

Contatti media:

Syngenta Italia
Rosa Granitto:
rosa.granitto@syngenta.com
+39 02 33444344
www.syngenta.it

Agenzia:

Aida Partners Ogilvy PR
Noemi Rivalta
noemi.rivalta@aidapartners.com
Alessandro Norata
alessandro.norata@aidapartners.com
+39 02 89504650



media release

Syngenta alla XII edizione del Festival Internazionale del Giornalismo per discutere di corretta informazione scientifica e dei danni delle Fake News

- ***Da Pinocchio a MasterChef. Dalla fame all'abbondanza. Il quadro dell'agricoltura in tre foto di famiglia***
- ***Scienza Aperta: dalle fake news a una comunicazione consapevole***

Syngenta, tra i principali attori dell'agroindustria mondiale, da sempre sostiene il ruolo primario che ricerca scientifica e innovazione ricoprono nel **settore agro-alimentare**, uno dei settori più importanti nelle economie di ogni Paese e nella vita di ogni giorno di ognuno di noi.

E proprio allo scopo di creare le condizioni perché la ricerca e l'innovazione possano progredire permettendo all'agricoltura di sfamare in modo sostenibile una popolazione mondiale in continua crescita, dal 2016 si è resa protagonista di un ciclo di incontri tra i diversi protagonisti di questo mondo chiamato **Scienza Aperta**.

Così, dopo un primo incontro tra i vari accademici del mondo scientifico che si sono ritrovati a discutere di nuove tecnologie per l'agricoltura, e un successivo momento di confronto tra la comunità scientifica e le istituzioni, finalizzato a colmare la distanza tra chi crea innovazione e chi è chiamato a decidere del ruolo e del futuro di quella innovazione, l'azienda ha deciso di diventare partner della più importante manifestazione sulla comunicazione giornalistica per chiudere idealmente il cerchio e invitare al confronto scienza e media sul tema della corretta informazione scientifica.

Troppo spesso, infatti, gli sforzi fatti per produrre di più con meno, al fine di sfamare in modo sostenibile una popolazione in continua crescita, rischiano di venire vanificati da un racconto parziale e spesso errato, proprio perché basato più che su contenuti non verificati, su notizie false create ad arte per colpire la "pancia" delle persone.

Ed è qui che entrano in gioco i media. È sempre più necessario, infatti, affrontare con la giusta conoscenza determinate tematiche, analizzando la veridicità delle informazioni alla fonte ed evitando preconcetti popolari infondati o non basati su dati verificati. In assenza di quest'ultimi si rischia, infatti, di incorrere nella diffusione di idee parziali e scorrette, che possono influenzare negativamente il progresso scientifico così come l'opinione pubblica.

Il Festival Internazionale del Giornalismo di Perugia si rivela essere il contesto più giusto per dare centralità e rilievo a queste necessità e per farlo nel modo più giusto possibile, Syngenta ha deciso di favorire questo confronto attraverso due eventi che esploreranno, con il supporto di scienziati, esperti del settore e comunicatori, il delicato tema della correttezza e attendibilità delle informazioni di carattere scientifico.

Il primo evento, condotto dal giornalista e divulgatore *Antonio Pascale*, ha un titolo molto evocativo **“Da Pinocchio a MasterChef. Dalla fame all'abbondanza. Il quadro dell'agricoltura in tre foto di famiglia”**. Una conferenza-spettacolo che ripercorrerà la storia del famoso burattino, ma, anche e soprattutto, come definito da Pascale stesso, del *più bel libro sulla fame*. Fame che è stata una costante per millenni, così lontana e distante dall'abbondanza cui siamo abituati noi oggi. Come abbiamo fatto? Con quali innovazioni? E ora, al lordo dei benefici, quali costi abbiamo in bilancio? E come, con quali strumenti e pratiche agronomiche, possiamo affrontarli? Pascale coinvolgerà attivamente i presenti per esaminare insieme come si è evoluta l'agricoltura e di conseguenza come sono cambiati gli stili di consumo, la salubrità, la quantità e la qualità dei prodotti alimentari.

Il secondo evento sarà la tavola rotonda **“Scienza Aperta: dalle fake news a una comunicazione consapevole”**. L'incontro nasce con l'obiettivo di raccontare come, nonostante la tendenza a rivalorizzare la tradizione, sia stata e sia tuttora preziosa l'innovazione in agricoltura e quanto sia importante raccontarla al consumatore e farlo nel modo giusto. Ruolo chiave in questo incontro dibattito sarà, quindi, quello della stampa. Infatti, di fronte a una legittima richiesta di informazioni da parte dell'opinione pubblica, tempestate ogni giorno da una pioggia di notizie di cui è difficile valutarne l'attendibilità, il flusso mediatico si basa sempre più spesso sulle paure dei consumatori e sul “detto-non detto” o “detto parzialmente”. Grazie al panel di diversi attori, tra cui scienziati, divulgatori, rappresentanti dell'industria alimentare, ricercatori e naturalmente giornalisti, si partirà da casi “mediaticamente” noti per dimostrare come la verifica delle informazioni alla fonte e la chiarezza nei confronti dell'utente e consumatore finale avrebbero permesso di scrivere una storia e un finale diversi.

Syngenta è una delle principali aziende dell'agro-industria mondiale. Il gruppo impiega più di 28.000 persone in oltre 90 paesi che operano con un unico proposito: Bringing plant potential to life (Sviluppare il potenziale delle piante al servizio della vita). Attraverso l'elevata competenza scientifica, la presenza su scala mondiale e l'impegno nei confronti dei clienti e dei partner, contribuiamo ad accrescere la produttività delle colture, a proteggere l'ambiente e a migliorare la salute e la qualità della vita. Per maggiori informazioni su Syngenta potete consultare i siti web www.syngenta.com www.syngenta.it e www.goodgrowthplan.com