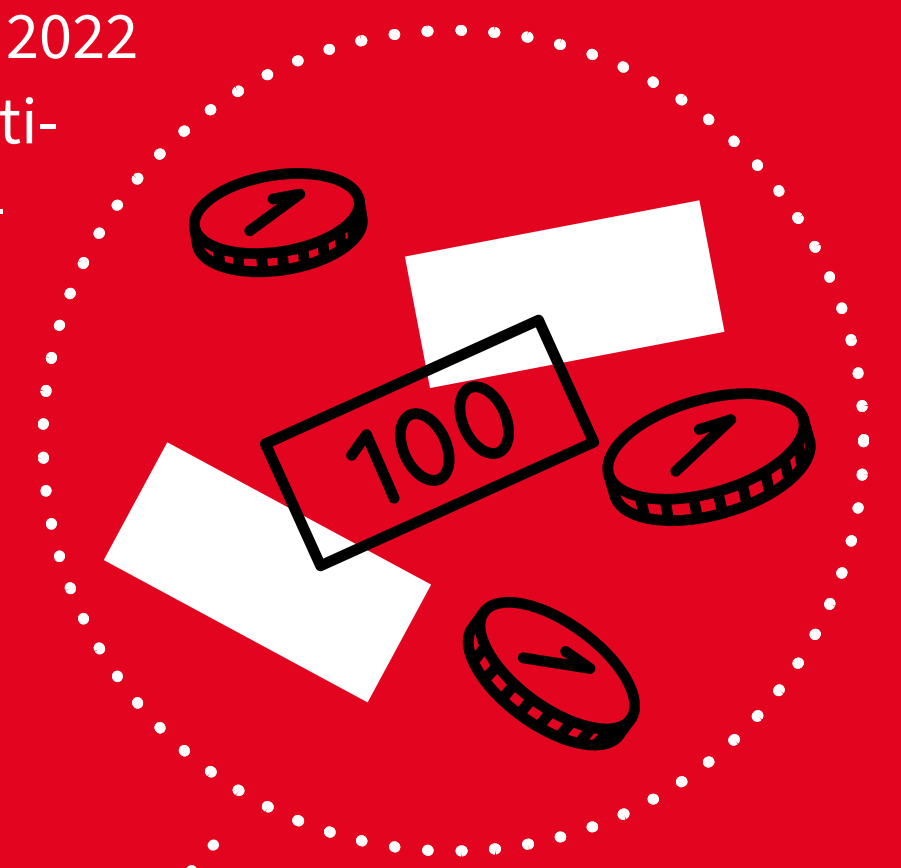
## PORRE FINE AD OGNI FORMA DI POVERTÀ NEL MONDO

Il divario tra ricchi e poveri è ancora oggi significativamente marcato a livello globale, così come la percentuale di persone che vivono in povertà assoluta – e non solo nei paesi in via di sviluppo. Si consideri che a livello mondiale il famoso “caro vita” sta aumentando in maniera costante, lasciando i poveri sempre più poveri e allargando il bacino di persone che si ritrovano in questa condizione. Quando si parla di povertà si fa riferimento non solo alla mancanza di guadagno e di risorse, ma anche alla fame, all’accesso limitato all’istruzione e agli altri servizi di base, alla discriminazione e all’esclusione sociale, così come alla mancanza di partecipazione nei processi decisionali. I numeri parlano di 836 milioni di persone che vivono ancora in povertà estrema, e di una persona su cinque nelle regioni in via sviluppo che vive con meno di 1,25 dollari al giorno. L’obiettivo 1 dell’Agenda 2030 è quello

di “porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo” attraverso una crescita economica inclusiva, con lo scopo di creare posti di lavoro sostenibili e di promuovere l’uguaglianza.

Ma qual è la situazione in Italia rispetto a questo Goal?

Il **Rapporto ASviS 2022** ha confermato in base alle stime dell’Istat di giugno 2022, che si sono toccati i massimi storici nel 2020, con 1,960mila famiglie italiane povere nel 2021 (7,5% del totale, da 7,7% nel 2020) e circa 5,6 milioni di individui (9,4% come l’anno precedente); e sono le donne ad essere più povere rispetto agli uomini: un divario aumentato rispetto al 2019. Se si parla poi di **povertà assoluta minorile** in Italia questa ha colpito 1,382mila bambini, con un peggioramento per i minori dai quattro ai sei anni. Per contrastare questo fenomeno, tra il 2021 e il 2022 sono stati istituiti due pia-





ni: il Quinto Piano nazionale infanzia e adolescenza, ed il Piano nazionale della garanzia infanzia, oltre all'assegno unico universale per sostenere le famiglie con figli.

Secondo il Rapporto annuale Istat 2022, le misure di sostegno economico erogate nel 2020 hanno evitato a un milione di individui di cadere in condizione di povertà assoluta. Inoltre, senza sussidi l'intensità della povertà sarebbe stata di 10 punti percentuali più elevata. Permangono, tuttavia, le difficoltà di contrastare il fenomeno inteso non solo come privazione di reddito o di mancanza di lavoro, ma anche come mancato accesso alle opportunità ed ai servizi.

Se si analizza la situazione a livello europeo, l'Italia si posiziona quintultima nel 2020, molto al di sotto della media Ue nell'ultimo anno disponibile, soprattutto a causa di un più alto numero di persone a rischio povertà (20% nel 2020 contro 16,6% della media UE). Tra il 2010 e il 2021 si assiste a un peggioramento dell'indicatore composito del Goal 1 per l'Italia. Tra il 2010 e il 2016 il composito evidenzia un andamento negativo: peggiorano tutti gli indicatori elementari, in particolare la povertà assoluta passa da 4,2% nel 2010 a 7,9% nel 2016, mentre la bassa intensità lavorativa passa da 10,6% a 12,8%. Tra il 2016 e il 2019 si osserva una tendenza positiva, interrotta dal crollo registrato nel 2020. Il composito evidenzia un peggioramento anche nel 2021, segno che gli effetti della crisi pandemica sulle fasce più deboli della società non sono ancora stati superati. In particolare, tra il 2019 e il 2021

la povertà assoluta aumenta di 1,7 punti percentuali, arrivando a coinvolgere il 9,4% della popolazione: è il livello più alto registrato nell'arco di tutta la serie storica analizzata e più che raddoppiato rispetto al 2010. Nello stesso periodo, non si registrano miglioramenti significativi nella quota di famiglie che vivono in condizioni di povertà relativa, con la percentuale che passa dal 11,4% del 2019 all'11,1% del 2021. Per quel che riguarda l'indicatore che misura il numero di persone a rischio di povertà o esclusione sociale, si rileva un andamento positivo dal 2015 al 2019 (-2,5 milioni di persone a rischio povertà ed esclusione sociale), seguito da un'inversione di tendenza a causa della crisi pandemica che porta a +300 mila persone a rischio dal 2019 a 2021). Tale andamento, se confermato nei prossimi anni, potrebbe compromettere la capacità dell'Italia di raggiungere il target europeo (12.476 persone a rischio).

Vi è dunque l'urgente necessità di un sostegno sociale da parte delle Istituzioni, che permetta alle famiglie un accesso equo alla vita della società e permetta alle nuove generazioni pari opportunità di accesso e formazione. Soprattutto occorre migliorare il monitoraggio delle situazioni locali, per provvedere a modificare e, ancor meglio prevenire, situazioni di povertà con l'analisi razionale dei fattori di rischio e monitorando di conseguenza l'efficacia di sistemi di intervento e programmi di recupero.

di Ufficio stampa

## PUT AN END TO ALL FORMS OF POVERTY IN THE WORLD

### Goal 1: Put an end to all forms of poverty in the world

The gap between rich and poor is still significantly marked globally, as is the percentage of people living in absolute poverty, not only in developing countries. Consider that globally the notorious "high cost of living" is steadily increasing, leaving the poor poorer and poorer and widening the pool of people who find themselves in this condition. When we talk about poverty we refer not only to lack of income and resources, but also to hunger, limited access to education and other basic services, discrimination and social exclusion, as well as lack of participation in decision-making processes. The numbers speak of 836 million people still living in extreme poverty and one in five people in Developing Regions living on less than \$1.25 a day. Goal 1 of Agenda 2030 is to "end all forms of poverty in the world" through inclusive economic growth, with the aim of creating sustainable jobs and promoting equality.

But what is the situation in Italy with respect to this Goal?

The ASviS 2022 Report confirmed based on ISTAT's June 2022 estimates that an all-time high has been reached in 2020, with 1.960 thousand poor Italian households in 2021 (7.5 percent of the total, up from 7.7 percent in 2020) and about 5.6 million individuals (9.4 percent as in the previous year); and it is women who are poorer than men: a gap that has increased compared to 2019. If we then talk about absolute child poverty, it has affected 1.382 thousand children in Italy, with a worsening for children aged four to six. To counter this phenomenon, two plans have been established between 2021 and 2022: the Fifth National Childhood and Adolescence Plan, and the National Child Guarantee Plan, in addition to the universal single allowance to support families with children.

According to the Istat Annual Report 2022, economic support measures released in 2020 prevented one million individuals from falling into absolute poverty. Moreover, without subsidies, the intensity of poverty would have been 10 percent higher. However, difficulties remain in countering the phenomenon understood not only as income deprivation or joblessness, but also as lack of access to opportunities and services.

If the situation is analyzed at European level, Italy ranks fifth to last in 2020, far below

the EU average in the last available year, mainly due to a higher number of people at risk of poverty (20 percent in 2020 versus 16.6 percent of the EU average). Between 2010 and 2021 there is a deterioration in the Goal 1 indicator for Italy. Between 2010 and 2016 there is a negative trend: all elementary indicators worsen absolute poverty increases from 4.2% in 2010 to 7.9% in 2016, while low labor intensity increases from 10.6% to 12.8%. A positive trend is observed between 2016 and 2019, interrupted by the collapse in 2020. The composite also shows a worsening in 2021, a sign that the effects of the pandemic crisis on the weakest segments of society have not been overcome yet.

Specifically, between 2019 and 2021, absolute poverty increases by 1.7 percentage points, reaching 9.4 percent of the population: this is the highest level recorded over the entire historical series analyzed and has more than doubled since 2010. In the same period, there is no significant improvement in the share of households living in relative poverty, with the percentage going from 11.4 percent in 2019 to 11.1 percent in 2021. As for the indicator measuring the number of people at risk of poverty or social exclusion, there is a positive trend from 2015 to 2019 (-2.5 million people at risk of poverty and social exclusion), followed by a reversal due to the pandemic crisis leading to +300 thousand people at risk from 2019 to 2021. This trend, if confirmed in the coming years, could compromise Italy's ability to reach the European target (12,476 people at risk). Therefore, there is an urgent need for social support from institutions, which allows families equitable access to the life of society and enables new generations equal access and training opportunities. Above all, there is a need to improve the observation of local situations, in order to provide the modification and, even better prevention, of poverty situations with the rational analysis of risk factors and consequently monitoring the effectiveness of intervention systems and recovery programs.



# EDITORIALE

Ogni giorno sentiamo parlare di povertà e fame, e abbiamo sotto gli occhi il dramma di chi fugge alla ricerca di una vita migliore o soffre di stenti per carestie e guerre in tutto il mondo. Povertà e fame sono tuttavia temi più complessi di come generalmente li intendiamo, e bene ce lo illustrano gli Obiettivi 1 e 2 dell'Agenda 2030 dell'Onu. Non solo. Si tratta di fenomeni che ritroviamo anche nella realtà quotidiana del nostro Paese, e, per contrastarli, Tiare Shopping si è attivato da tempo con numerose iniziative a favore della comunità locale del Friuli Venezia-Giulia.

Sul fronte della lotta alla povertà, in linea con il Goal 1 "Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo", a partire dal 2021 abbiamo dato vita all'iniziativa Cash-Back Solidale, con la quale invitiamo i clienti del Meeting Place a donare abiti usati - in buono stato - da destinare ai più bisognosi, grazie alla collaborazione con la Caritas di Trieste. Oltre a valorizzare gli indumenti e gli accessori usati, il progetto promuove l'economia circolare e sensibilizza il pubblico ad orientarsi verso uno shopping più consapevole. Fin dalla prima edizione sono stati raggiunti risultati significativi, con oltre 10 tonnellate di abiti donati: l'iniziativa è stata poi riproposta con successo anche nel 2022.

Ma la povertà a cui fa riferimento l'Agenda 2030 non è solo economica,

e può assumere diverse forme, come quella educativa. A questo proposito, in collaborazione con la scuola alberghiera "AD FORMANDUM", e "Slov.I.K", abbiamo attivato un progetto di integrazione sociale e lavorativa che ha offerto corsi di cucina di 260 ore presso il Tiare Chef Lab del Meeting Place ai minori stranieri non accompagnati, ospitati dalla comunità "San Luigi" di Gorizia. L'obiettivo è stato quello di avvicinarli al mercato del lavoro, fornendogli nuove competenze e aiutandoli a migliorare la conoscenza della lingua italiana.

Per quanto riguarda, invece, il Goal 2 "Porre fine alla fame", l'Ipercoop di Tiare Shopping ha aderito anche quest'anno alla raccolta di beni di prima necessità promossa da Coop Alleanza 3.0 a sostegno delle realtà che si occupano di persone e famiglie in difficoltà economica. Per l'iniziativa, grazie alla quale sono stati raccolti ben 655 kg di prodotti, Tiare Shopping ha messo a disposizione dell'Associazione La Ginestra, Emporio della Solidarietà - Diocesi di Gorizia, il Tiare Social Point, il nostro spazio recentemente rinnovato, disponibile gratuitamente per le associazioni senza scopo di lucro. Il nostro sostegno alle famiglie bisognose non è però una novità, e si era concretizzato già du-

te la pandemia di Covid-19 con la donazione di quasi 2.000 pasti alla mensa della Caritas di Gorizia.

Infine, cogliamo l'occasione per dare in anteprima la notizia di una nuova iniziativa a cui abbiamo dato vita insieme ad IKEA: si tratta della donazione alla Fondazione "Don Giovanni Contavalle" di mobili e accessori per arredare un appartamento destinato ad accogliere 9 persone, fra donne e bambini, con disagi familiari o in difficoltà socioeconomiche, con l'obiettivo di offrire un ambiente confortevole e adatto alle loro esigenze.

Il nostro impegno continua e si rafforza, grazie anche alla scelta di adottare un approccio collaborativo, che ci vede impegnati al fianco di imprese, associazioni, fondazioni e cittadini: perché per avere successo c'è davvero bisogno del contributo di tutti.

di **Gruppo Direzionale  
Tiare Shopping**





## EDITORIAL

Every day we hear about poverty and hunger and we have in front of our eyes the plight of those fleeing in search for a better life or suffering hardship from famine and war around the world. However, poverty and hunger are more complex issues than we generally understand them, and well illustrated for us by Goals 1 and 2 of the UN 2030 Agenda. More than that. These are phenomena that we also find in the everyday reality of our country and, in order to counter them, Tiare Shopping has long been active with numerous initiatives on behalf of the local community in Friuli Venezia-Giulia.

On the front of the fight against poverty, in line with Goal 1 "End all forms of poverty in the world," as of 2021 we have started the initiative "Cash-Back Solidale". We invite Meeting Place customers to donate used clothes - in good condition - to be given to the neediest, thanks to the collaboration with Caritas of Trieste. In addition to enhancing the value of used clothing and accessories, the project promotes the circular economy and raises public awareness towards more conscious shopping. Significant results have been achieved since the first edition, with more than

10 tons of clothes donated: the initiative was successfully repeated in 2022.

But the poverty referred to in Agenda 2030 is not only economic, and can appear in different forms, such as educational poverty. In this regard, in collaboration with the hotel school "AD FORMANDUM," and "Slov.I.K.," we activated a social and labor integration project that offered 260-hour cooking courses at the Tiare Chef Lab in the Meeting Place to unaccompanied foreign minors, hosted by the "San Luigi" community in Gorizia. The goal was to bring them closer to the labor market, providing them with new skills and helping them improve their knowledge of the Italian language. On the other hand, as far as Goal 2 "End Hunger" is concerned, Ipercoop in Tiare Shopping has joined again this year the collection of basic necessities promoted by Coop Alleanza 3.0 in supporting the realities that take care of people and families in economic difficulty. For the initiative, thanks to which 655 kilograms of products were collected, Tiare Shopping made the Tiare Social Point, our recently renovated space available free of charge to the non-profit association La Ginestra, Emporio della Solidarietà - Diocese of Gorizia.

Our support for needy families is nothing new, however, and had already materialized during the Covid-19 pandemic with the donation of nearly 2,000 meals to the Caritas canteen in Gorizia.

Lastly, we would like to take this opportunity to give a preview of the news of a brand-new initiative that we have started together with IKEA: it is the donation to the "Don Giovanni Contavalle" Foundation of furniture and accessories to furnish an apartment destined to host 9 people, including women and children, with family disadvantages or in socioeconomic difficulties, with the aim of providing a comfortable environment that suits their needs.

Our commitment continues and is strengthened, thanks also to the choice of adopting a collaborative approach, which finds us working alongside businesses, associations, foundations and citizens: because in order to succeed, there really is a need for everyone's contribution.

**Gruppo Direzionale Tiare Shopping**



# PORRE FINE ALLA FAME, RAGGIUNGERE LA SICUREZZA ALIMENTARE, MIGLIORARE LA NUTRIZIONE E PROMUOVERE UN'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

## GOAL 2

Il Goal 2 fa riferimento a problematiche odierne correlate tra loro: agricoltura, sicurezza alimentare, nutrizione e fame. Basti pensare che l'agricoltura è il settore che impiega il maggior numero di persone in tutto il mondo, fornendo mezzi di sostentamento per il 40% della popolazione mondiale. Ed è la principale fonte di reddito e di lavoro per le famiglie rurali più povere. 500 milioni di piccole aziende agricole nel mondo forniscono l'80% del cibo che si consuma nella parte più sviluppata del pianeta, ma dal 1900 il comparto ha perso il 75% della varietà delle colture. Un uso migliore della biodiversità agricola potrebbe contribuire ad un'alimentazione più nutriente, a migliori mezzi di sostentamento per le comunità agricole e a sistemi agricoli più resilienti e sostenibili. Inoltre, si stima che se le donne attive in agricoltura avessero pari accesso alle risorse rispetto agli uomini, il numero delle persone che soffre la fame nel mondo potrebbe ridursi fino a 150 milioni – dagli attuali 795 milioni.

L'obiettivo del Goal 2, condiviso dai Paesi membri dell'ONU, è quello di raddoppiare la produttività agricola ed il reddito dei produttori di cibo su piccola scala - anche attraverso un accesso sicuro ed equo a terreni, input produttivi e investimenti frutto di una maggiore cooperazione internazionale - per sostenere lo sviluppo delle aree più povere e garantire una maggiore produttività a contrasto con il fenomeno della fame e della malnutrizione. Entro il 2030, l'obiettivo è anche quello di garantire sistemi di produzione alimentare sostenibili e implementare pratiche agricole resilienti che aumentino la produttività e la produzione, che aiutino a proteggere gli ecosistemi, che rafforzino la capacità di adattamento ai cambiamenti climatici, a condizioni meteorologiche estreme, siccità, inondazioni e altri disastri e che migliorino progressivamente la qualità del suolo. Un obiettivo dunque sociale ed ambientale.

Se si analizza la situazione del rapporto 2022 “Lo stato della sicurezza alimentare e della nutrizione nel mondo” (SOFI), questo mostra che il mondo sta facendo passi indietro negli sforzi per sconfiggere la fame e la malnutrizione. L'indagine svolta nel 2021 congiuntamente dall'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO), dal Fondo internazionale per lo sviluppo agricolo (IFAD), dal Fondo delle Nazioni Unite per l'infanzia (UNICEF), dal Programma alimentare mondiale dell'ONU (WFP) e dall'Organizzazione mondiale della sanità (OMS) evidenzia che ben 828 milioni di persone hanno sofferto la fame nel 2021 – 46 milioni di persone in più rispetto al 2020 e 150 milioni in più del 2019. Con una percentuale di circa 9,8% rispetto alla popolazione mondiale.

Nel 2021, circa 2,3 miliardi di persone (29,3%) in tutto il mondo erano in una situazione di insicurezza alimentare moderata o grave – 350 milioni in più rispetto a prima dello scoppio della pandemia da COVID-19. Quasi 924 milioni di persone (11,7% della popolazione mondiale) hanno sofferto di insicurezza alimentare grave, con un aumento di 207 milioni in due anni.

Si stima che 45 milioni di bambini di età inferiore ai cinque anni abbiano sofferto di deperimento, la forma più letale di malnutrizione, che, in età infantile, aumenta fino a 12 volte il rischio di morte. Inoltre, 149 milioni di bambini sotto i cinque anni hanno subito un ritardo di crescita e di sviluppo, a causa di una







carezza cronica di nutrienti essenziali nella loro alimentazione, contro 39 milioni di bambini in sovrappeso. Si stanno compiendo progressi sull'allattamento esclusivo al seno. Quasi il 44% dei neonati sotto i sei mesi di età sono stati allattati esclusivamente al seno, in tutto il mondo, nel 2020. Siamo ancora lontani dall'obiettivo del 50% entro il 2030. Desto grande preoccupazione il fatto che due bambini su tre non assumono la dieta diversificata minima di cui hanno bisogno per crescere e sviluppare al meglio il loro potenziale.

Guardando al futuro, si prevede che nel 2030, quasi 670 milioni di persone (l'8 % della popolazione mondiale) soffriranno ancora la fame, considerata, tuttavia, una ripresa economica mondiale. Un dato simile a quello del 2015, quando fu lanciato l'obiettivo di sconfiggere fame, insicurezza alimentare e malnutrizione entro la fine di questo decennio, nel quadro dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile.

di Ufficio stampa

## GOAL 2

# END HUNGER, ACHIEVE FOOD SECURITY, IMPROVE NUTRITION AND PROMOTE SUSTAINABLE AGRICULTURE

Goal 2 refers to today's interrelated issues: agriculture, food security, nutrition and hunger. Suffice it to say that agriculture is the sector that employs the largest number of people worldwide, providing livelihoods for 40 percent of the world's population, and is the main source of income and employment for the poorest rural households. 500 million small farms worldwide provide 80 percent of the food consumed in the most developed part of the planet, but since 1900 the sector has lost 75 percent of its crop diversity. Better use of agricultural biodiversity could contribute to more nutritious food, better livelihoods for farming communities, and more resilient and sustainable agricultural systems. Furthermore, it is estimated that if women who are active in agriculture had equal access to resources as men, the number of hungry people in the world could be reduced by up to 150 million-from the current 795 million.

The aim of Goal 2, shared by U.N. member countries, is to double the agricultural productivity and income of small-scale food producers-including through secure and equitable access to land, productive inputs, and investments resulting from increased international cooperation-to support the development of the poorest areas and ensure greater productivity to counter hunger and malnutrition. By 2030, the goal is also to ensure sustainable food production systems and to implement resilient agricultural practices that increase productivity and production, which help protect ecosystems, strengthen resilience to climate change, extreme weather, droughts, floods and other disasters, and progressively improve soil quality. A goal, therefore, social and environmental.

The 2022 "State of Food Security and Nutrition in the World" (SOFI) report shows that the World is increasingly suffering from hunger and malnutrition. The survey conducted in 2021 - jointly with the Food and Agriculture Organiza-

tion of the United Nations (FAO), the International Fund for Agricultural Development (IFAD), the United Nations Children's Fund (UNICEF), the UN World Food Program (WFP), and the World Health Organization (WHO) - shows that as many as 828 million people suffered from hunger in 2021 - 46 million more than in 2020 and 150 million more than in 2019. This is 9.8 percent of the world's population.

In 2021, about 2.3 billion people (29.3%) worldwide were moderately or severely food insecure - 350 million more than before the outbreak of the COVID-19 pandemic. Nearly 924 million people (11.7 percent of the world's population) were experiencing severe food insecurity, an increase of 207 million in two years.

It is estimated that 45 million children under the age of five have suffered from wasting, the deadliest form of malnutrition, which, in childhood, increases the risk of death up to 12 times. In addition, 149 million children under the age of five have suffered stunted growth and development due to chronic deficiency of essential nutrients in their diets, compared with 39 million overweight children.

Progress is being made on exclusive breastfeeding. Worldwide, nearly 44 percent of infants under six months of age were exclusively breastfed in 2020. By 2030, the goal is to reach 50%. Of great concern, is the fact that two out of three children do not get the minimum diversified diet they need to grow and develop to their fullest potential.

Looking to the future, nearly 670 million people (8 percent of the world's population) are still expected to suffer from hunger in 2030, given, however, a global economic recovery. This figure is similar to that of 2015, when a goal was launched to defeat hunger, food insecurity and malnutrition by the end of this decade.

Press Office



# LA SITUAZIONE DEL FRIULI RISPETTO AL GOAL 2

Il Friuli Venezia-Giulia sta portando avanti un percorso verso la sostenibilità del territorio, in rapporto agli obiettivi delineati dall'Agenda 2030 dell'ONU. Grazie alle iniziative intraprese dalle Istituzioni, delle Associazioni e dai cittadini, la Regione ha potuto, e sta continuando, a dare il proprio contributo in termini ambientali e sociali.

Non solo il Friuli-Venezia Giulia, ma tutte le 20 Regioni italiane stanno realizzando interventi sul territorio in questo senso. ASviS (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile) ha recentemente reso noto il Rapporto "I territori e lo sviluppo sostenibile": un'analisi sul posizionamento di Regioni, Province e Città metropolitane rispetto ai 17 Goals dell'Agenda 2030.

In merito ai Goal 1 e 2 – Obiettivi centrali in questo numero del magazine – emergono due andamenti contrastanti in riferimento al Friuli-Venezia Giulia:

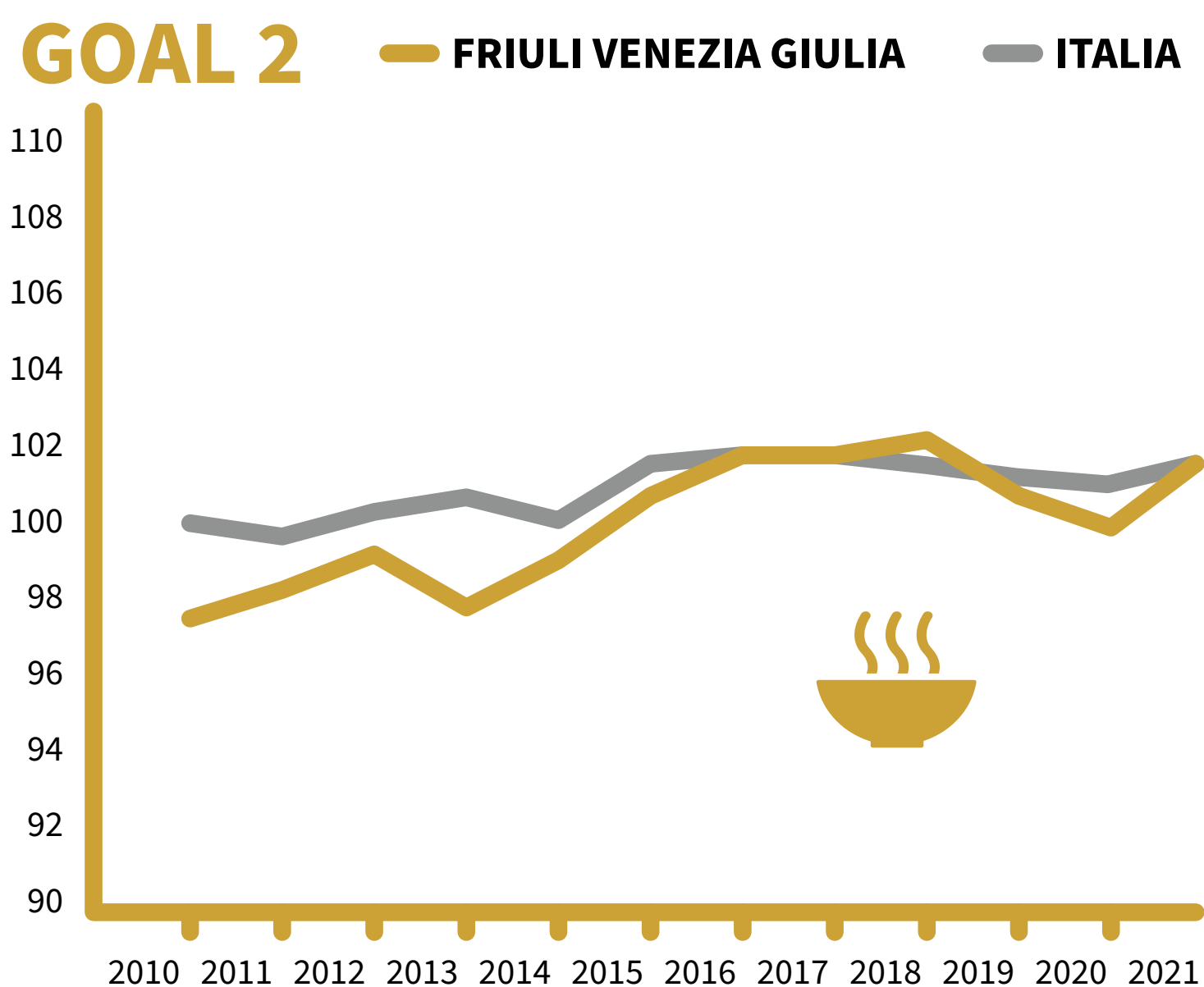
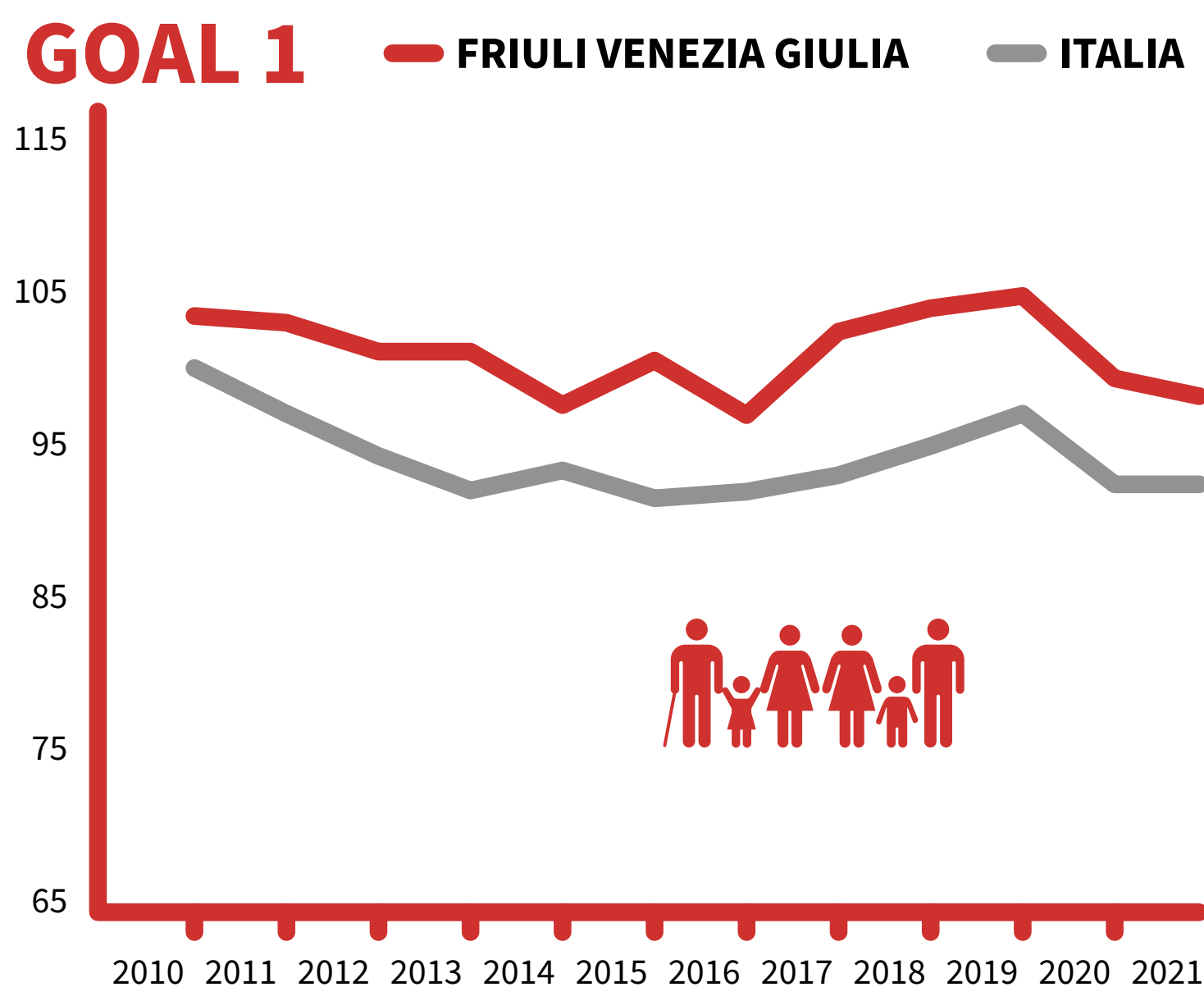
- per il Goal 2 si registra un trend positivo, infatti, aumenta la quota di coltivazioni biologiche (+7,9 punti percentuali) mentre si riduce l'uso di fertilizzanti (-30,1%) e diminuiscono le persone obese o in sovrappeso (-3,5 punti percentuali). Per questi ultimi due indicatori si segnala, però, un peggioramento tra il 2019 e il 2021 (rispettivamente +12,9% e +1,6 punti percentuali).
- per il Goal 1 il trend è invece negativo: aumenta la povertà assoluta (+5,0 punti percentuali a livello di ripartizione, di cui 2,0 tra il 2019 e il 2021). Tra il 2019 e il 2021 si è riscontrato un decremento dell'intensità lavorativa (+2,7 punti percentuali) ed un aumento del numero delle persone che vivono in abitazioni con problemi strutturali (+6,2 punti percentuali).

C'è sicuramente ancora molta strada da fare! È necessario proseguire con iniziative che supportino il percorso intrapreso dalla Regione verso la sostenibilità verso grazie sia all'aiuto delle Istituzioni sia all'impegno in prima linea dei cittadini stessi.

Non dimenticate che il cambiamento inizia da noi, e, magari seguendo le nostre tips alla fine del magazine potete iniziare a muovere i primi passi verso la sostenibilità!

L'intero Rapporto sulla Regione è [qui](#).

di Ufficio stampa



L'andamento del Friuli-Venezia Giulia sullo sviluppo sostenibile rispetto alla media nazionale.





## THE SUSTAINABLE APPROACH OF RETAIL

Friuli Venezia-Giulia is pursuing a path toward territorial sustainability, in relation to the goals outlined in the UN Agenda 2030. Thanks to the initiatives undertaken by Institutions, Associations and citizens, the Region has been able, and is continuing, to give its contribution to environmental and social issues. Not only Friuli-Venezia Giulia, but all 20 Italian regions are implementing interventions on the ground in this sense. ASviS (Italian Alliance for Sustainable Development) recently released the Report "Territories and Sustainable Development": an analysis about the positioning of Regions, Provinces and Metropolitan Cities regarding the 17 Goals of the 2030 Agenda.

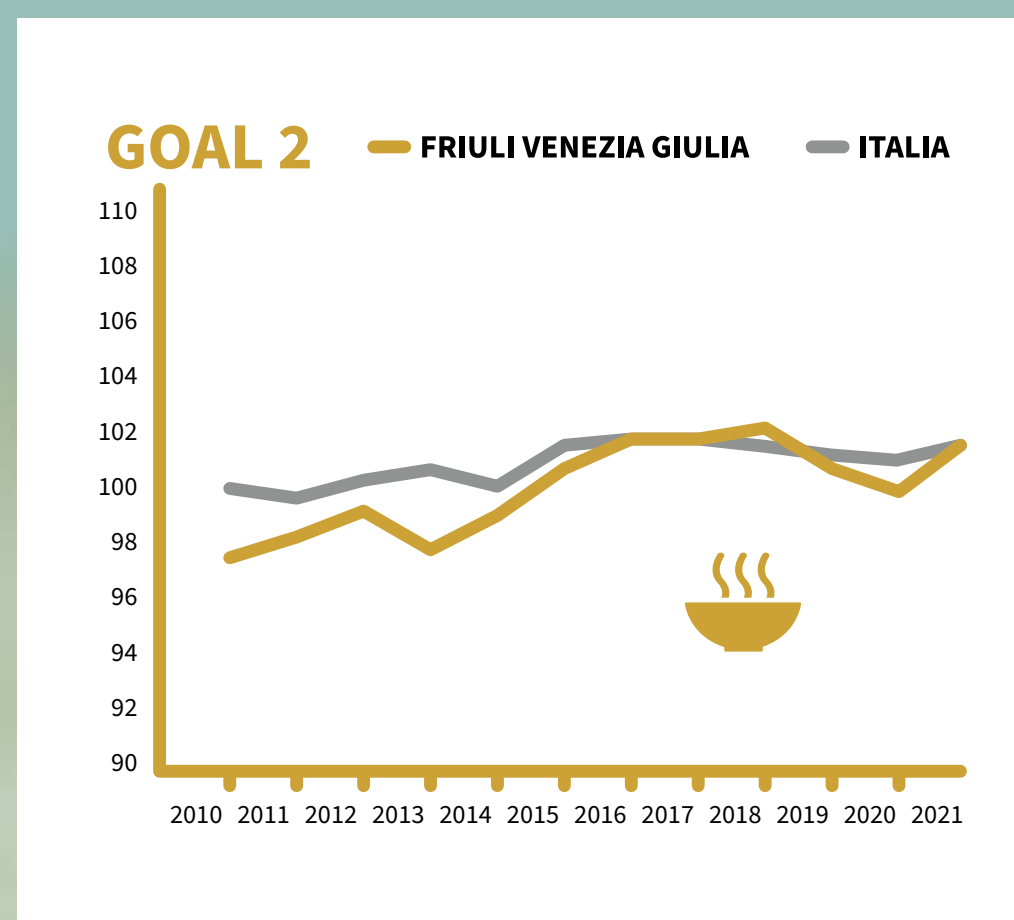
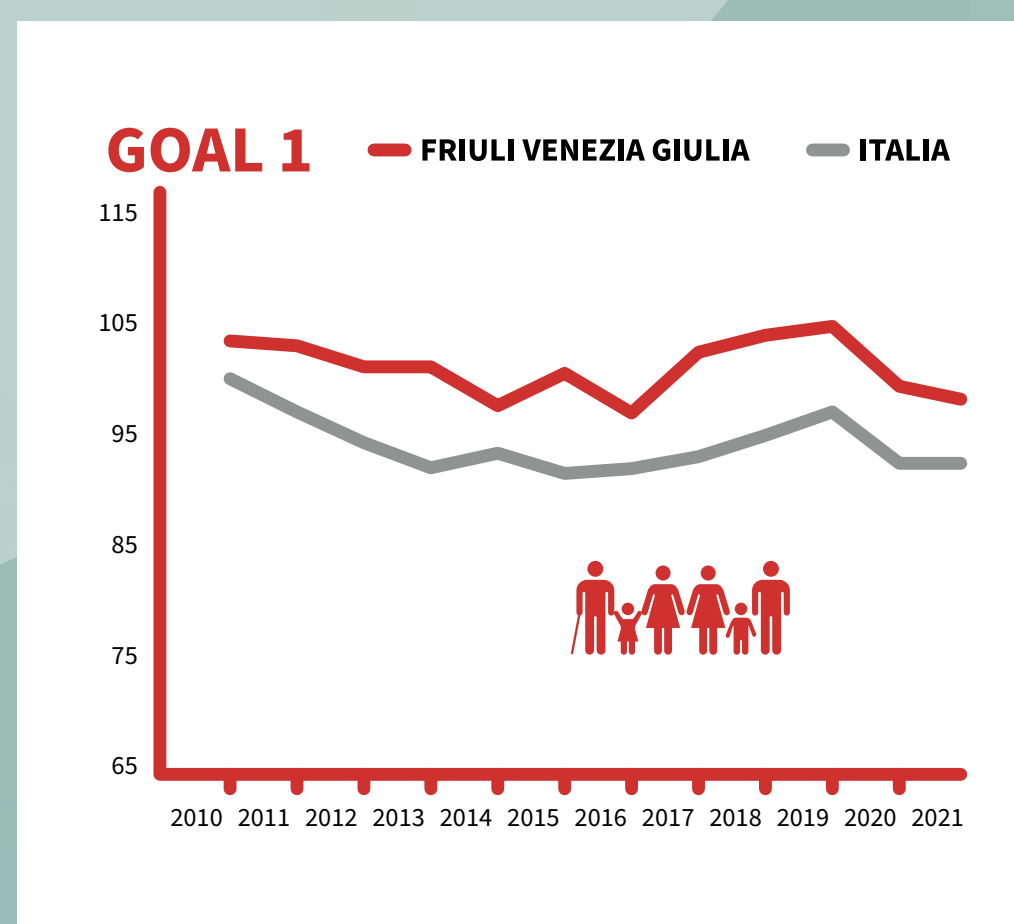
Concerning Goals 1 and 2 - Central goals in this issue of the magazine - two contrasting trends emerge in reference to Friuli-Venezia Giulia:

- A positive trend has been registered in Goal 2, in fact, the share of organic crops increases (+7.9 percentage points) while the use of fertilizers decreases (-30.1 percent) and obese or overweight people decrease (-3.5 percentage points). For the latter two indicators, however, a worsening is reported between 2019 and 2021 (+12.9 percent and + 1.6 percentage points, respectively).

- For Goal 1, on the other hand, the trend is negative: absolute poverty increases (+5.0 percentage points at the breakdown level, including 2.0 between 2019 and 2021). Between 2019 and 2021, there was a decrease in labor intensity (+2.7 percentage points) and an increase in the number of people living in housing with structural problems (+6.2 percentage points)

There is definitely still a long way to go! It is necessary to continue with initiatives that support the path the region has taken toward sustainability thanks to both the help of institutions and the frontline efforts of citizens themselves.

Don't forget that change starts with us, and, perhaps by following our tips at the end of the magazine you can start taking the first steps toward sustainability! The whole Region Report is [here](#).



*Friuli-Venezia Giulia's performance on sustainable development compared with the national average.*



# LO SPRECO ALIMENTARE

**L**a povertà, la fame e la malnutrizione sono piaghe che continuano a crescere a livello globale. Nel nostro quotidiano non ci accorgiamo di quanto cibo, che per fortuna non manca sulla nostra tavola e nei supermercati, venga costantemente sprecato. Un'abitudine che non presta attenzione alla fortuna che solo una minoranza della popolazione mondiale ha il lusso di permettersi.

Si è detto più volte che la responsabilità inizia dai nostri gesti, e forse questo "slogan" così inflazionato non è mai stato ascoltato veramente. Basti pensare che oggi lo spreco alimentare in Italia vale oltre 9,2 miliardi solo per il cibo gettato nelle case: una stima che sale a 15 miliardi se includiamo il costo dell'energia utilizzata per la produzione del cibo. Eppure, sempre in Italia, oltre 2,6 milioni di persone faticano a nutrirsi regolarmente a causa dell'aumento dei prezzi e dei rincari delle bollette e 5,6 milioni di individui (il 9,4% della popolazione) versano in condizione di povertà. Come risulta da una ricerca rivolta al 2022 fatta dall'Osservatorio Waste Watcher International sul "Caso Italia". Come riporta il rapporto, nel corso del 2022 lo spreco alimentare degli italiani è passato su base settimanale da 595,3 grammi pro capite di febbraio a 674,2 grammi nel mese di agosto.

Il World Foodwaste Report – un progetto della campagna Spreco Zero su monitoraggio Ipsos – ha, inoltre, monitorato i comportamenti dei cittadini di 9 Paesi del mondo: Italia, Spagna, Germania, Francia, Regno Unito, Stati Uniti, Sudafrica, Brasile, Giappone. Sudafrica e Giappone si sono rivelati i Paesi più virtuosi, perché nelle loro case si spreca circa la metà di cibo rispetto all'Italia (324 e 362 grammi a settimana), mentre in Europa è la Francia il Paese più virtuoso con 634 grammi settimanali.

Gli Stati Uniti guidano la classifica mondiale dello spreco, con 1.338 grammi di cibo gettato a settimana.

*"Per questo, a livello globale, ma anche locale, diventa essenziale mettere al centro dell'azione politica la food policy come strategia sociale, economica e di sviluppo sostenibile"* come sostenuto da Andrea Segrè, Direttore Scientifico degli eventi, fondatore della campagna Spreco Zero e Direttore scientifico Waste Watcher International.

E aggiungiamo che oltre ad importanti politiche necessarie, è importante una consa-

pevolezza di massa che tenga conto dell'importanza delle materie prime e del contesto sociale in cui ci troviamo tutti a vivere. Questi dati devono far riflettere e li mettiamo a disposizione perché un'informazione trasparente possa incoraggiare tutti a fare sempre meglio.

**di Ufficio stampa**



## FOOD WASTE

Poverty, hunger and malnutrition are phenomena that continue to grow globally. Fortunately, there is no shortage of food on our tables and in our supermarkets, but we do not realize how much of it is wasted every day. This trend does not consider that only a minority of the world's population has the luxury of being able to afford food on a daily basis.

It has been reiterated many times that responsibility begins with our actions. This "slogan," though overblown, has never really been heard. It is sufficient to think that today food waste in Italy is worth more than 9.2 billion, just for food thrown into homes: an estimate that rises to 15 billion, if we include the cost of the energy used to produce the food. Yet, still in Italy, more than 2.6 million people struggle to feed themselves on a regular basis due to rising prices and rising utility bills. As shown in a 2022 research conducted by Waste Watcher International

on the "Italy Case"; 5.6 million individuals (9.4 percent of the population) are in poverty. The report shows that during 2022 Italians' food waste increased on a weekly basis from 595.3 grams per capita in February to 674.2 grams in August.

The World Foodwaste Report -a project by the Zero Waste campaign on Ipsos monitoring- has, in addition, monitored the behavior of citizens in 9 countries around the world: Italy, Spain, Germany, France, the United Kingdom, the United States, South Africa, Brazil, and Japan. South Africa and Japan turned out to be the most virtuous countries because about half as much food is wasted in their homes as in Italy (324 and 362 grams per week), while in Europe the most virtuous country is France, with 634 grams per week.

The United States tops the global waste ranking, with 1,338 grams of food thrown away per week.

"Therefore, at the global level, but also at the local level, it becomes essential to put food policy as a social, economic and sustainable development strategy at the center of political action," as argued by Andrea Segrè, Scientific Director of the events, founder of the Zero Waste campaign and Scientific Director of Waste Watcher International.

We add that in addition to sponsoring important policies, it is necessary to create a massive awareness that considers the importance of raw materials and the social context in which we live.

These data that we wanted to share should make us reflect on the current situation and encourage all of us to do better and better.



# COOP ALLEANZA 3.0 DICE NO ALLO SPRECO CON “BUON FINE”: NEL 2022 IN 252 NEGOZI HANNO DONATO CIBO PER OLTRE 1.800 TONNELLATE A 390 REALTÀ LOCALI

**I**l progetto della Cooperativa, coerente con gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'Onu, consente di ridurre le eccedenze e destinarle in solidarietà, in favore di chi ha più bisogno.

Un processo virtuoso e cooperativo per ridurre le eccedenze e contrastare gli sprechi, facendo solidarietà. È il progetto “Buon fine” di Coop Alleanza 3.0, presente in 252 negozi, che nel 2022 ha destinato oltre 1.800 tonnellate di cibo a 390 realtà locali, garantendo più di 10.000 pasti al giorno a persone e animali in difficoltà.

In provincia di Gorizia nel 2022 il progetto ha permesso di donare più di 22 tonnellate, pari a oltre 120 pasti giornalieri, in favore di due realtà territoriali. Oltre 19 tonnellate sono state destinate all'associazione di famiglie la Ginestra Onlus, che gestisce gli empori solidali di Gorizia, Monfalcone e Cervignano e che hanno permesso di preparare più di 100 pasti giornalieri a persone in difficoltà. La Ginestra Onlus è l'associazione che collabora con Coop Alleanza 3.0 per il progetto “Buon fine” a cui partecipa anche l'ipercoop del Centro Commerciale Tiare di Villesse.

Coop Alleanza 3.0 realizza da quasi 20 anni iniziative per ridurre gli sprechi alimentari, incentivando comportamenti che impediscono che gli invenduti finiscano nella spazzatura.

La più forte di queste esperienze è appunto il progetto “Buon fine”, a cui collaborano lavoratori, soci, clienti e volontari della Cooperativa in un vero processo “cooperativo”: uno sforzo collettivo, un controllo attento dei prodotti per recuperare le referenze vicine alla scadenza o con piccoli difetti, ma ancora buone.

15

Grazie ai lavoratori, che con precisione ne gestiscono attentamente i tempi e lo stoccaggio e l'ottimizzazione degli ordini, i prodotti in scadenza sono prima messi a disposizione a prezzo scontato

per i consumatori, in uno spazio dedicato del punto vendita.

Attraverso gli sconti sui prodotti prossimi alla scadenza, soci e consumatori possono acquistarli con riduzioni di prezzo dal 30 al 50% risparmiando e, al tempo stesso, abbattendo gli sprechi: nel 2022 i consumatori hanno risparmiato complessivamente oltre 23 milioni di euro, acquistando i prodotti con l'etichetta Buon Fine nei negozi di Coop Alleanza 3.0.

Infine, gli articoli rimasti ancora invenduti - o con piccole imperfezioni estetiche, ma buonissimi e perfettamente conservati - vengono destinati in solidarietà alle realtà locali che assistono persone che vivono in condizioni di disagio o animali abbandonati, individuate grazie alla collaborazione con istituzioni e volontari della Cooperativa.

Per saperne di più, consultare il sito di Coop Alleanza 3.0 al link diretto [all.coop/buonfine](http://all.coop/buonfine).

di Coop



**COOP ALLEANZA 3.0 IS SAYING NO TO WASTE WITH “GOOD END”: IN 2022 IN 252 STORES DONATED FOOD WORTH MORE THAN 1,800 TONS TO 390 LOCAL REALITIES**

The Cooperative's project, which is consistent with the goals of the UN Agenda 2030, makes it possible to reduce surpluses and allocate them in solidarity, in favor of those most in need.

A virtuous and cooperative process to reduce surpluses and combat waste, while acting in solidarity. It is the “Good End” project of Coop Alleanza 3.0, present in 252 stores, which in 2022 destined more than 1,800 tons of food to 390 local realities, guaranteeing more than 10,000 meals per day to people and animals in need.

In the province of Gorizia in 2022, the project donated more than 22 tons, equal to more than 120 meals per day, in favor of two territorial realities. More than 19 tons went to the family association La Ginestra Onlus, which runs the solidarity emporiums in Gorizia, Monfalcone, and Cervignano and made it possible to prepare more than 100 daily meals for people in need. La Ginestra Onlus is the association that collaborates with Coop Alleanza 3.0 for the “Good Ends” project in which the hypercoop at the Tiare Shopping Center in Villesse also participates.

Coop Alleanza 3.0 has been implementing initiatives to reduce food waste for almost 20 years, encouraging behaviors that prevent unsold items from ending up in the trash.

The strongest of these experiences is precisely the

“ ‘Buon Fine’ project,” in which the Cooperative's workers, members, customers and volunteers collaborate in a true “cooperative” process: a collective effort, a careful checking of products to recover references close to expiration or with small defects, but still good.

Thanks to workers, who carefully manage their timing and storage and order optimization, expiring products are first made available at a discounted price to consumers in a dedicated space in the store.

Through discounts on products nearing expiration, members and consumers can purchase them with price reductions of 30 to 50 percent while saving money and, at the same time, cutting down on waste: in 2022, consumers saved a total of more than 23 million euros by purchasing products with the Buon Fine label in Coop Alleanza 3.0 stores.

Finally, the items still left unsold - or with minor aesthetic imperfections, but delicious and perfectly preserved - are destined in solidarity to local realities that assist people living in distress or abandoned animals, identified thanks to the collaboration with institutions and volunteers of the Cooperative. To learn more, see the Coop Alleanza 3.0 website at the direct link [all.coop/buonfine](http://all.coop/buonfine).

Coop





# I GOAL 1 E 2 SECONDO IKEA

## Goal 1 Sconfiggere la povertà

IKEA si impegna per creare una vita migliore per la maggior parte delle persone, non solo dei suoi clienti e suoi dipendenti, ma anche per tutti coloro che sono coinvolti nella catena di fornitura (lavoratori dei suoi fornitori e sub-fornitori, di tutta la supply chain) così da poter avere un impatto positivo sulle persone e sul pianeta a 360 gradi.

IWAY è il codice di condotta che si applica a tutti i fornitori di IKEA e che, grazie ai suoi requisiti sociali e ambientali, permette di creare e mantenere condizioni positive per le persone e per il pianeta lungo tutta la catena che coinvolge la filiera. Infatti, grazie ai principi IWAY viene assicurato un lavoro dignitoso, all'interno di contesti sicuri ed integri e nel rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori, così da assicurare condizioni lavorative e di vita adeguate.

## Goal 2 Sconfiggere la fame

IKEA ha l'obiettivo di sensibilizzare le persone e renderle sempre più consapevoli sull'impatto quotidiano che certe azioni hanno sull'ambiente, sulle persone, e sul proprio portafogli.

Fare scelte consapevoli e sostenibili conviene sempre, soprattutto in cucina. Per questo motivo è stato dato un ruolo centrale al tema dello spreco alimentare. Infatti, grazie alla giusta consapevolezza, a piccole attenzioni, e alla scelta corretta di prodotti è possibile veramente fare la differenza! Oltre a trovare nei negozi IKEA la campagna di comunicazione in collaborazione con Legambiente "Gesti Concreti" con consigli per evitare sprechi alimentari, nel mese di marzo in tutti i negozi di Italia, compreso quello di Villesse, si sono tenuti dei workshop dove sono state realizzate delle gustose ricette antispreco. Questa attività ha permesso di conoscere al meglio gli aspetti di questa grande sfida grazie alle semplici azioni nel quotidiano.

di **IKEA**

## GOAL 1 AND 2 ACCORDING TO IKEA

### Goal 1 Defeating poverty

IKEA strives to create a better life for most people, not only its customers and employees, but also for all those involved in the supply chain (workers from its suppliers and sub-suppliers, from the entire supply chain) so that it can have a positive impact on people and the environment in an all-round way.

IWAY is the code of conduct that applies to all of IKEA's suppliers, and through its social and environmental requirements it enables the creation and maintenance of positive conditions for people and the planet throughout the chain involving the supply chain. In fact, thanks to the IWAY principles decent work is ensured, within safe and integral contexts and with respect for the fundamental rights of workers, so as to ensure adequate working and living conditions.

### Goal 2 Defeating hunger

IKEA aims to raise awareness and make people increasingly aware of the daily impact certain actions have on the environment, on people, and on their wallets.

Making conscious and sustainable choices always pays off, especially in the kitchen. For this reason, the issue of food waste has been given a central role. In fact, with the right awareness, small attentions, and the right choice of products it is possible to really make a difference! Besides finding in IKEA stores a "Gesti Concreti" communication campaign with tips to avoid food waste, in collaboration with Legambiente, workshops were held in March in all stores in Italy, including the one in Villesse, where tasty anti-waste recipes were made. This activity provided a better understanding of the aspects of this great challenge through simple actions in everyday life.

**IKEA**



# #TIARETIPS

## 10 consigli per la tutela ambientale 10 sustainable tips

di Ufficio stampa - Press Office

**1** Segui un'alimentazione sana e varia.

Follow a healthy and varied diet.

---

**2** La carne fa bene, ma non esagerare!

Meat is good for you, but don't exaggerate!

---

**3** Crea il tuo piccolo orto in città e coltiva frutta e verdura.

Create your own small garden in the city and grow fruits and vegetables.

---

**4** Condividi i frutti del tuo orto con il quartiere.

Share the fruits of your garden with the neighborhood.

---

**5** Fai movimento.

Do physical exercise.

---

**6** Non sprecare il cibo: trova nuove ricette per non buttare via nulla!

Don't waste food: find new recipes for not throwing anything away!

---

**7** Brutto non equivale a cattivo: non fare body-shaming al cibo.

Ugly does not equal bad: don't body-shame food.

---

**8** Partecipa alle numerose collette alimentari della tua città.

Participate in the many food collections in your city.

---

**9** Acquista dai piccoli rivenditori!

Buy from small retailers!

---

**10** Anche un caffè sospeso può cambiare la giornata di qualcuno!

Even a suspended coffee can change someone's day!





# POP

people of planet

## MAGAZINE

**Editore e Proprietario:**  
Direzione Tiare Shopping

**Direttore responsabile:**  
Maria Grazia Persico

**Redazione:**  
Andrea Romeo  
Sara Pirandello  
Valentina Pirali

**Progetto grafico e  
Direzione creativa:**  
Different  
differentglobal.com

# People of Planet

**Scopri tutte le iniziative di Tiare Shopping.**

Ti aspettiamo, perché solo insieme  
**il futuro è un posto più bello.**



**TIARESHOPPING.COM**