

# Los jóvenes y la sostenibilidad alimentaria

**Suelen Souza**

**Responsable del área de Salud y Nutrición**

**Asuntos Públicos**

**DANONE**

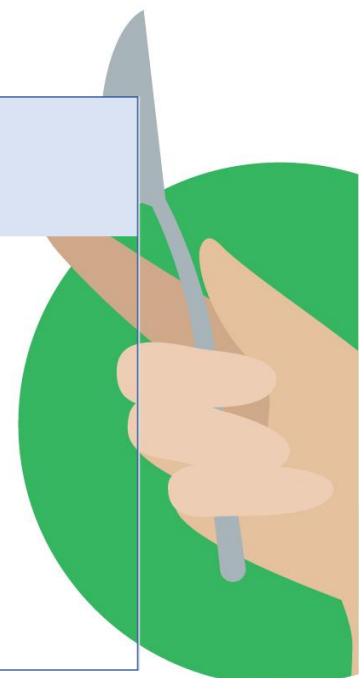
# A GLOBAL ISSUE: OUR FOOD SYSTEM IS BROKEN

## Food production is the major driver of environmental degradation

- Up to 30% of green-house gas effects
- 70% of fresh water
- 70% of croplands
- Major driver of wild biodiversity loss
- Decrease of agrobiodiversity
  - 75% of world food comes from 12 plants / 5 animal species
  - 60% of energy intakes come from covered by rice, maize, wheat
- 30% of degraded lands



## 30% foods lost & wasted Plastic pollution



## 1 out of 3 people is malnourished



**2 billion** people lack key micronutrients like iron and vitamin A



**155 million** children are stunted



**52 million** children are wasted



**2 billion** adults are overweight or obese



**41 million** children are overweight



**88%** of countries face a serious burden of either two or three forms of malnutrition

<https://globalnutritionreport.org/>

# A GLOBAL ISSUE: OUR FOOD SYSTEM IS BROKEN

What would happen by 2050  
in a "business as usual" scenario?

A "business as usual" scenario is not an option...and it's urgent to act



- Diet-related chronic diseases would explode (esp. T2 diabetes, cardio-vascular diseases)



- National health care systems could be bankrupt



# ESPAÑA

**41%**

OF 6 TO 9 YEAR-OLDS  
ARE OBESE OR  
OVERWEIGHT

**47%**

IN CASE OF CHILDREN  
WHO COME FROM  
VULNERABLE SOCIO-  
ECONOMIC COLLECTIVES

**90%**

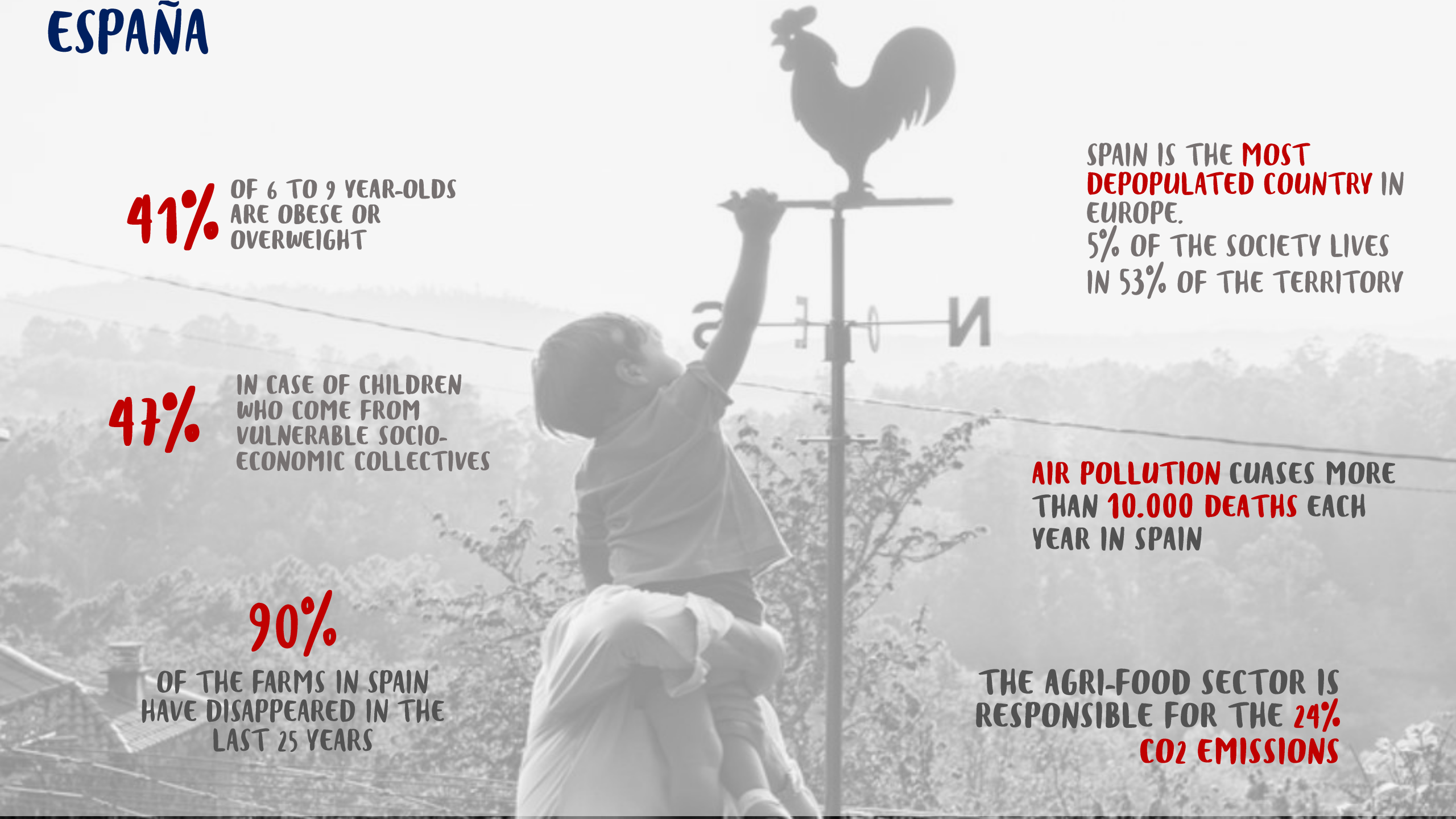
OF THE FARMS IN SPAIN  
HAVE DISAPPEARED IN THE  
LAST 25 YEARS

SPAIN IS THE **MOST  
DEPOPULATED COUNTRY** IN  
EUROPE.

5% OF THE SOCIETY LIVES  
IN 53% OF THE TERRITORY

**AIR POLLUTION** CAUSES MORE  
THAN **10.000 DEATHS** EACH  
YEAR IN SPAIN

THE AGRI-FOOD SECTOR IS  
RESPONSIBLE FOR THE **24%**  
**CO2 EMISSIONS**





# ESTUDIO EN POBLACIÓN 18-35 AÑOS SOBRE SOSTENIBILIDAD

1

LET'S GET TO KNOW THEM BETTER

2

IS SUSTAINABILITY RELEVANT TO THEM?

3

WHICH TERRITORY MOVES THEM THE MOST?

**KANTAR**

# DEFINING SUSTAINABILITY

Reminder of what we mean by sustainability This isn't just about environment, it is about one sustainable future for our planet, our people



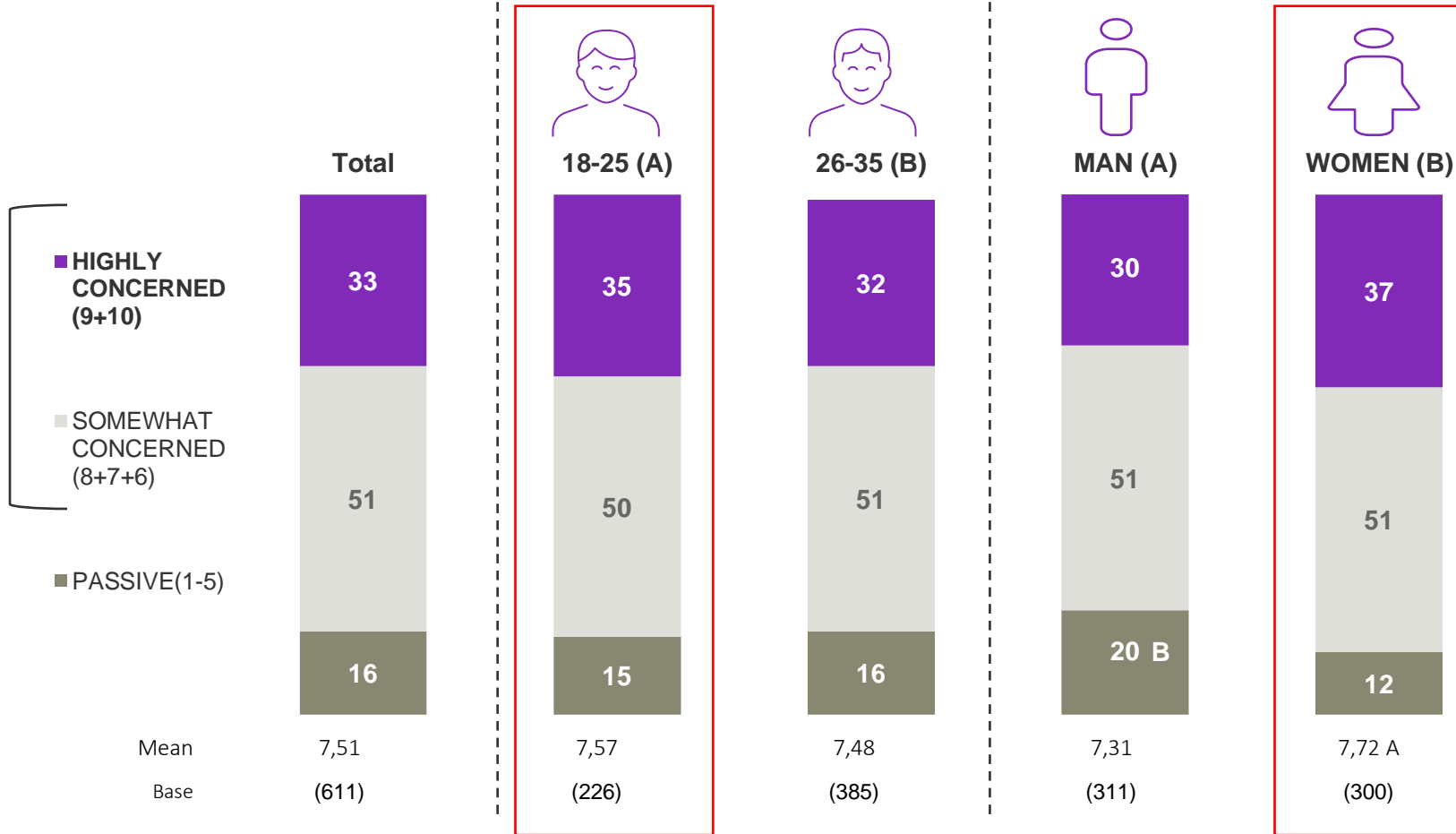
## **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**


<b>1</b> FIN DE LA POBREZA 	<b>2</b> HAMBRE CERO 	<b>3</b> SALUD Y BIENESTAR 	<b>4</b> EDUCACIÓN DE CALIDAD 	<b>5</b> IGUALDAD DE GÉNERO 	<b>6</b> AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO 
<b>7</b> ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 	<b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 	<b>9</b> INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	<b>10</b> REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	<b>11</b> CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	<b>12</b> PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 
<b>13</b> ACCIÓN POR EL CLIMA 	<b>14</b> VIDA SUBMARINA 	<b>15</b> VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 	<b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	<b>17</b> ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	 <b>OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE</b>

# OVERALL CONCERN ABOUT SUSTAINABILITY/ SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Actualmente, ¿Hasta qué punto estás preocupado por la sostenibilidad/ el desarrollo sostenible del planeta y de la sociedad? (%)

**Highly+  
Somewhat  
concerned  
84%**



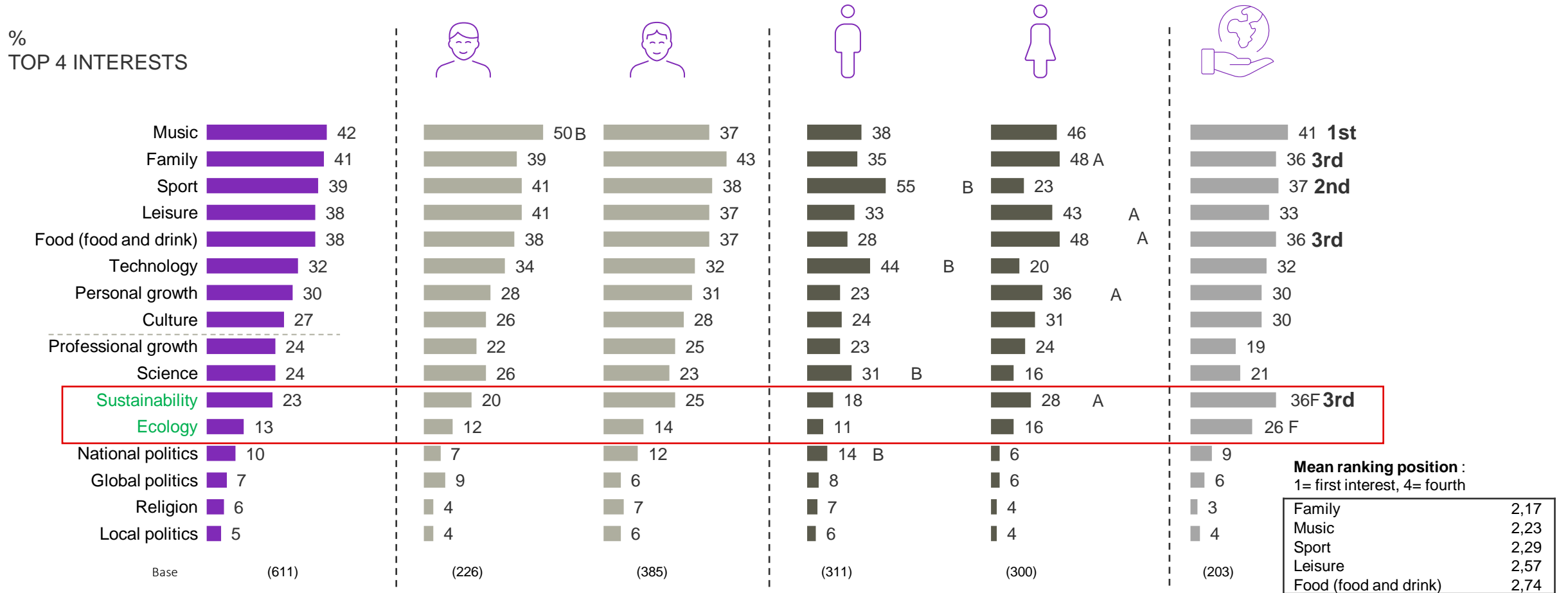
  
**33% Concerned (9+10)**  
 This target Will be used along the report to highlight differences among the most concerned people



# THE TOPICS RELATED TO ENJOYMENT ARE THE MOST INTERESTING

Having fun and their family are the top interests, while sustainability is less relevant in this context

A continuación se muestra una serie de temáticas. Por favor, selecciona las 4 temáticas que **más te interesan personalmente**.

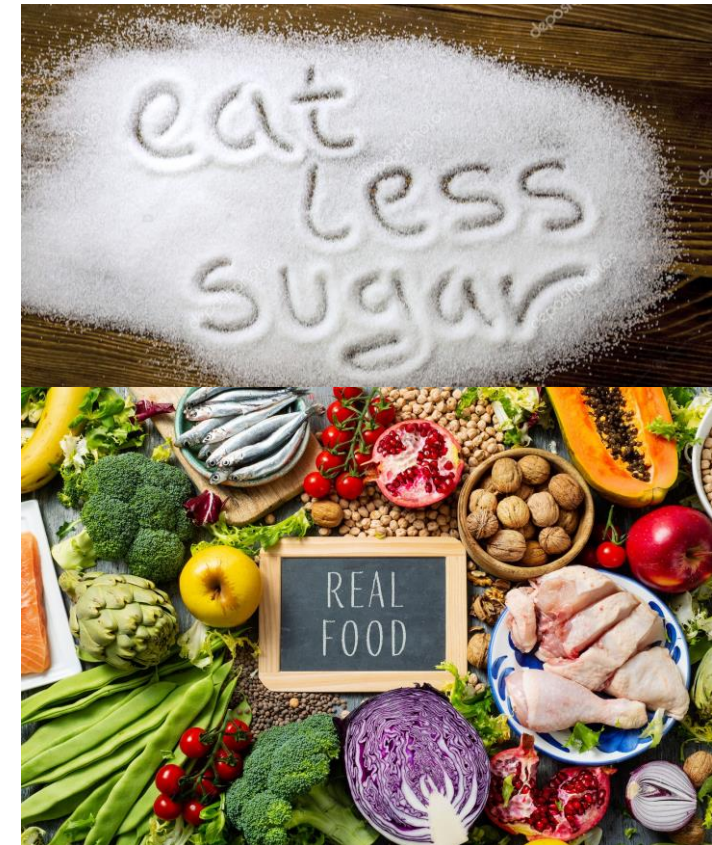
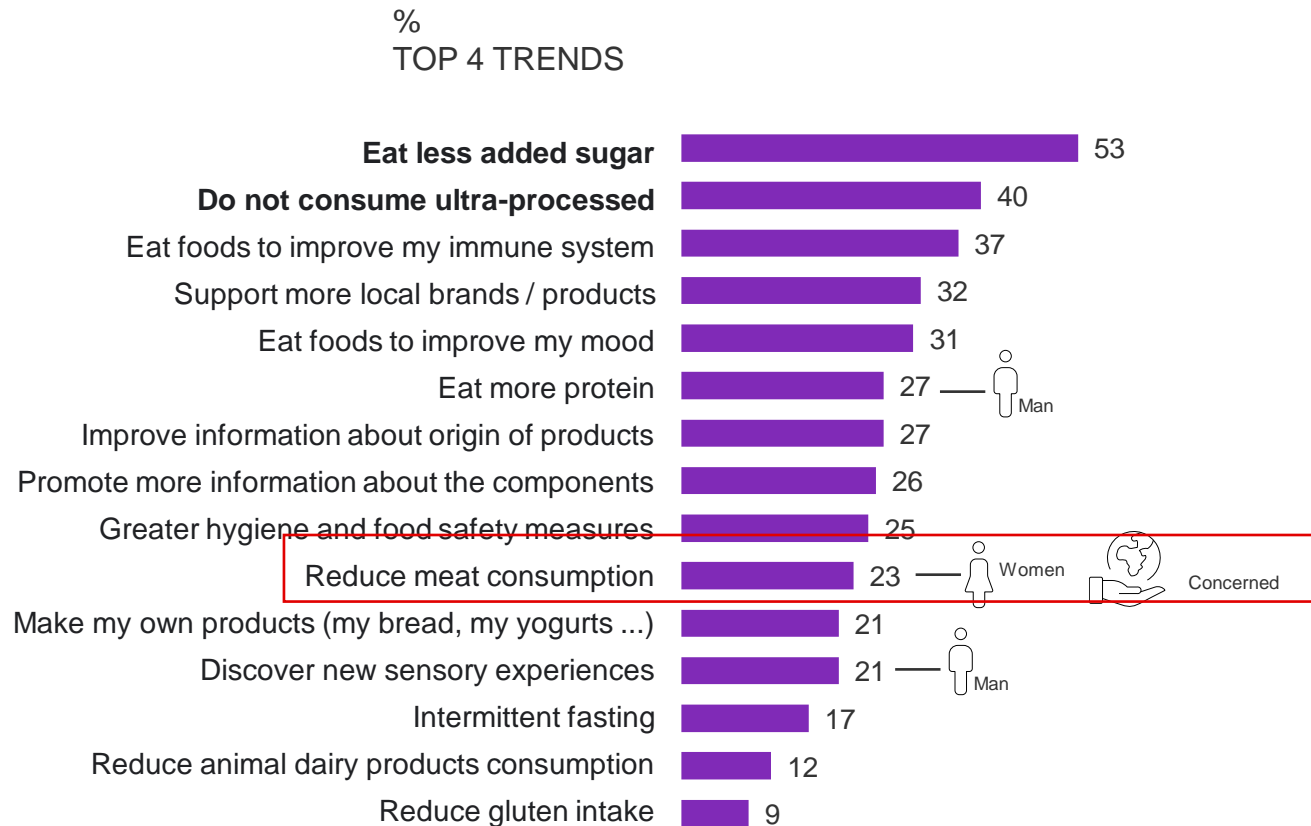




# EATING HABITS TRENDS

Reduce sugar and ultra-processed are the most interesting trends for the young target, totally aligned with the most popular trends in this area.

A Ahora pensando en **tus hábitos de alimentación**, en los productos que comes y bebes. ¿Cuáles de las siguientes **tendencias de alimentación** te interesan más personalmente?



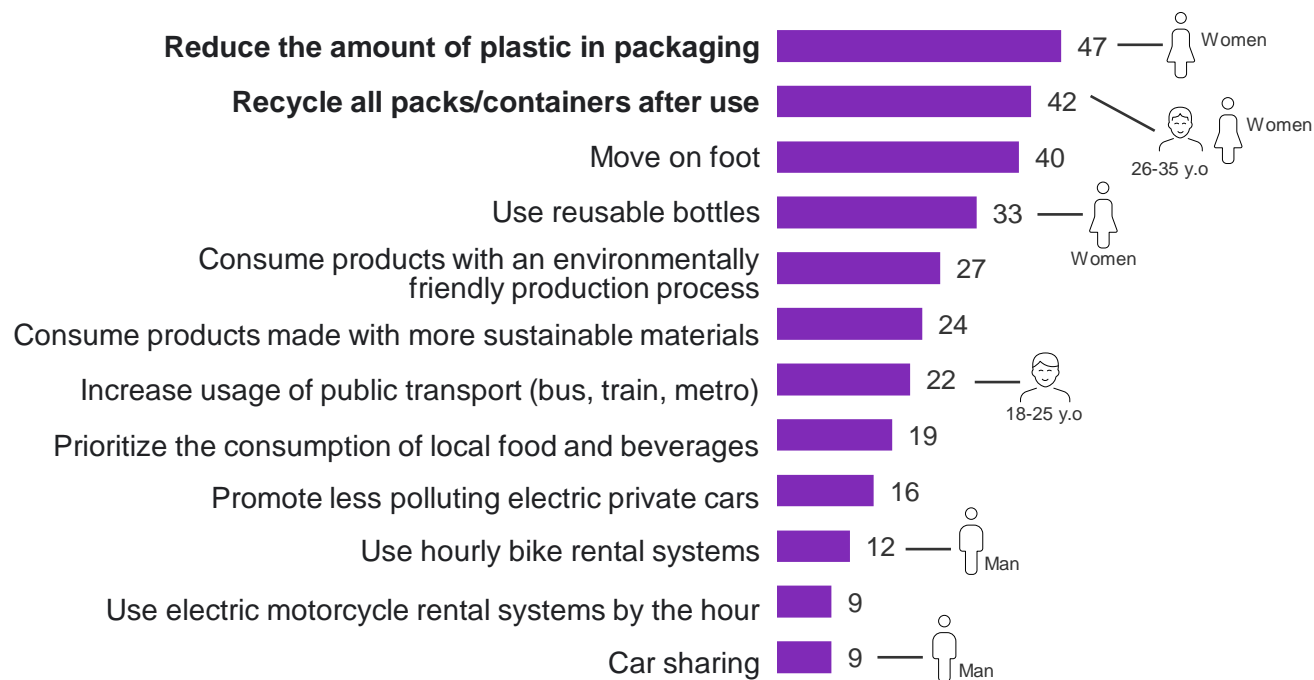
Base (611)

# ECO TRENDS

Most popular trends are related with reducing the impact of plastic (reducing or recycling)

Ahora vamos a hablar de sostenibilidad y de algunas iniciativas que otras personas han mencionado. ¿Cuales de las siguientes **tendencias de sostenibilidad** te interesan más personalmente?

%  
TOP 3 TRENDS



Base (611)

## Europa declara la guerra al plástico

Plásticos de un solo uso: estas son las nuevas normas de la Unión Europea para reducir la basura marina

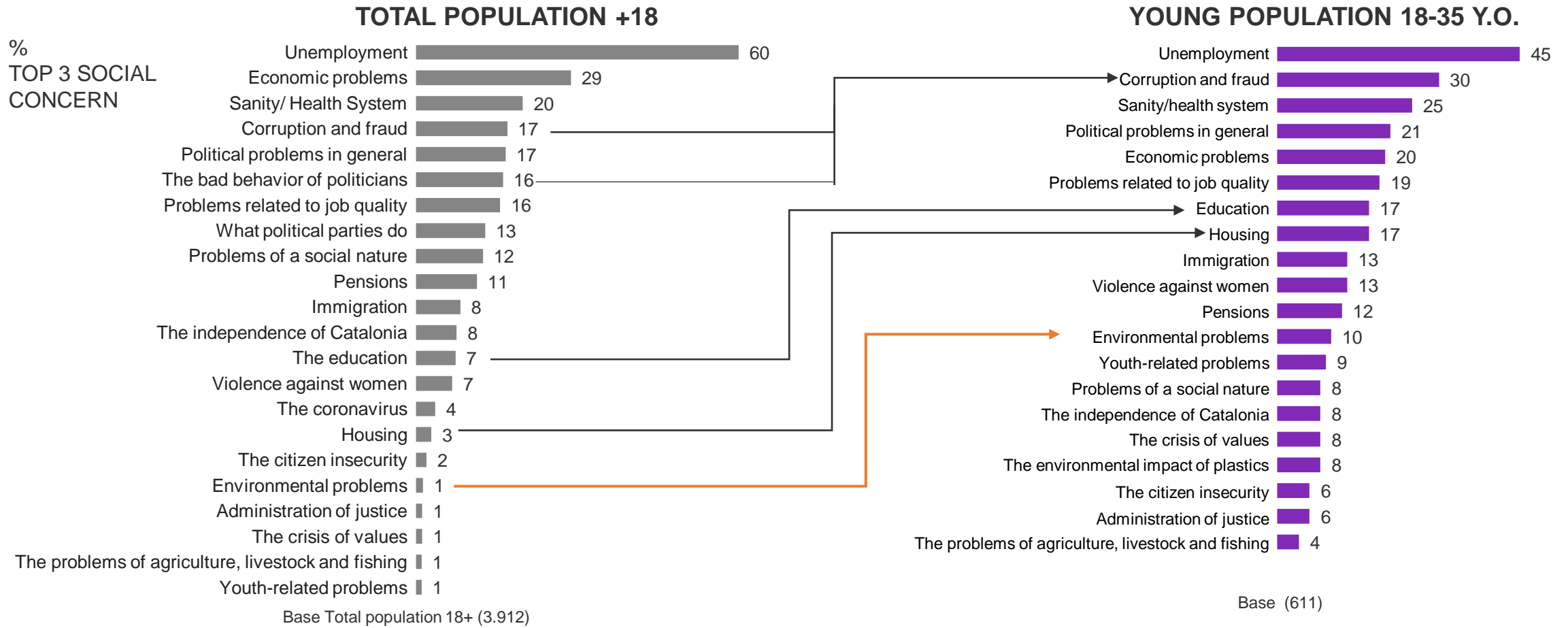


Los 10 productos plásticos más comunes en las playas europeas

[https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/actualidad/europa-declara-guerra-plastico\\_12762](https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/actualidad/europa-declara-guerra-plastico_12762)

# MOST IMPORTANT CONCERNS AMONG TOTAL POPULATION

Young people have similar social concerns to the total Spanish population



Datos del CIS:  
[http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Indicadores/documentos\\_html/TresProblemas.html](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html)



# Estudio en población 18-35 años sobre Sostenibilidad

2

IS SUSTAINABILITY RELEVANT TO THEM?

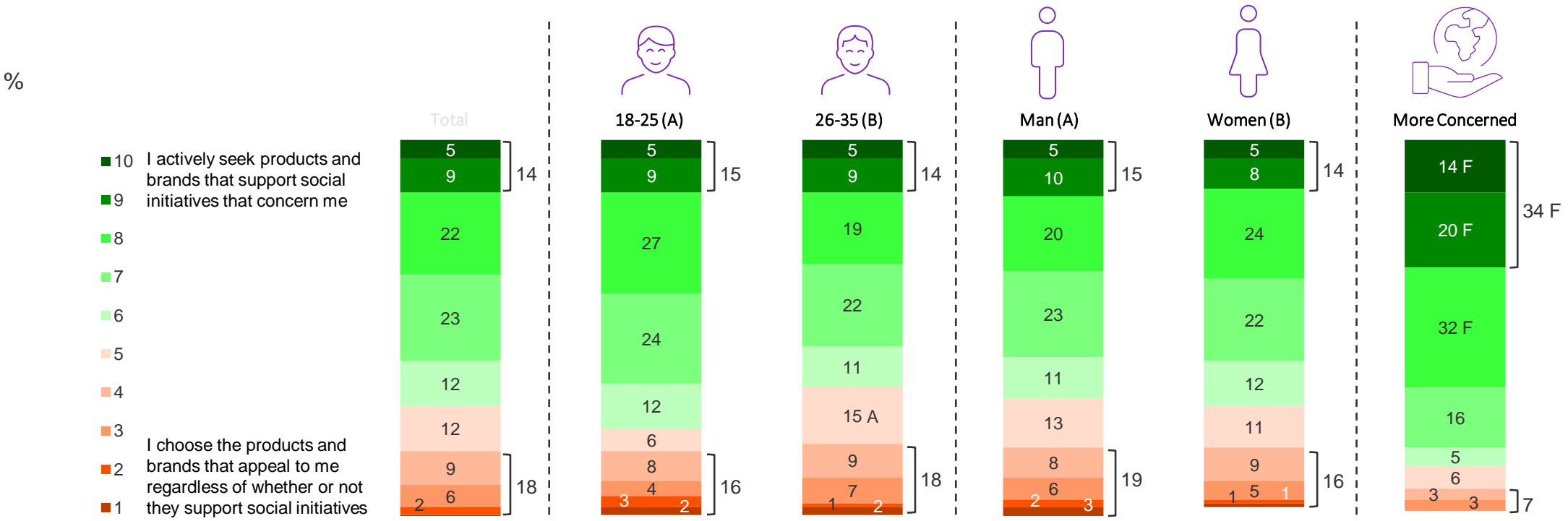
**KANTAR**



# STILL LOW IMPACT IN PURCHASE HABITS, ONLY 1 OUT 10 ACTIVELY CONSIDER IT WHILE BUYING

The activism level increases among the most concerned target.

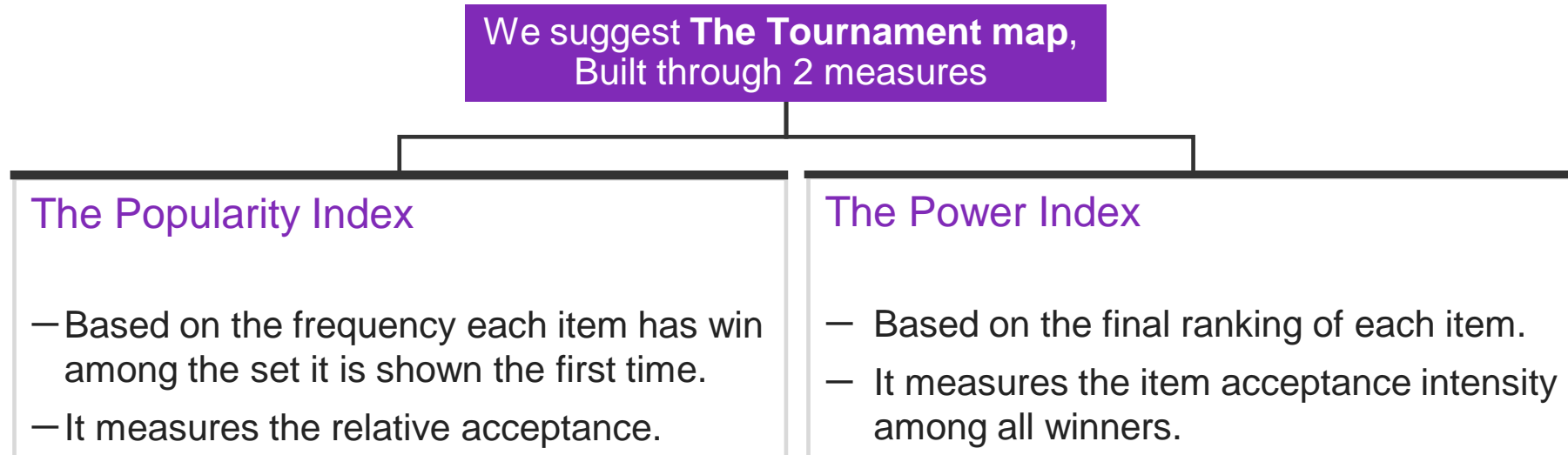
Y pensando en los productos y marcas que compras, dirías que...  
 Y, ¿Estarías dispuesto/a a pagar más por marcas o productos que te interesan, si supieras que están apoyando y promoviendo iniciativas para un desarrollo sostenible?



Willing to pay more if brands support sustainable initiatives							
	T2B	62	64	61	59	66	78 F
(5) Seguro que sí		16	15	17	16	17	29 F
Base	(611)	(226)	(385)	(311)	(300)	(203)	

# OUR APPROACH

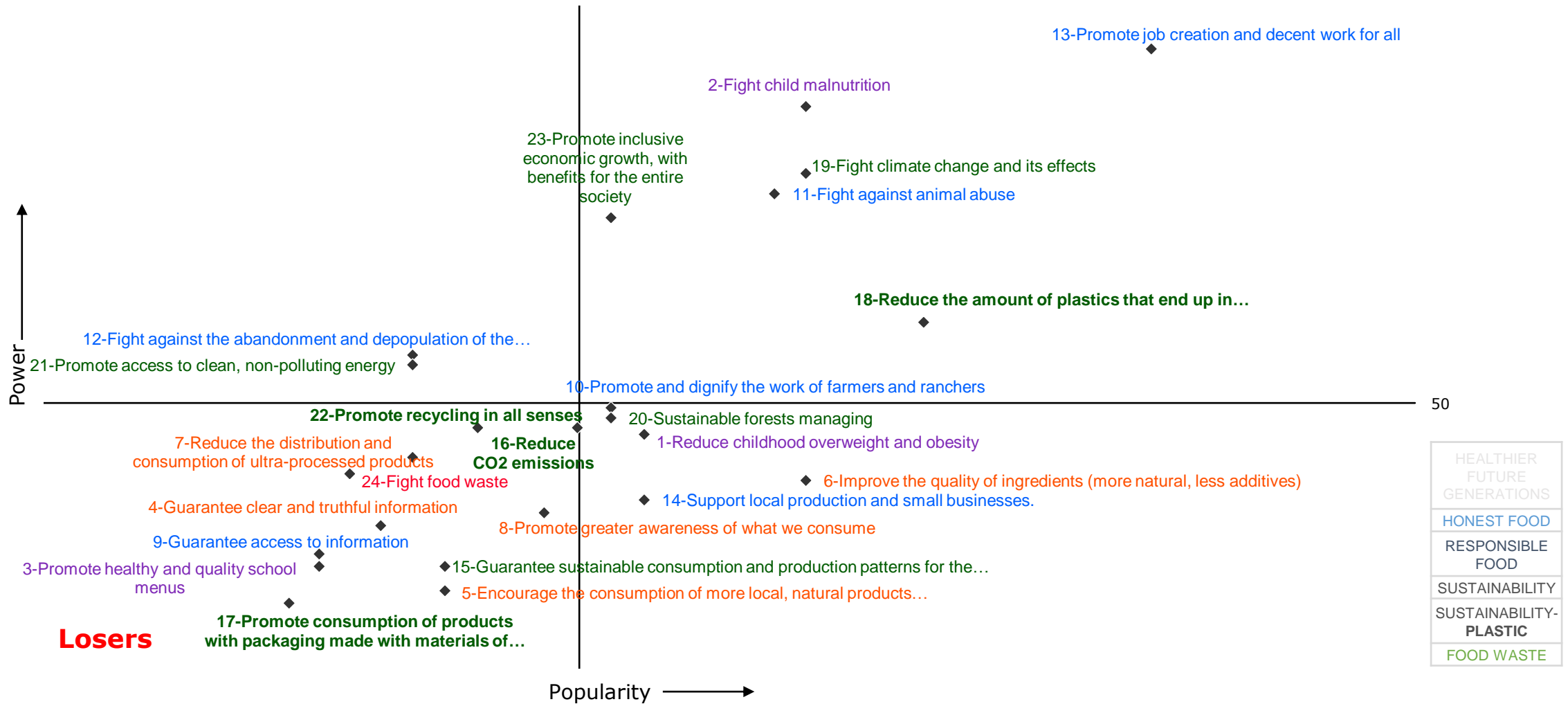
To deal with a long list of statements we have used a specific methodology: Tournament map



¿Cuál de estos temas te preocupa más?

Estos son los temas que has elegido anteriormente, por favor ordénalos del que más te preocupa al que menos.

# MOST CONCERNING SUSTAINABILITY TOPICS AMONG YOUNG PEOPLE (18-35)



# Estudio en población 18-35 años sobre Sostenibilidad



3

WHICH TERRITORY MOVES THEM THE MOST?

**KANTAR**



# TO WHAT EXTEND ARE THEY ACTIVE IN THESE ISSUES?

Level of activism is not directly linked with the level of concern

Y ¿Cómo de presentes están estas temáticas en tu día a día?

%	More action →											
	Fight animal abuse, dignified treatment of animals	Fight climate change and its effects	Reduce ultra-processed products	Improve ingredients (more natural, less additives)	Support local production and small businesses.	Promote recycling in all senses	Clear and truthful information on the ingredients	Guarantee sustainable consumption, production for the planet	Greater awareness, tools to identify nutritional quality	Promote job creation and decent work for all	Reduce plastics that end up in the sea	Inclusive economic growth, for the entire society
I talk about it with other people	47	45	41	39	43	42	29	33	38	47	42	44
I read information / news	44	52	37	49	38	45	39	46	46	46	44	48
I share information on Social Networks	40	28	31	23	23	24	21	26	22	21	26	16
I have participated in some event	24	19	20	12	16	15	16	17	13	12	13	9
I am part of an association	13	6	6	5	5	3	7	8	3	2	6	4
I'm interested, but don't do anything in particular	10	10	13	13	15	17	17	18	18	19	20	20
Base	(189)	(195)	(122)	(197)	(166)	(136)	(119)	(126)	(144)	(279)	(217)	(160)

	← Less action											
	Consumption of more local, natural products	Promote packaging made recycled origin materials	Promote clean, non-polluting energy.	Reduce CO2 emissions	Fight food waste	information on the origin, on their labels	Sustainable forests managing	Promote healthy and quality school menus	Dignify work of farmers and ranchers, without inequalities	Fight child malnutrition	Reduce child obesity promote healthy lifestyle	Fight abandonment, depopulation of local rural world
I talk about it with other people	39	40	38	33	43	21	39	33	25	32	30	30
I read information / news	31	39	46	40	30	37	50	25	36	36	41	29
I share information on Social Networks	20	20	23	23	22	27	25	24	17	21	19	21
I have participated in some event	22	18	10	10	10	16	17	23	16	14	14	20
I am part of an association	4	7	5	9	4	6	4	6	6	5	4	7
I'm interested, but don't do anything in particular	20	21	21	21	21	21	23	26	26	27	27	28
Base	(127)	(98)	(120)	(151)	(112)	(103)	(161)	(105)	(156)	(195)	(165)	(123)

DANONE ONE PLANET, ONE HEALTH

*Nuestra salud y la del planeta están  
interconectadas y debemos cuidar de ellas.*



# APORTAR SALUD A TRAVÉS DE LA ALIMENTACIÓN AL MAYOR NÚMERO DE PERSONAS POSIBLE

1919



Isaac Carasso

BARCELONA

Antoine Riboud

1972



SOLO HAY CRECIMIENTO ECONÓMICO SI VA DE LA MANO DEL **CRECIMIENTO SOCIAL.**

Franck Riboud



2015

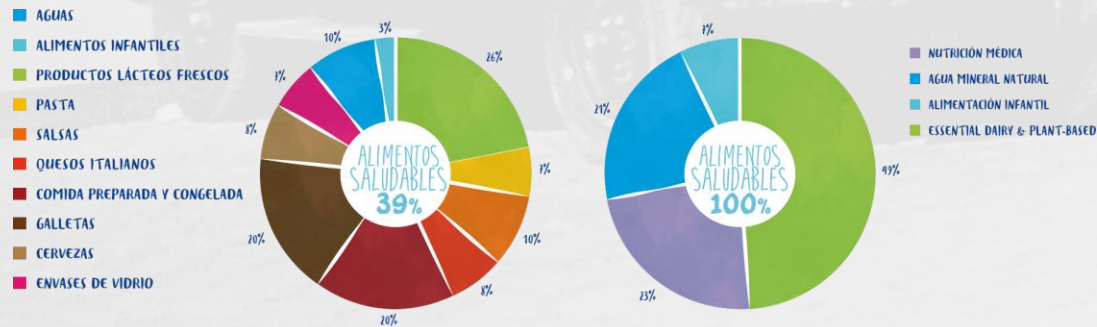
EMMANUEL FABER

2030



20 AÑOS DE TRANSFORMACIÓN DEL PORTFOLIO, BUSCANDO **SOLAMENTE PRODUCTOS SALUDABLES.**

1996



1996

HOY



CADA VEZ QUE COMEMOS Y BEBEMOS, VOTAMOS EL MUNDO EN EL QUE QUEREMOS VIVIR



Only a combination of strong mitigation measures will allow everyone to eat healthy within environmental limits, among others

Shift towards Sustainable Healthy diets



ALIMENTANDO EL CAMBIO

Reduce Food Loss & Waste



At least by -50%



Improve dramatically production technology & practices



+75% yield globally Nature positive solutions







Only a combination of strong mitigation measures will allow everyone to eat healthy within environmental limits, among others

### Shift towards Sustainable Healthy diets



ALIMENTANDO EL CAMBIO

### Reduce Food Loss & Waste



At least by -50%



### Improve dramatically production technology & practices



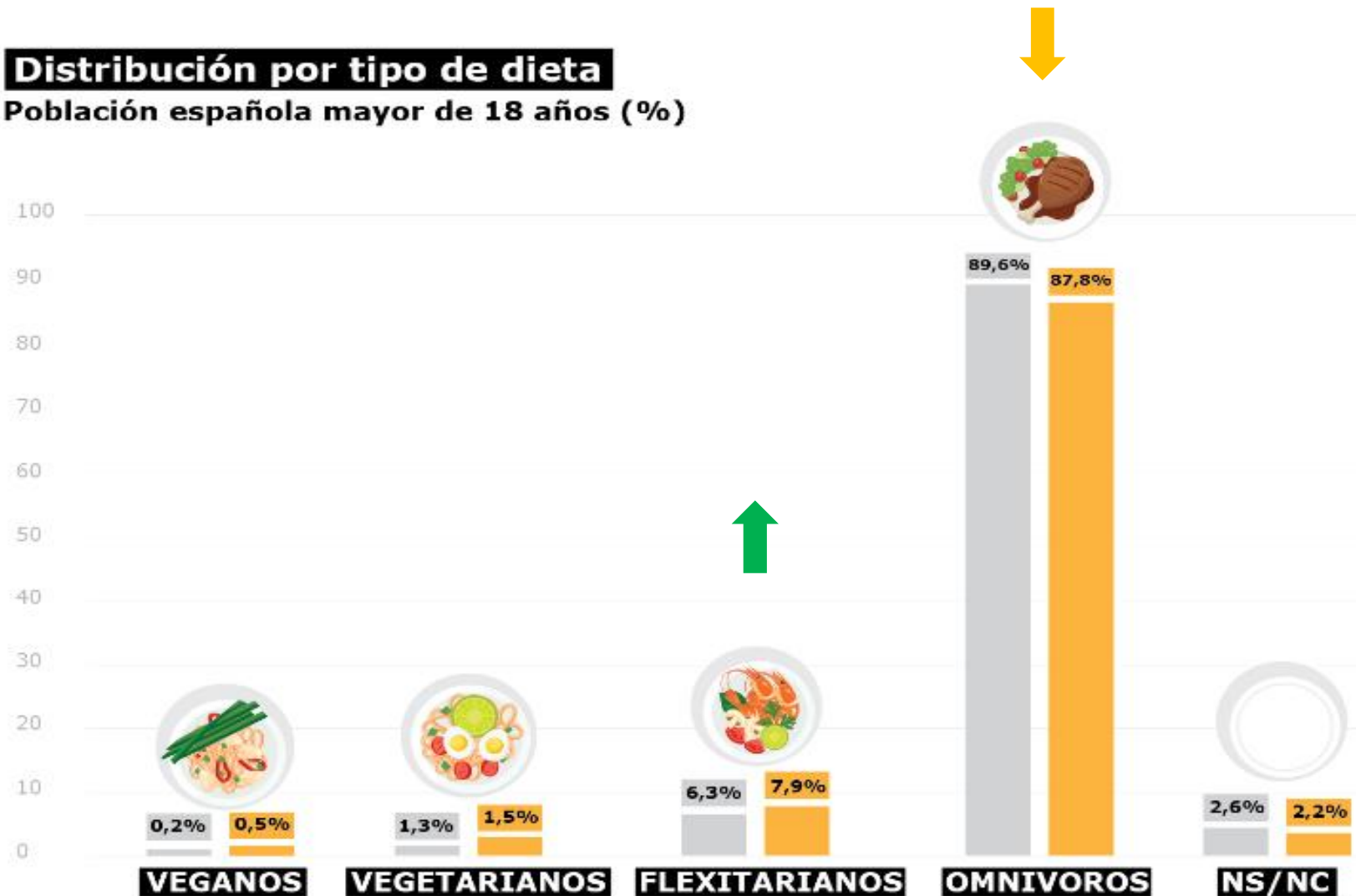
+75% yield globally  
Nature positive solutions



# FOMENTAR LAS DIETAS FLEXITARIANAS

## Distribución por tipo de dieta

Población española mayor de 18 años (%)



2017 2019

Las dietas "Veggie" crecen un **27%** en total en 2 años

ALIMENTANDO EL  
**CAMBIO**





# FOMENTAR LAS DIETAS FLEXITARIANAS

## # NUTRICIONIST SOCIETIES & UNIVERSITIES

“Generar awareness entre el colectivo de nutrición a través de las principales escuelas”

1) ENSURE SYMPOSIUM IN “JORNADAS DE NUTRICION”



2) START AGREEMENTS WITH FEDNU:



Speaker collaboration: “Día Nacional de la Nutrición”

3) RASING STARS UNIVERSITIES PROJECT:



**NUTRICIONISTAS**  
*por el cambio*

5 Business Case about Danone Flexitarian Diets

Approach

## # PRIVATE SECTOR NUTRITION

“Ayudarles en sus recomendaciones dietéticas a sus clientes/pacientes de consulta”

1) IDENTIFY THE MAIN PRIVATE NUTRITION CENTERS



Mapping & Segmentation for high potential

2) eDETAILING TO DISSEMINATE CONTENT:



- Quarter contact impact
- Danone Data base
- Call plan definition
- Training & information sessions in streaming about FD



3) TOOLKIT FOR THEIR PATIENTS:

- Materials for their patients

## # INFLUENCERS SUPPORTERS

“Generar ruido positivo a nivel digital sobre una alimentación saludable & sostenible”

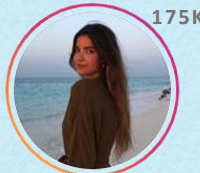
1) DETECT OUR NUTRICIONIST AMBASSADORS



Mi dieta cojea



Nutrition is the new Black



Carlota Bruna

2) DIGITAL COMMUNICATION PLAN:



- Speakers in main events (AeC Juntos, FESNAD)
- Advisory board experts
- Spread content in their Social Network (Infographics, training course UN etc.)





Only a combination of strong mitigation measures will allow everyone to eat healthy within environmental limits, among others

### Shift towards Sustainable Healthy diets



ALIMENTANDO EL CAMBIO

### Reduce Food Loss & Waste



At least by -50%



### Improve dramatically production technology & practices



+75% yield globally  
Nature positive solutions

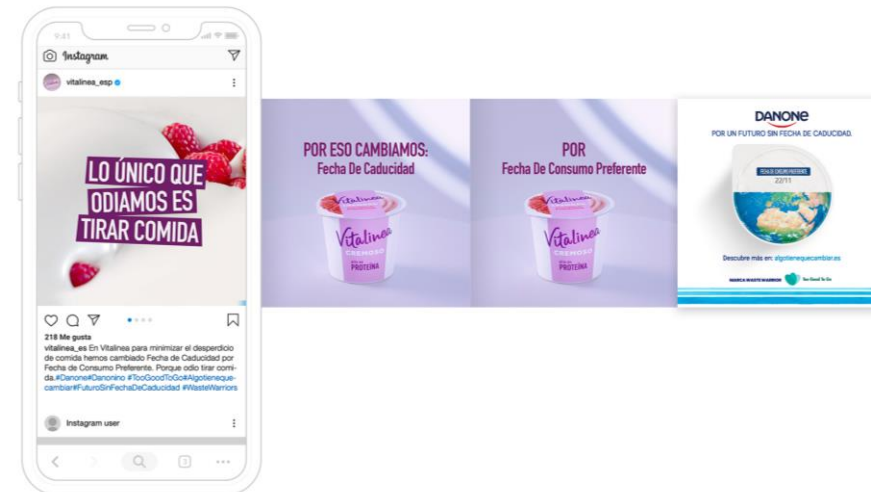
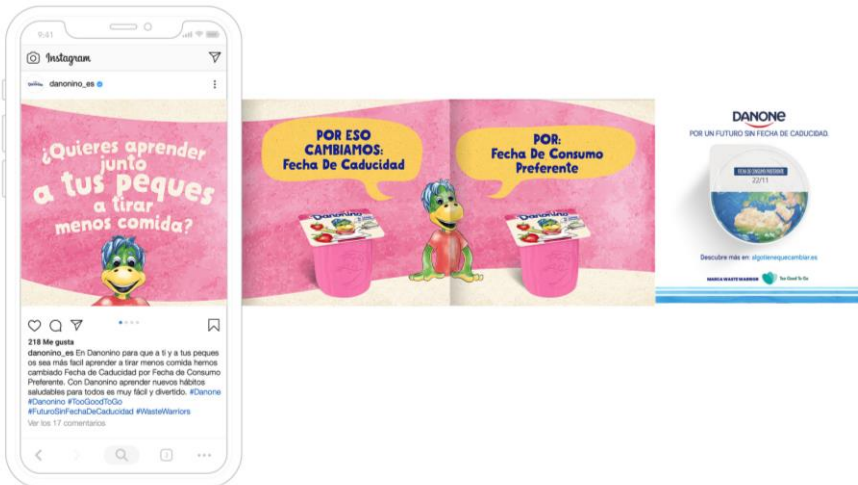
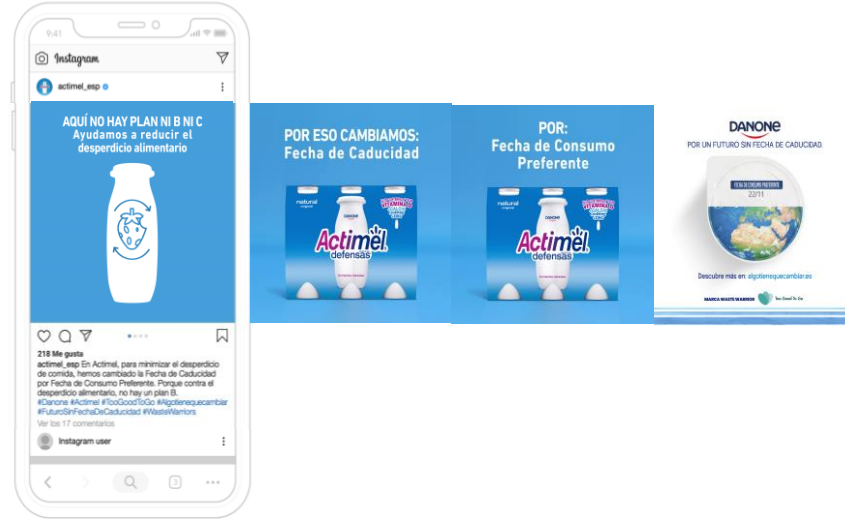


14 MAY



# "POR UN FUTURO SIN FECHA DE CADUCIDAD"

18-19 MAY  
IG STORY & IG POST  
by brands







Only a combination of strong mitigation measures will allow everyone to eat healthy within environmental limits, among others

Shift towards Sustainable Healthy diets



ALIMENTANDO EL CAMBIO

Reduce Food Loss & Waste



At least by -50%



Improve dramatically production technology & practices



+75% yield globally Nature positive solutions



# REDEFINIENDO "RESIDUO"

La transición hacia la economía circular implica un cambio profundo de nuestro modelo de desarrollo: pasar de la fórmula basada en «extraer, producir, consumir y tirar» a otra que **entiende los residuos como recursos con valor** y que está en sintonía con el planeta

LINEAR ECONOMY



RECYCLING ECONOMY



CIRCULAR ECONOMY



# ¿CÓMO TRABAJAMOS LA CIRCULARIDAD?

## NUESTRA PACKAGING POLICY



## DESIGN 4 RECYCLABILITY - DANONE GUIDELINES

El 89% del impacto medioambiental de un envase se define en la fase de diseño.





# SUSTAINABLE MATERIALS



# BIG POTS



# BEYOND PLASTIC



# BEYOND SINGLE USE







RECOVER PET CONTAINERS WE PUT ON THE MARKET, SPECIFICALLY IN THE AWAY-FROM-HOME CHANNEL, IN ORDER TO PROVIDE THE PROJECT WITH HIGH QUALITY RECYCLED PET (R-PET), WHILE CREATING JOBS FOR PEOPLE AT RISK OF EXCLUSION OR WITH A DISABILITY.



Planta de selección y creación de empleo

Circular Economy Recyclina School

Sensibilización y comunicación





# UN PASO AL FRENTE EN LA DESCARBONIZACIÓN

## OBJETIVOS DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CO2



\*2025 para la división de Aguas

## ¿QUÉ HEMOS CONSEGUIDO?



# SÚMATE AL CERO

## ESTAMOS ACTUANDO ANTE LA CRISIS CLIMÁTICA

En el marco de la COP25, la Conferencia del Cambio Climático de las Naciones Unidas, que se está llevando a cabo en Madrid, más de 500 compañías hacen público su compromiso de reducir a **CERO** sus emisiones netas de gases de efecto invernadero para el año 2030, **20 AÑOS** antes de las metas marcadas en el Acuerdo de París para 2050.

Estas compañías son parte de la comunidad global **B CORPORATION**, que cumplen con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad empresarial.

Este compromiso, para un futuro con cero emisiones netas para el año 2030, es parte de uno de los mayores y más enérgicos esfuerzos por parte de un grupo de empresas en el mundo y demuestra un verdadero liderazgo moral en un momento de grave malestar e incertidumbre, tanto económico como medioambiental.

### Trabajemos juntos por un futuro mejor

21GRAMOS | AGUAS DANONE - FONT VELLA Y LANJARÓN | ALMATURA

ANOHE TUVE UN SUEÑO | BIKOCONSULTING | BIOGRAN - EL GRANERO INTEGRAL Y ECOCESTA

CANVAS ESTRATEGIAS SOSTENIBLES | CORRESPONSABLES | DELICIOUS & SONS

ECOALF | ELEVEN | ETHIKOS 3.0 | HEMPER | HOLALUZ | INBONIS | MUSTELA

MAS BUSINESS | OMLIM | PENSUM | ROOTS FOR SUSTAINABILITY (R4S)

STONE SOUP CONSULTING | THE BODY SHOP



## CERO EMISIONES | 2030

Las B Corps son un modelo de empresas que cumplen con **LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES** verificados de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad empresarial con el fin de equilibrar el beneficio con el propósito.

bcorpSpain.es | spain@bcorporation.eu | @BCorpSpain



\*Compromiso que más tarde avanzamos a 2025



# PRESERVING THE HIGH QUALITY OF OUR MILK

## ENVIRONMENTAL & SOCIAL SUSTAINABILITY

- ✓ LONG TERM RELATIONSHIPS BUILT ON TRUST
- ✓ WORKING WITH SECOND AND THIRD GENERATIONS
- ✓ WORKSHOPS FOR GENERATION RELAY
- ✓ ASSES IN EMISION AND WATER REDUCTION
- ✓ SUSTAINABLE AGRICULTURE BEING PROMOTED IN ALL THE FARMS

Assesing animal welfare in 100% of farms.

**Danone**  
Was the first company to offer long-term contracts to farmers

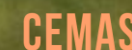


# TOWARDS THE XXI CENTURY FARMS



## GRANJAS NEXT GENERATION

EL PROGRAMA DE FORMACIÓN  
AGRO-GANADERA  
QUE EMPODERA EL CAMPO  
Y A SU GENTE.





# ALIMENTANDO EL CAMBIO

Únete al movimiento

[WWW.ALIMENTANDOELCAMBIO.ES](http://WWW.ALIMENTANDOELCAMBIO.ES)



Algo  
tiene  
Que cambiar  
Join the food revolution


[WWW.ALGOTIENEQUECAMBIAR.ES](http://WWW.ALGOTIENEQUECAMBIAR.ES)







# Reflexiones finales

- El sistema alimentario actual necesita un cambio;
  - No podemos mantener las dinámicas actuales de producción y consumo de alimentos;
  - Los jóvenes están más concienciados que la población general pero sus acciones aun no acompañan sus convicciones
  - Promover el trabajo justo y a todos, luchar contra la obesidad infantil y el cambio climático son los 3 territorios que más preocupa a los jóvenes en España;
  - Desde Danone, la sostenibilidad alimentaria es una prioridad;
  - Desde 4 grandes ejes: Promover dietas sostenibles, reducir el desperdicio alimentario, mejorar la producción y promover la economía circular;
  - Creemos en poder de las nuevas generaciones para promover el cambio.
- 
- 